

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**Evaluación del programa académico de la Licenciatura en  
Ciencias de la Comunicación del sistema escolarizado de la  
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales  
(Plan de Estudios 1997)**

**TESIS**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**P R E S E N T A**

**MARIA NADINE GARCIA MENA**

Director de tesis: Dr. Rafael Reséndiz Rodríguez

Ciudad Universitaria, Noviembre de 2004



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## AGRADECIMIENTOS

### *GRACIAS MAMÁ*

Porque gracias a ti pude concluir este ciclo. Gracias por tu apoyo y por todos tus sacrificios, espero que este trabajo sea una pequeña muestra de que no fueron en vano.

Nando gracias por apoyarme en momentos difíciles.

Germán gracias por tu comprensión, paciencia y apoyo.

### *Gracias...*

Mtra. Marcela Bravo-Ahuja y Dr. Carlos Sirvent por la gran idea y por todo el apoyo que recibí de su parte para elaborar la tesis, sin ustedes no hubiera sido posible.

Dr. Rafael Reséndiz por su asesoría y apoyo.

### *Gracias...*

A tod@s mis amig@s de trabajo:

ISA y CRISTI por todo el apoyo para sacar adelante este proyecto, sin ustedes hubiera sido más difícil.

Mary Lorenz y María Luisa por su ayuda, pusieron varios granitos de arena a este trabajo.

Laura, Maty y Alida por echarme porras, por aconsejarme, por estar al pendiente y apoyarme siempre.

Víctor por tu asesoría y toda tu ayuda.

### *Gracias...*

A todos mis amigos del *Banca-bar* quienes han estado conmigo desde el inicio de la carrera hasta este momento. Patricio por tu apoyo para conseguir la información. Cecilia y Haydeé por ser mis amigas.

Agradezco a toda la gente de las áreas de la Facultad que me proporcionaron información para elaborar este trabajo.

GRACIAS  
UNAM  
y  
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

# ÍNDICE

	PAG.
<b>AGRADECIMIENTOS</b>	
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo 1</b>	<b>EVALUACIÓN EDUCATIVA</b>
1.1	La evaluación educativa y la acreditación en la Educación Superior <b>8</b>
1.2	Metodologías para la evaluación y acreditación de las Instituciones de Educación Superior <b>21</b>
<b>Capítulo 2</b>	<b>EVALUACIÓN DEL PROGRAMA ACADÉMICO DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN</b>
2.1	Contexto regional e institucional <b>45</b>
2.2	Personal académico <b>58</b>
2.3	Plan y programas de estudio <b>82</b>
2.4	Proceso de enseñanza-aprendizaje <b>132</b>
2.5	Alumnado <b>143</b>
2.6	Infraestructura y equipamiento <b>162</b>
2.7	Investigación <b>176</b>
2.8	Vinculación y educación continua <b>184</b>
2.9	Planeación y organización <b>193</b>
2.10	Administración académica y financiamiento <b>201</b>
2.11	Eficiencia terminal <b>212</b>
<b>Capítulo 3</b>	<b>DIAGNÓSTICO DE LA EVALUACIÓN DEL PROGRAMA ACADÉMICO DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN</b>
3.1	Reconocimientos y recomendaciones al Programa <b>218</b>
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>239</b>
<b>ANEXOS</b>	
	<i>Anexo 1. Muestra de cuestionarios aplicados a alumnos, egresados, profesores y empleadores.</i> <b>243</b>
	<i>Anexo 2. Resultados de cuestionarios aplicados a alumnos, egresados, profesores y empleadores.</i> <b>256</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>283</b>

# INTRODUCCIÓN

El proceso de globalización originalmente económico, abarca poco a poco los diversos aspectos de la vida moderna, llegando también de manera importante al sector de la educación. Los vínculos cada vez más numerosos y diversos con instituciones de otros países y con organizaciones internacionales, pusieron de manifiesto la necesidad de mejorar la calidad de la enseñanza y de las instituciones de educación superior en nuestro país. De ahí que la evaluación de la calidad educativa se convirtiera en una necesidad.

A raíz de las transformaciones sociales y políticas que ha sufrido nuestro país en la última década, entre ellos: el cambio en los criterios para la asignación de recursos a las Instituciones de Educación Superior (IES) públicas, los cuestionamientos sobre la calidad de la educación superior y el surgimiento de un sin número de instituciones privadas de educación superior; se ha hecho explícita la necesidad de evaluar los programas académicos que ofrecen estas instituciones. La evaluación en las IES tiene entre sus fines principales: 1) obtener recursos tanto del gobierno como de otras instituciones y organismos, a través de la demostración del cumplimiento de los objetivos de la institución, es decir, del desempeño de la misma (rendición de cuentas); 2) obtener la acreditación de sus programas académicos y la certificación de sus profesionales como símbolo de calidad y excelencia educativa, 3) definir acciones de mejoramiento para los programas académicos (toma de decisiones administrativas, operativas, técnicas, financieras, etc.).

Asimismo, la evaluación de un programa académico forma parte del proceso de actualización y modernización administrativa y académica, que busca la profesionalización adecuada de los egresados de las IES.

Las IES desarrollan sus programas académicos a partir de la consideración de que alumnos, profesores, personal administrativo, planes de estudio, infraestructura, financiamiento, normatividad y políticas generales, forman parte del proceso de enseñanza-aprendizaje que prepara a los integrantes de esa institución para enfrentar los retos sociales y políticos actuales.

La evaluación y la acreditación educativa, así como la certificación profesional, juegan un creciente papel estratégico en la política educativa mexicana en tanto que son vistos como medios para el logro de objetivos tales como: la elevación de la calidad del sistema de la educación superior, tanto en sus procesos como en sus productos; y el mejoramiento general de los niveles de eficiencia del sistema de la educación superior en su conjunto y de cada una de las instituciones que lo componen.

El proceso de evaluación de un programa académico supone una estrategia de investigación que abarca los siguientes pasos:

- a) Evaluación de los contenidos educativos y de la estructura del plan de estudios (organización y secuencia de contenidos; materias o módulos-síntesis, jerarquías entre contenidos, etc.)
- b) Evaluación de las condiciones de implementación del plan de estudios. (recursos materiales disponibles e infraestructura para la consecución de los objetivos planteados; evaluación del perfil de docentes y alumnos, y de la coherencia de su formación con los objetivos que persigue el plan de estudios; evaluación de la estructura organizativa, su adecuación y funcionalidad en términos del proyecto de formación y del plan de estudios.)
- c) Evaluación de la práctica docente; (evaluación de la relación educativa y de la secuencia de enseñanza- aprendizaje, métodos, materiales, organización de experiencias de aprendizaje).

Esta estructura permite no sólo la reformulación del plan de estudios, sino un conocimiento más profundo de la dinámica institucional y de los procesos de desarrollo. En ese sentido, emprender la evaluación de planes y programas de estudio sólo cobra sentido cuando se ubica adecuadamente el conjunto de factores que conforman el desarrollo del proceso pedagógico.

La creación del Programa para la Modernización Educativa 1989-1994 institucionalizó la evaluación educativa en nuestro país; este programa concebía la modernización de la educación en términos de calidad, eficiencia, cobertura e innovación de la misma, por lo que buscó impulsar la mejora de la calidad de la educación superior a través de la evaluación interna y externa de las instituciones. Para avanzar en el logro de ese objetivo, la Coordinación para la Planeación de la Educación Superior (CONPES) creó en 1989 la Comisión Nacional de Evaluación de la Educación Superior (CONAEVA), la cual fomentó la autoevaluación de las instituciones del subsistema público universitario. En 1991 la CONPES creó los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES), destinados a realizar evaluación diagnóstica y acreditación de programas académicos.

Derivado de estos esfuerzos de promover la evaluación y la acreditación de programas académicos surgió la necesidad de contar con un organismo no gubernamental que regulara los procesos de acreditación de programas académicos, y que diera certeza de la capacidad técnica y operativa de las organizaciones especializadas dedicadas a la acreditación de programas académicos, este organismo fue el Consejo para la Acreditación de la Educación Superior (COPAES), instituido a finales del año 2000.

En ese contexto, se creó la Asociación para la Acreditación y Certificación de las Ciencias Sociales (ACCECISO), organismo autónomo constituido en el año 2002 y con reconocimiento del COPAES a partir del 1º de julio del 2003, que pretende articular a la comunidad de las Ciencias Sociales para promover la evaluación, acreditación y certificación en esta disciplina. Asimismo, mejorar la calidad en la enseñanza superior y el

ejercicio profesional en las disciplinas de la ciencia política, sociología, relaciones internacionales, antropología, y comunicación; además de impulsar el desarrollo y establecer criterios compartidos de medición de la calidad en dichas disciplinas.

Para llevar a cabo las tareas de acreditación, la ACCECISO cuenta con un Consejo Directivo apoyado por un *comité dictaminador* especializado en tareas de acreditación y un *padrón de evaluadores* integrado por profesionales de reconocido prestigio en las Ciencias Sociales; además de un Consejo Consultivo que le permite establecer una relación permanente y formal con aquellas instituciones que se encuentran vinculadas con la formación de profesionistas y con el mercado laboral.

En su corta existencia, la ACCECISO ha acreditado los programas académicos de la licenciatura en Sociología y en Trabajo Social del Instituto de Ciencias Sociales y Administrativas de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez; cinco programas académicos de la Universidad Autónoma de Aguascalientes: Comunicación Organizacional, Comunicación en Medios Audiovisuales, Trabajo Social, Sociología y Ciencia Política. Además, tiene en proceso de acreditación el Programa Educativo en Ciencias de la Comunicación Unidad Los Mochis y Unidad Culiacán de la Universidad de Occidente, así como cinco programas de la Universidad de Guadalajara: Ciencia Política, Relaciones Internacionales, Sociología, Trabajo Social y Nivelación de Trabajo Social.

La Universidad Nacional Autónoma de México ha participado activamente en la discusión de los procesos de evaluación desde sus inicios en la década de los setentas, en el seno de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES). Actualmente varios programas académicos de la UNAM han sido acreditados. La Facultad de Ingeniería, en el campus universitario, fue pionera en incorporarse a este tipo de procesos y solicitar la acreditación de todas las ingenierías que imparte. Otras dependencias de la UNAM que han sometido a evaluación y acreditación a algunos o todos sus programas son: la Facultad de Contaduría y Administración, la Facultad de Medicina, la Facultad de Arquitectura y la Facultad de Estudios Superiores Zaragoza.

Hasta 2003, eran ya 17 los programas acreditados en la UNAM, cifra que puede ser muy baja en comparación con los 137 programas académicos de las 73 licenciaturas que imparte, sin embargo es también una cifra significativa si se considera que el proceso de evaluación y acreditación es incipiente, pues sólo han pasado tres años desde la creación de la COPAES y del reconocimiento de los organismos acreditadores. De ahí que se considere que el proceso de evaluación y acreditación de los programas académicos ha cobrado un auge importante, y que se perfila un aumento significativo en los próximos cinco años en el número de programas evaluados y acreditados de la UNAM.

A este respecto, la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS) aún no solicita la acreditación de sus programas académicos: Ciencias Políticas y Administración Pública, Ciencias de la Comunicación, Relaciones Internacionales y Sociología. Con el interés de

que la Facultad siga siendo una importante institución de marcado liderazgo en la enseñanza de las Ciencias Sociales en México, sería importante que se incorporara a los procesos de evaluación y acreditación de la COPAES.

De acuerdo con los lineamientos establecidos por los organismos que realizan evaluación y acreditación, las etapas para llevar a cabo un proceso de acreditación son:

- Solicitud de acreditación
- Autoevaluación
- Evaluación del organismo acreditador
- Dictamen final

El presente trabajo es un ejercicio de evaluación para la acreditación en el cual se desarrollaran dos de las etapas mencionadas:

- 1) *Autoevaluación* (a la cual en adelante nos referiremos como “**evaluación**”) del programa académico de la licenciatura escolarizada en Ciencias de la Comunicación de la FCPyS. Esta evaluación incluye la recopilación y organización de información sobre la Facultad y sobre la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de los años 2000 al 2003, ya que el periodo mínimo necesario que permite realizar la evaluación es de cuatro años, según la metodología de la ACCECISO; sin embargo, en algunos casos se incluirán datos desde el semestre 1998-1, en el que inició la implementación del Plan de Estudios vigente, el de 1997.
- 2) *Evaluación del organismo acreditador*, que en este trabajo en realidad es un ejercicio de evaluación denominado *Diagnóstico de la evaluación del Programa Académico de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (Reconocimientos y recomendaciones)*. El *Diagnóstico* presentado fue elaborado a partir de dos cosas: 1) el análisis de la información contenida en la evaluación, y 2) la información obtenida de cuestionarios aplicados a 46 estudiantes, 16 profesores, 25 egresados y 9 empleadores. Los cuestionarios se aplicaron a estudiantes de segundo, cuarto, sexto y octavo semestres, en grupos escogidos al azar, los cuales cursaban el semestre 2004-2. En el caso de profesores, se seleccionaron, también de manera arbitraria, en los horarios de clase. Los egresados fueron contactados con apoyo de la Secretaría Técnica del Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación y de la Coordinación de Orientación Escolar. Los empleadores fueron contactados con ayuda también de la Coordinación de Orientación Escolar, gracias a que es el área que tiene vínculo directo con el sector productivo.

Dado que la metodología de la ACCECISO recupera un conjunto de criterios e indicadores de evaluación que han sido ampliamente probados por los CIEES en diversas IES en todo el país, la parte de **Evaluación** del programa académico de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación está basada en la misma. Cabe señalar que los criterios de evaluación utilizados en esta metodología, están reconocidos por el COPAES.



La ACCECISO como organismo acreditador de las disciplinas de las Ciencias Sociales utiliza en su metodología 11 categorías referentes a: Contexto institucional, Personal académico, Plan y programas de estudio, Proceso de enseñanza-aprendizaje, Alumnado, Infraestructura y equipamiento, Investigación, Vinculación y educación continua, Planeación y organización, Administración académica y financiamiento y, Eficiencia terminal. Dichas categorías incluyen 93 indicadores los cuales sirven como referentes de evaluación o valores ideales o deseables para el programa académico evaluado.

Este trabajo, pretende detectar las fortalezas y debilidades del programa académico en cuestión y a través de ello elaborar un conjunto de recomendaciones que coadyuven al mejoramiento de la operatividad del programa y que éste a su vez, redunde en la formación de comunicólogos de excelencia que puedan responder a los grandes cambios políticos y sociales del país con las herramientas que la institución le brinde durante su formación.

Con la “Evaluación del Programa Académico de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del sistema escolarizado de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (Plan de Estudios 1997)”, además de cubrir la etapa de *Autoevaluación* para el proceso de acreditación, se genera un diagnóstico sobre la implementación del programa, el cual puede contribuir a la toma de decisiones fundamentada en las necesidades reales de la institución y del programa académico y que esas decisiones, a su vez, tengan un impacto favorable en la instrumentación de dicho programa y en el desarrollo profesional de sus estudiantes.

De igual forma, este ejercicio de evaluación será un medio para reconocer hasta dónde el programa académico de la carrera de Ciencias de la Comunicación satisface los niveles de calidad académica deseables y si ésta corresponde a las exigencias que le plantea el desarrollo del país.

El presente documento está estructurado en tres capítulos. El primero incluye un contexto histórico internacional y nacional sobre la evaluación educativa y los procesos de evaluación y acreditación; aborda los orígenes y evolución hasta la última década, con lo cual conoceremos el surgimiento de los CIEES y los organismos acreditadores encargados de la evaluación y acreditación de programas académicos. Enseguida se presenta la metodología que utiliza la ACCECISO para la acreditación de los programas académicos en Ciencias Sociales, la cual fue utilizada para desarrollar el segundo capítulo, la Evaluación del Programa Académico de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

En el segundo capítulo se presenta la evaluación (autoevaluación), en donde se incluye la información sobre la institución y el programa académico, desarrollada de acuerdo con los 11 categorías de la metodología de ACCECISO: Contexto Regional e Institucional, Personal Académico, Plan y Programas de Estudio, Proceso de Enseñanza-Aprendizaje, Alumnado, Infraestructura y Equipamiento, Investigación, Vinculación y Educación

Continua, Planeación y Organización, Administración Académica y Financiamiento y, Eficiencia Terminal.

El tercer capítulo, de *Diagnóstico de la evaluación*, fue elaborado a partir de la revisión exhaustiva de la información recopilada en la parte de la evaluación, y de la información obtenida a través de los cuestionarios aplicados a profesores, alumnos, egresados y empleadores del programa. Así, el capítulo incluye algunos reconocimientos sobre las fortalezas del programa y las recomendaciones que considero pueden contribuir a la mejora del mismo.

Finalmente, presentaré las conclusiones generales sobre la investigación en su conjunto.

# Capítulo 1

## EVALUACIÓN EDUCATIVA

## 1.1 LA EVALUACIÓN EDUCATIVA Y LA ACREDITACIÓN EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR

### La importancia de la evaluación educativa

La evaluación de los sistemas de educación superior es resultado de los grandes cambios económicos, financieros, políticos, sociales y culturales del mundo que obligan a las Instituciones de Educación Superior a revisar sus planteamientos filosóficos, teóricos y metodológicos,<sup>1</sup> toda vez que el reto de la educación superior es formar profesionales capaces de generar y conducir cambios científicos, tecnológicos, sociales y culturales para incidir de manera decidida, permanente y eficaz en la sociedad.<sup>2</sup> Las evaluaciones son mecanismos de verificación del logro de los objetivos educativos que permiten fundamentar las reformas y cambios curriculares, así como comprobar los impactos de las políticas educativas tendientes a lograr esos esquemas modernizadores que constantemente requiere la sociedad.

Existen otros factores que justifican la evaluación de la educación superior que están relacionados con elementos de supervivencia como la demanda por mayor eficiencia que aporte al desarrollo nacional, la internacionalización de la educación que reclama niveles de calidad demostrables que brinden a la sociedad información y garantía sobre la acción y gestión de esas instituciones;<sup>3</sup> pero el elemento más importante en la evaluación tiene que ver con abrir un panorama objetivo y oportuno para la adecuada toma de decisiones que consoliden los servicios educativos, así como para reorientar sus objetivos para adecuarlos a las condiciones que exige la sociedad moderna.

En México, la evaluación del sistema de educación superior inicia de manera estratégica como parte del proceso de renovación del sector propuesto en el Programa Nacional para la Modernización Educativa 1989-1994, cuyos objetivos buscaron mejorar la calidad de los servicios educativos a través de la excelencia académica, aportar al desarrollo nacional, vincular a las instituciones de educación superior con la sociedad, acrecentar su eficiencia y generar fuentes propias de financiamiento, así como fortalecer sus mecanismos de coordinación y planeación.<sup>4</sup>

En la actual política federal de educación superior, la acreditación de programas educativos de licenciatura y posgrado constituye el eje central del enfoque de calidad del Programa Nacional de Educación 2001- 2006. El programa gubernamental recoge la propuesta de acreditación de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) desarrollada en el documento *La Educación Superior en el*

---

<sup>1</sup> Llaena de Thierry, Rocío. "La evaluación de la educación superior en México" en Revista de la Educación Superior, No. 89. Ene.-Mar. 1994.

<sup>2</sup> Pérez Rocha, Manuel. "Evaluación, acreditación y calidad de la educación superior", Op. Cit., No. 98. Abr.-Jun. 1996.

<sup>3</sup> "La evaluación institucional: concepto y método", Plan de la Calidad de las Universidades en España, Consejo de Coordinación Universitaria, Secretaría General.

<sup>4</sup> Mejía Montenegro, Jaime. "La evaluación cualitativa de la educación superior mexicana, ¿una perspectiva aplazada?" en Revista de la Educación Superior, No. 89.

*Siglo XXI. Líneas estratégicas de desarrollo.* En ambas propuestas se afirma el propósito de llegar a conformar un Sistema Nacional de Evaluación y Acreditación de las Instituciones de Educación Superior, en el cual se coordinen las instancias y organismos que cumplen funciones de evaluación y acreditación de los programas de educación superior que ofrecen instituciones públicas y particulares.

Para entender el proceso de evaluación y acreditación de las Instituciones de Educación Superior es necesario hacer una revisión de los principales sistemas de acreditación en el mundo y entender la función de las instancias promotoras de la calidad académica; éstos serán revisados a continuación. Posteriormente examinaremos los pasos dados en México en la dirección de operar el Sistema Nacional de Evaluación y Acreditación, así como sus posibles implicaciones en el desarrollo de reformas académicas.

### **Estados Unidos**

Robert Glidden indica que en Estados Unidos, los procesos de acreditación derivan “de la convicción democrática para evitar formas de control gubernamental sobre la inteligencia”,<sup>5</sup> en la que predomina la postura histórica de las universidades contra la centralización de las relaciones entre instituciones y Estado. Por ello, no existe en ese país una instancia federal encargada de la regulación del sistema educativo superior como tal, y las funciones de coordinación normativa, sostén financiero y supervisión de la calidad educativa corresponden a los gobiernos estatales, así como a ciertas agencias no gubernamentales de coordinación:

El alto grado de descentralización prevaleciente, la amplitud de la autonomía académica y administrativa de las instituciones, así como el tamaño del sistema, el mayor en el mundo en términos absolutos (con más de 15 millones de estudiantes), ha dado lugar a una gran diversidad en la oferta de programas académicos que se refleja, entre otros aspectos, en variados niveles de calidad, los cuales no necesariamente son visibles para la demanda.<sup>6</sup>

En tal contexto, el propósito de la acreditación se define como un medio para asegurar que la oferta académica de las instituciones haya alcanzado un nivel aceptable de calidad. No obstante, el desarrollo del modelo estadounidense ha buscado cumplir con dos funciones adicionales: prevenir al público de posibles ofertas fraudulentas, riesgosas o de mala calidad y asegurar la estandarización del valor del crédito académico para posibilitar su transferencia de una institución a otra, facilitando con ello propósitos de movilidad estudiantil.

Ambos objetivos son vigentes debido a la reciente aparición de proveedores alternativos de educación superior (universidades corporativas, empresariales, a distancia y virtuales),

---

<sup>5</sup> Glidden, Robert. “The Contemporary Context of Accreditation: Challenges in a Changing Environment”, Keynote Address for 2<sup>nd</sup> CHEA “Usefulness” Conference, 25 de junio 1998.

<sup>6</sup> Rodríguez Gómez, Roberto. “Acreditación de la educación superior (primera parte). El modelo estadounidense”, Campus Milenio/47, septiembre 04, 2003.

lo que ha reanimado la discusión sobre el sistema de acreditación como el medio apropiado para controlar la calidad de las entidades de educación superior emergentes. Asimismo, el reconocimiento de créditos entre programas amplía su significado en el marco de internacionalización de la educación superior asociados a la globalización.

El sistema de acreditación formal en Estados Unidos involucra tanto a entidades no gubernamentales como a agencias gubernamentales. Los organismos acreditadores son asociaciones civiles, de cobertura nacional o regional que desarrollan criterios de evaluación y conducen evaluaciones de pares académicos para juzgar si tales criterios son satisfechos por los programas académicos, y no obstante la postura anticentralista del sistema de educación superior norteamericano, las agencias gubernamentales también cumplen propósitos de certificación de agencias.

La búsqueda de equilibrio del modelo ha dado lugar a un esquema complejo que comprende varias instancias y competencias. El Departamento Estadounidense de Educación (USDE), dependencia de la Secretaría de Educación del gobierno federal, es la instancia gubernamental con competencia en materia de acreditación, aunque su papel no es acreditar directamente instituciones o programas. Sus funciones se derivan, en primer lugar, del mandato legal que obliga a la Secretaría a publicar la lista de agencias nacionales de acreditación oficialmente consideradas como autoridades confiables para determinar la calidad de instituciones y programas.

La acreditación de instituciones y programas de educación superior es competencia directa de agencias privadas de carácter no gubernamental. Se reconocen tres tipos de agencias: de cobertura nacional, de cobertura regional y especializadas en profesiones.

En Estados Unidos, "los procedimientos de acreditación cubren las siguientes etapas:

- Determinación de estándares de calidad institucional y estándares de calidad para las diferentes disciplinas y campos de estudio.
- Autoevaluación que contrasta sus propios estándares de calidad contra el protocolo de estándares fijado por la agencia correspondiente.
- Evaluación de campo, con el fin de observar directamente el grado de cumplimiento de los estándares y requisitos.
- Publicación de los resultados obtenidos sobre el status de pre-acreditación o acreditación del programa o institución sometida a evaluación.
- Monitoreo para verificar que se continúa cumpliendo con los estándares fijados por la agencia.
- Reevaluación periódica a cada institución o programa acreditado con el fin de asegurar que los programas e instituciones que forman parte de su lista conservan el nivel de calidad que la agencia puede en efecto garantizar."<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Rodríguez Gómez, Roberto. Cfr. SUPRA

## Europa

En Europa, el tema de las autonomías frente a los procesos de evaluación educativa universitaria tampoco es ajeno y esto es evidente ante la ausencia de mecanismos externos de vigilancia y certificación, o bien, en la implantación de formas de control de calidad académica al margen de la supervisión gubernamental. Sin embargo, la conformación del bloque comunitario europeo y la consiguiente búsqueda de integración económica y cultural de la región, ha hecho necesario contar con instrumentos para la homologación de certificados, diplomas y créditos, así como desarrollar sistemas que den certidumbre y confianza a la oferta de servicios profesionales, a través del aseguramiento de la calidad académica en instituciones y programas, debido a las nuevas oportunidades en áreas tales como el comercio regional de servicios y la movilidad de profesionales con propósitos de trabajo, para no hablar del amplio proceso de intercambio académico, científico y tecnológico del área.

En el debate sobre la acreditación universitaria en Europa hay varias posturas, desde quienes subrayan la validez de ese mecanismo como la principal o única vía para alcanzar los objetivos de integración universitaria en curso, hasta quienes ven en la acreditación externa una amenaza a las tradiciones y fortalezas de la autonomía. La discusión tiene un punto de referencia particularmente señalado en torno al proceso de formación del espacio europeo de educación superior, de lo que nos ocuparemos a continuación.

La serie de debates, acuerdos, planes y acciones en torno al objetivo de establecer un área de educación superior europea se conoce como el proceso de Bolonia, y se deriva de un acuerdo suscrito por los ministros de educación superior de Europa.<sup>8</sup> La “Declaración de Bolonia” estableció los objetivos generales y operativos del proceso integracionista: los primeros se resumen en los términos “competitividad internacional”, “movilidad” y “empleabilidad”; los objetivos operativos abarcan seis aspectos: adoptar un sistema transparente de grados comparables; adoptar un sistema esencialmente basado en dos ciclos principales (grado y posgrado); desarrollar el Sistema Europeo de Créditos (ECTS); promover la movilidad; promover la cooperación europea para el aseguramiento de la calidad académica; y promover la dimensión europea en el currículum universitario.

En ese mismo sentido, el Consejo de la Unión Europea, junto con el Parlamento Europeo, emitió el 17 de julio de 2002 una Propuesta de decisión para establecer un programa de cara a la mejora de la calidad de la enseñanza superior, que incluye maestrías de la Unión Europea, becas, asociaciones con centros de enseñanza superior de terceros países, mejora de la capacidad de atracción de la enseñanza superior europea, entre otros. Entre las medidas de internacionalización, se contempla apoyar acciones para la acreditación, el reconocimiento de créditos, el reconocimiento de las calificaciones europeas en el extranjero y el reconocimiento mutuo de las calificaciones con terceros países.

---

<sup>8</sup> Representantes de 29 países de la región, reunidos en esa ciudad el 19 de junio de 1999. La “Declaración de Bolonia” dio inicio a un proceso cuya culminación se prevé al 2010.

El proceso de Bolonia ha tenido un variado pero señalado impacto sobre los sistemas de enseñanza superior de los países europeos. El más inmediato y visible ha sido la reforma curricular, en cada país, para alcanzar la homologación de créditos y ciclos acordada; la adopción de formas de aseguramiento de calidad académica, y de sistemas de evaluación externa y acreditación son también impactos generales perceptibles. Como tendencia, se avanza hacia la coordinación y convalidación de acreditaciones, proceso en el cual la European Network for Quality Assurance in Higher Education (ENQA), derivada del European Pilot Project for Evaluating Quality in Higher Education, cobra un papel relevante al reunir a los principales organismos de acreditación, gubernamentales y privados de todos los países de la región, y posibilitar con ello formas de diálogo e interacción entre agencias.

El tema de la acreditación, por largo tiempo ajeno al desarrollo de la educación superior en Europa, se ha instalado en las agendas de política pública y en los prospectos de reforma institucional. En algunos casos -Italia, España, Francia, por ejemplo- el gobierno conserva o acentúa su papel supervisor o de control del proceso; otros, como Dinamarca y Finlandia han desarrollado un sistema mixto de acreditación, similar al estadounidense; en otros más, como el Reino Unido, Holanda y Bélgica, se transita con cierta facilidad y rapidez hacia formas de acreditación a cargo de agencias independientes. Incluso algunos países, como el caso de Alemania, Austria y Suiza están optando por mecanismos regionales de acreditación aprovechando la lengua común.

Por consiguiente, uno de los principales desafíos de los sistemas de educación superior europeos es conseguir articular esquemas de acreditación que atiendan, simultáneamente, a propósitos nacionales de fortalecimiento de calidad y logro de competitividad y a perspectivas de internacionalización derivadas del esquema de integración regional, así como el de atender la disparidad de modelos y calidades universitarias entre países. De ahí que el desafío de la homologación curricular y profesional no sea un reto menor.

### **América Latina**

Al igual que en Europa, aunque ciertamente con menos intensidad y profundidad, los países de América Latina y el Caribe están empeñados en adelantar pasos hacia el diseño y operación de mecanismos de acreditación con validez y alcance regional.

En Argentina, la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria, CONEAU (1995), tiene como objetivos la evaluación institucional de todas las universidades nacionales, provinciales y privadas; la acreditación de estudios de posgrado y carreras reguladas y la emisión de recomendaciones sobre los proyectos institucionales de nuevas universidades estatales y de las solicitudes de autorización provisoria y definitiva de establecimientos universitarios privados. También dictamina sobre el reconocimiento de entidades privadas de evaluación y acreditación universitaria y tiene mandato legal para realizar las siguientes tareas: evaluaciones externas; acreditación de



carreras de grado; acreditación de carreras de posgrado; evaluación de proyectos institucionales; y reconocimiento de entidades privadas.

En Chile, la Comisión Nacional de Acreditación de Pregrado, CNAP (1999), conduce un sistema de acreditación que se aplica, de manera voluntaria a las carreras o programas que ofrecen las instituciones de educación superior autónomas. El proceso de acreditación se realiza a partir de criterios de calidad previamente establecidos y contempla tres procedimientos sucesivos: a) autoevaluación de la respectiva carrera; b) evaluación externa por sus pares; c) dictamen de CNAP.

El Consejo Nacional de Acreditación, CNA (1992), en Colombia, orienta el proceso de acreditación, lo organiza, lo fiscaliza, da fe de su calidad y finalmente recomienda al Ministro de Educación Nacional acreditar los programas e instituciones que lo merezcan.

En Cuba, el Sistema Universitario de Programas de Acreditación, SUPRA (1999), estimula y certifica la calidad de procesos e instituciones; busca adaptar la tendencia internacional de la acreditación y la homologación de titulaciones. Acredita programas con base en tres categorías: autorizado, certificado y de excelencia.

Cabe destacar que en América Latina se constituyó la Red Iberoamericana para la Acreditación de la Calidad de la Educación Superior (RIACES).<sup>9</sup> La misión de la red es constituir un espacio amplio de conocimiento recíproco, cooperación técnica e intercambio humano e intelectual entre los sistemas universitarios, potenciando los fines similares que presidieron la creación de las agencias y unidades de evaluación y acreditación en cada uno de los países.

### **Evaluación en las IES mexicanas**

En México, desde la década de los setenta, las instituciones de educación superior reunidas en la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior de la República Mexicana (ANUIES) buscaron concertar formas de planeación que incluían la evaluación como un elemento básico para la mejora de las instituciones y del sistema en su conjunto.<sup>10</sup>

En 1978, se estableció el Sistema Nacional de Planeación Permanente de la Educación Superior (SINAPPES), que creó instancias de coordinación para la evaluación de las Instituciones de Educación Superior: Unidades Institucionales de Planeación a nivel institucional, tres Comisiones Estatales para la Planeación de la Educación Superior (COEPES), ocho Consejos Regionales para la Planeación de la Educación Superior (CORPES) y ocho Consejos Nacionales de Planeación de la Educación Superior (CONPES).

---

<sup>9</sup> La RIACES, se constituyó el 7 de mayo de 2003, en una reunión realizada en la CONEAU de Argentina

<sup>10</sup> Llarena de Thierry, Rocío. Op. cit.

La constitución del SINAPPES fue un paso importante en esa dirección aunque, en la práctica, la operación de las instancias del sistema (consejos estatales, regionales y nacionales) tuvo poco y desigual impacto en la vida académica de las instituciones. Sin embargo, el proceso cobró nuevas dimensiones a partir de la puesta en práctica del Programa para la Modernización Educativa (PME) en la Administración del Presidente Salinas de Gortari (1988-1994). Fue la primera vez que se dio una política hacia la educación superior que tenía como uno de sus ejes centrales la evaluación.

El PME (1989-1994), concebía la modernización de la educación en términos de excelencia, eficiencia, cobertura e innovación de la misma, por lo que buscó impulsar la mejora de la calidad de la educación superior a través de procesos de evaluación interna y externa de las instituciones. Además, cabe destacar que dicho programa retomó los planteamientos del Programa Integral para el Desarrollo de la Educación Superior (PROIDES), que fue aprobado en octubre de 1986 en la XXII Reunión Ordinaria de la ANUIES y reiteró el acuerdo con las Instituciones de Educación Superior expresado en el seno del SINAPPES.

En dicho Programa se instituye un programa global para la educación, el cual prioriza la evaluación externa del sistema universitario, la evaluación de las universidades a partir de indicadores, la evaluación del personal académico, la evaluación externa de los posgrados, la evaluación externa de los proyectos de investigación para otorgar una asignación presupuestaria, la propuesta de establecer un examen nacional de ingreso a la Universidad y la propuesta de establecer un examen nacional de egreso de la Universidad.<sup>11</sup>

En el PME, se menciona como lineamiento estratégico para modernizar la educación superior, entre otros, la evaluación permanente de los logros y los procesos de la educación superior. Para instrumentar este lineamiento se plantea el establecimiento de una Comisión Nacional de Evaluación de la Educación Superior (CONAEVA) en el seno de la CONPES, órgano cúpula del SINAPPES. Es importante destacar que con este sistema, se pretendía establecer el marco nacional para apoyar las acciones de modernización del sector educativo, como punto de convergencia de todas las acciones de evaluación que se realizaran en el país.

La CONAEVA es el órgano de enlace entre el gobierno federal y las instituciones de educación superior para efectos de la evaluación. Desde su instalación, en noviembre de 1989, asumió las siguientes funciones y responsabilidades: crear y articular un proceso nacional de evaluación de la educación superior, sentar las bases para dar continuidad y permanencia a este proceso, proponer criterios y niveles de calidad para las funciones y tareas y, apoyar a las diversas instancias responsables de su realización para que la lleven a cabo mediante los mecanismos más adecuados.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Díaz Barriga, Angel. "La Evaluación Universitaria en el contexto del pensamiento neoliberal" en Revista de la Educación Superior. No.88. Oct.-Dic. 1993.

<sup>12</sup> Llerena de Thierry, Rocío. Op. cit.

La CONAEVA propuso en 1990 algunas recomendaciones importantes para la evaluación, como reconocer e impulsar la diversidad de vocación de las instituciones, evitar el tratamiento uniforme debido a su heterogeneidad, definición por cada institución de los parámetros para su evaluación, reconocer situaciones y necesidades locales y regionales y desechar un paradigma general de evaluación para todas las instituciones. El proceso de evaluación se inició con la aplicación de un cuestionario en las diferentes instituciones (evaluación interna); siguieron las visitas a las universidades por parte de los Comités de Pares (evaluación externa) conformados por especialistas de las diferentes áreas académicas y administrativas de la educación superior. Se formaron así nueve Comités Interinstitucionales de Evaluación de la Educación Superior (CIEES).

Así, en 1991 la CONPES creó formalmente los CIEES, en el marco de concertación entre la Secretaría de Educación Pública y la ANUIES, con el objeto de apoyar los procesos del Sistema Nacional de Evaluación de la Educación Superior. Este sistema considera tres niveles de acción: 1) la autoevaluación, realizada por las propias instituciones de educación superior; 2) la evaluación interinstitucional por pares académicos, que efectúan los CIEES y 3) la evaluación global del sistema y subsistemas de educación superior, realizada por la Subsecretaría de Educación Superior e Investigación Científica (SESIC), la Subsecretaría de Educación e Investigación Tecnológicas (SEIT) y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT).

Los nueve CIEES instituidos son: 1) Administración y Gestión Institucional, 2) Arquitectura, Diseño y Urbanismo, 3) Ciencias Agropecuarias, 4) Ciencias de la Salud, 5) Ciencias Naturales y Exactas, 6) Ciencias Sociales y Administrativas, 7) Difusión y Extensión de la Cultura, 8) Educación y Humanidades y 9) Ingeniería y Tecnología. Su principal función es realizar la evaluación diagnóstica de programas académicos, de funciones institucionales y de proyectos. Además realiza la acreditación y reconocimiento de dichos programas académicos a través de órganos especializados en los que participan las instituciones educativas, los colegios y otras agrupaciones profesionales, los empleadores y el gobierno federal. Están integrados por Comités de Pares por área, que analizan información escrita aportada por las instituciones y verifican la realidad de la vida académica cotidiana, la cual debe coincidir con la información proporcionada. Posterior a su evaluación, formulan recomendaciones a las instituciones para mejorar los programas educativos. Hasta marzo de 2004 los CIEES han evaluado aproximadamente 2,500 programas académicos.

Otro suceso importante en el proceso de la evaluación de la educación superior fue impulsar la creación por parte de la CONPES,<sup>13</sup> de un organismo no gubernamental, cuyo propósito fuera regular los procesos de acreditación y que diera certeza de la capacidad técnica y operativa de las organizaciones especializadas dedicadas a la acreditación de programas académicos.

---

<sup>13</sup>En la Asamblea General de la ANUIES en 1997, se acordó impulsar la creación a través del CONPES de un organismo no gubernamental que regulara los procesos de acreditación (COPAES).

Esta institución respondía también a una demanda de la sociedad civil para la formación de un organismo que garantizara la operación de procesos confiables, oportunos y permanentes para el mejoramiento de la calidad de la educación superior. Después de realizar un amplio proceso de análisis para definir su estructura, composición y funciones, a finales del año 2000, fue instituido formalmente el Consejo para la Acreditación de la Educación Superior, AC. (COPAES).

El COPAES es la instancia facultada por el Gobierno Federal, a través de la Secretaría de Educación Pública, para formalizar el reconocimiento de organismos cuyo fin sea acreditar programas académicos que se impartan en las instituciones de educación superior públicas y particulares de nuestro país, previa valoración de su capacidad organizativa, técnica y operativa de sus marcos de evaluación para la acreditación de programas académicos, de la administración de sus procedimientos y de la imparcialidad de los mismos. Está integrado por personas morales, públicas o privadas de nacionalidad mexicana. Los asociados constituyentes son: la Secretaría de Educación Pública (SEP); la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES); la Federación de Instituciones Mexicanas Particulares de Educación Superior, A.C.; la Federación de Colegios y Asociaciones de Médicos Veterinarios Zootecnistas de México, A.C.; el Colegio de Ingenieros Civiles de México, A.C.; la Barra Mexicana, Colegio de Abogados, A.C.; la Academia Mexicana de Ciencias, A.C.; la Academia Nacional de Medicina de México, A.C. y la Academia Nacional de Ingeniería, A.C.

El reconocimiento que otorga el COPAES permite la regulación de los organismos acreditadores y los procesos de acreditación en las diversas áreas del conocimiento, con el objeto de evitar posibles conflictos de intereses y de informar a la sociedad sobre la calidad de un programa de estudios de nivel superior, particularmente a los posibles alumnos, padres de familia y a los empleadores. Cabe destacar que el reconocimiento de organismos acreditadores, así como la acreditación de programas académicos tienen una vigencia de cinco años, con carácter renovable después de una nueva valoración.

Como se ha podido observar las tendencias a favor de la acreditación convergen con procesos de internacionalización e integración que forman parte de las agendas regionales en distintas zonas del planeta. Por ello no es casual que los principales organismos multilaterales (UNESCO, OCDE, Banco Mundial, entre otros), coincidan en subrayar la importancia de impulsar mecanismos nacionales y regionales de acreditación.

En ese contexto, en México se ha venido impulsando desde hace varios años la formación de un mecanismo de acreditación de programas vinculado a los esquemas de evaluación académica que, también desde hace tiempo, concentran el foco de las políticas públicas en educación superior del país.

Son pues, la globalización y los cambios en los procesos productivos a la luz de las nuevas tecnologías y muy particularmente la apertura económica y comercial de México a partir

de la firma del TLC, los elementos que hablan de nuevas exigencias en las características de la formación y ejercicio profesional, donde un rasgo característico es su creciente competitividad tanto a nivel nacional como internacional. Estos aspectos han marcado el sentido de la política educativa a nivel superior desde los años 80, particularmente en lo que se refiere a la calidad de programas académicos universitarios y lo relativo al sistema de reglamentación y vigilancia del ejercicio profesional. Este es el marco en el que se impulsa la creación y definición de diversos mecanismos, instancias y procedimientos de evaluación de la calidad de la educación universitaria y la certificación profesional.<sup>14</sup>

Uno de los aspectos más importantes entre los modelos radica en el papel que corresponde a las agencias profesionales en la acreditación y el papel que cumple el Estado a través de distintas instancias de gobierno encargadas de la coordinación de la educación superior.

### **Definiciones**

Para los fines de la presente investigación, resulta de mucha importancia definir los conceptos relacionados con el objeto de estudio de este trabajo, la evaluación, concretamente la evaluación educativa en la educación superior y la acreditación de programas académicos.

En el campo educativo, “el término evaluación aparece a partir del proceso de industrialización que se produjo en Estados Unidos a principios de este siglo, que no sólo incidió y modificó su organización social y familiar, sino que obligó a los centros educativos a adaptarse a las exigencias del aparato productivo”.<sup>15</sup> En este contexto, la evaluación educativa surgió dentro de un paradigma esencialmente cuantitativo, en donde destacaba sólo la evaluación relacionada con el aprendizaje de los alumnos sin tomar en cuenta otros factores como la influencia del profesorado, la organización del centro educativo, etc.

Es importante señalar que a lo largo del tiempo el concepto de evaluación educativa se ha modificado conforme a los cambios económicos, políticos y sociales del mundo, de tal manera que, si bien en un principio esta evaluación estuvo sólo relacionada con la evaluación del aprendizaje de los alumnos y con la evaluación de planes y programas de estudio, actualmente incluye, además de los dos rubros anteriores, un conjunto de factores que se considera influyen en el proceso educativo como son: el personal docente, los recursos didácticos, la organización de la institución, la infraestructura, etc.

La evaluación educativa ha tenido varias definiciones, sin embargo la mayoría de los autores coinciden en que es un proceso de emisión de juicios por parte de expertos, resultado de la aplicación de instrumentos de medida congruentes con las actividades de

---

<sup>14</sup> Valle Flores, Ma. Ángeles. “Nuevas instancias de regulación del mercado de trabajo profesional en México”. Ponencia presentada en Latin American Studies Association (LASA), XXI International Congress Chicago, Illinois. CESU, UNAM. September 24, 1998.

<sup>15</sup> Casanova, María Antonia. La evaluación educativa. Escuela Básica. Ed. Muralla, Madrid, España. 1995. Pág. 28.

un programa y el logro de objetivos propuestos de antemano para la obtención y uso de información en la toma de decisiones acerca de un programa educativo, o bien para determinar el valor de los productos de un programa, independientemente de los objetivos que en éste se planteen.

En el caso particular de la evaluación en las Instituciones de Educación Superior (IES), Rocío Llarena define la evaluación como “la fase del proceso de planeación que consiste en la recolección, organización y análisis de la información que será utilizada para emitir juicios de valor respecto al sistema educativo, basados en la acción de cotejar periódicamente los objetivos y metas del mismo, a fin de realimentar las actividades de formulación e instrumentación.”<sup>16</sup>

Así, en el contexto de todo proceso de planeación, la evaluación desempeña un papel central por ser un medio para conocer el grado de avance o retroceso con respecto a los objetivos deseados, las metas a lograr y el efecto de las estrategias implantadas. Pero la evaluación tiene otros alcances, en el caso de la educación superior: “no debe ser concebida como la simple aplicación de instrumentos de medida, sino como un proceso que conduce a la emisión de juicios de valor sobre el estado que guarda este subsistema educativo y también, sobre el impacto social que este servicio educativo produce”.<sup>17</sup>

En muchas ocasiones la evaluación es confundida con la acreditación, porque ambas están relacionadas con el mejoramiento en la calidad de los programas educativos que ofrecen las instituciones docentes. Si bien la evaluación y la acreditación no significan lo mismo, éstas no pueden ser concebirse una sin la otra. La evaluación fue el inicio de la valoración de la calidad educativa en México, antes de incursionar en los procesos de acreditación.

La ANUIES en su documento *Consideraciones generales sobre el proceso de acreditación de las Instituciones de Educación Superior en México* precisa los alcances conceptuales de la evaluación y la acreditación de la siguiente manera:

- a) La evaluación es un proceso que, partiendo de un diagnóstico de situación, busca la optimización de la acción; analiza los datos para resolver problemas en una situación dada, con el fin de mejorar la funcionalidad de lo que se evalúa. En cambio, la acreditación es un procedimiento cuyo objetivo es registrar el grado de conformidad del objeto analizado, con un conjunto de normas convencionalmente definidas y aceptadas por las contrapartes involucradas: el acreditador y el acreditado.
- b) La meta de la acreditación se efectúa en función de los resultados de los diversos procedimientos de verificación utilizados. La evaluación es un proceso que puede

---

<sup>16</sup> Llarena de Thierry, Rocío. “La evaluación de la educación superior en México”, en *Revista de la Educación Superior*. No. 89. Ene.-Mar. 1994.

<sup>17</sup> “La Evaluación de la Educación Superior en México”. *Ponencia aprobada en la VII Reunión Extraordinaria de la Asamblea General de la ANUIES*. Febrero de 1984.

ser endógeno o exógeno; en cambio, la acreditación siempre se realiza ante un organismo especializado y depende, en última instancia, de un juicio externo.

c) La evaluación se asemeja más a un diagnóstico; la acreditación constituye una constancia de credibilidad.

d) De manera semejante, la acreditación se diferencia de la certificación, de la revalidación o de la convalidación, porque no pretende constituir equivalencias con base en similitudes, sino registrar la conformidad de una institución o de un programa en relación con estándares generales de excelencia.

Considerando lo anterior, se puede decir que la evaluación y la acreditación se basan en un examen de procesos y contenidos, por una parte, y por otra, se sitúan en el terreno de lo operativo, es decir de lo que se ha hecho o se podría hacer. La acreditación resulta de un conjunto de parámetros predefinidos, como un requisito de aceptación, y utiliza dispositivos específicos para apreciarla. No busca prioritariamente incidir en la acción, sino establecer una clasificación con base en el grado de adecuación de lo que pretende ser acreditado, con referencia a un conjunto de reglas.<sup>18</sup>

La acreditación en el ámbito de la evaluación educativa es definida por Elia Marum Espinosa como “un proceso de evaluación que culmina con la aceptación o no de la sociedad a la labor que realiza la institución, es una manifestación de credibilidad en su quehacer y en los recursos que se le asignan, es un proceso de dar crédito o reputación a un programa, a un grado o a una institución, asegurando que es realmente lo que se ofrece y lo que se dice ser”.<sup>19</sup>

En vista de lo anterior, existen entonces tres conceptos importantes de ubicar: evaluación, acreditación y certificación; los dos primeros referidos a instituciones y programas académicos y el último a los individuos.

La evaluación para la acreditación es un proceso de revisión de los programas académicos y de su operación, con el fin de mejorar la calidad académica de las instituciones y de sus planes y programas. Su punto de partida no es un modelo ideal de disciplina al que debe ajustarse la enseñanza de las ciencias sociales, sino el modelo que cada institución establece y sus condiciones de operación.

La acreditación de un programa académico de nivel superior es el reconocimiento público que otorga un organismo acreditador, no gubernamental y reconocido formalmente por el COPAES; en el caso de las Ciencias Sociales, la Asociación para la Acreditación y Certificación en Ciencias Sociales (ACCECISO), organismo que puede determinar si un programa académico cumple con determinados criterios, indicadores y parámetros de

---

<sup>18</sup> ANUIES, Secretaría General Ejecutiva. “Consideraciones generales sobre el proceso de la acreditación de las Instituciones de Educación Superior en México”, en *Revista de la Educación Superior*. No. 88. Oct.-Dic. 1993.

<sup>19</sup> Marum Espinosa, Elia. “Avances en el proceso de acreditación de las Instituciones de Educación Superior en México” Op. Cit. No. 96. Oct.-Dic. 1995.

calidad en su estructura, organización, funcionamiento, insumos, procesos de enseñanza, servicios y en sus resultados.

La certificación se refiere al reconocimiento público a las Instituciones de Educación Superior (IES), por parte de un organismo externo. Con la certificación se acredita y licencia la formación que proporciona la institución a sus estudiantes y el otorgamiento de la cédula profesional para el desempeño laboral de los mismos, con base en parámetros internacionales. Para regular todo lo relativo a la certificación de las profesiones, es decir, en lo que se refiere a las tareas conducentes a la definición de estándares de calidad y criterios para la certificación profesional, toman parte comités integrados por sectores de las IES en las diversas especialidades disciplinarias, así como asociaciones de escuelas, colegios de profesionistas y representantes de la Secretaría de Educación Pública.

La acreditación tiene tres propósitos generales, por una parte, asegurar a la sociedad que una institución educativa definió clara y apropiadamente la educación que imparte; por otro lado, fomentar el desarrollo y mejoramiento institucional y, finalmente, promover, desarrollar y utilizar la evaluación de manera permanente. Se trata entonces de lograr credibilidad sustentada en la evaluación, pero la evaluación es un proceso para usos y procedimientos internos a las instituciones, por lo tanto, no legitima públicamente la calidad e integridad de una institución, de ahí que sea necesario hacer pública la evaluación y sustentarla en el aval de miembros representativos de la sociedad civil y del gobierno.<sup>20</sup>

Para el caso específico de esta investigación y tomando en cuenta las definiciones anteriores, es importante señalar que la acreditación de un programa académico de nivel superior en Ciencias Sociales, es el reconocimiento público que otorga la ACCECISO, en tanto que cumple con determinados criterios, indicadores y parámetros de calidad en su estructura, organización, funcionamiento, insumos, procesos de enseñanza, servicios y en sus resultados. Significa también que el programa tiene pertinencia social.

---

<sup>20</sup>Marum Espinosa, Elia. Cfr. SUPRA



## 1.2 METODOLOGÍAS PARA LA EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR

Las metodologías utilizadas para la evaluación nos refieren forzosamente al concepto de indicadores.<sup>21</sup> El establecimiento de indicadores para realizar evaluaciones ha generado muchas discusiones respecto a qué tipo de indicadores son los más adecuados para realizar ese proceso. Históricamente, los indicadores hacen referencia a datos numéricos o estadísticos, niveles o parámetros para medir la calidad de algo. Los primeros ejercicios de evaluación en nuestro país tomaron como base criterios generales ampliamente discutidos como eficiencia, eficacia, congruencia, efectividad, productividad y pertinencia.

Carlos Pallán<sup>22</sup> considera que la evaluación en las IES mexicanas puede definirse en el marco de tres grandes etapas, las cuales nos parecen muy apropiadas para hablar de la evolución de las metodologías de evaluación educativa en México:

### 1. Exploración inicial:

En esta etapa se ubican los antecedentes de la evaluación diagnóstica en las IES públicas y cuyo primer resultado fue el documento “La evaluación de la educación superior en México”, elaborado en 1984 por el Grupo Técnico de la ANUIES que definió algunos elementos para el marco teórico y precisó las categorías, los criterios e indicadores para la evaluación. El documento fue un gran logro porque desarticulaba la evaluación del financiamiento<sup>23</sup>. Sin embargo, el uso de este modelo de indicadores no fue muy recurrente en las universidades, no obstante, el documento contribuyó en gran medida a la definición de la propuesta metodológica para realizar la evaluación de la educación superior, elaborada en 1990 por el Grupo Técnico de la Comisión Nacional de Evaluación de la Educación Superior (CONAEVA).

La evaluación basada en criterios meramente numéricos provocó una gran preocupación, lo que condujo a la elaboración de propuestas para incluir en las evaluaciones y modelos, elementos cualitativos que apoyaran la evaluación cuantitativa con el objetivo de obtener mejores resultados.

---

<sup>21</sup> Un indicador, etimológicamente quiere decir índice, o aquello que indica. La OCDE definió el “indicador social como un tipo de medida o dato estadístico integrado a un sistema de información, el cual facilita hacer juicios concisos, comprensivos y balanceados acerca de la condición en que se encuentra un fenómeno social. Determina la presencia de un fenómeno, señala por lo general, si los cambios que se hacen van en la dirección correcta, si determinadas cosas deben permanecer igual, si otras han mejorado y cuáles son más buenas que otras”.

<sup>22</sup> Pallán Figueroa, Carlos. “Los procesos de evaluación y acreditación de las Instituciones de Educación Superior en México en los últimos años.” en *Revista de la Educación Superior*, No. 91. Jul.-Sep. 1994.

<sup>23</sup> “La llegada de los indicadores a la educación superior mexicana, ocurre a finales de 1983, cuando la Subsecretaría de Educación Superior e Investigación Científica (SESI) estableció criterios de asignación de recursos que tomaban en cuenta no sólo la matrícula, sino también los esfuerzos que realizaran las instituciones en favor de la calidad y eficiencia. En función de esta política se inauguró el fondo de recursos extraordinarios, para estimular financieramente a las universidades que presentaron proyectos de superación académica congruentes con los 11 programas prioritarios señalados por el PRONAES. Se instrumentó, entonces, un proceso para la presentación y evaluación de proyectos y se argumentaron algunos criterios para evaluar y financiar universidades”. La propuesta de los criterios no fue aceptada por la mayor parte de las universidades públicas del país, por considerar, que atentaba contra la autonomía y no se concebía bajo una perspectiva integral de desarrollo de la educación superior. Mejía Montenegro, Jaime. “La evaluación cualitativa de la educación superior mexicana. ¿Una perspectiva aplazada? Op. Cit. No. 89. Ene.-Mar. 1994.

2. *Definición de los fundamentos teóricos, de las características y de los instrumentos de la evaluación:*

A partir de 1989 la CONAEVA inició acciones para promover la evaluación institucional en las IES públicas en torno a 99 indicadores. En esta etapa destacó el documento *Lineamientos generales y estrategia para evaluar la educación superior*, elaborado por la CONAEVA en 1990, el cual definió un marco conceptual, señaló una propuesta metodológica para la evaluación y presentó criterios, indicadores y parámetros generales. Cabe señalar que en el documento siguieron predominando los indicadores de tipo cuantitativo y los parámetros propuestos para cada indicador se aplicaron de manera invariable a todas las instituciones sin tomar en cuenta la heterogeneidad de las instituciones y sus particularidades, y al aplicarse, tendieron a uniformar las funciones de las casas de estudios superiores.

Aunado a estos trabajos, la ANUIES en un documento titulado *Observaciones y sugerencias para la evaluación de la educación superior*, planteó la necesidad de incorporar información de tipo cualitativo, de establecer parámetros institucionales autoreferidos y no generales y de simplificar el número de indicadores integrados en la propuesta inicial y, con base en el documento elaborado por la Secretaría General de la ANUIES, se elaboró la *Propuesta de lineamientos para la evaluación de la educación superior*,<sup>24</sup> se retomó el marco conceptual desarrollado en la propuesta inicial de la CONAEVA, se replantearon los criterios, se reformularon los indicadores y se establecieron aspectos relevantes de información cualitativa. Los elementos de evaluación cualitativa se refirieron al desarrollo institucional, la docencia, la investigación, la difusión y extensión, el apoyo administrativo y la infraestructura académica.

### 3. *Aplicación de los instrumentos de evaluación en las universidades públicas*

Sin embargo, la respuesta por parte de las IES ante la propuesta de indicadores cualitativos no fue favorable, debido a que la mayoría de ellas no consideró relevante la información solicitada para fines evaluativos de la CONAEVA, no contaron con tiempo suficiente para tal cantidad de información, no se realizaron ejercicios valorativos y se desconocía el método para formular juicios de valor con base en la información obtenida.

Esto dejó claro que el proyecto de evaluación cualitativa de la CONAEVA no tuvo el éxito deseado y la evaluación seguía centrándose en los indicadores cuantitativos. Lo anterior obligó a reflexionar sobre las metodologías utilizadas en la evaluación. La CONAEVA analizó los trabajos realizados por algunas IES y se dio cuenta de que en la mayoría de los casos, los reportes evaluativos carecían de coherencia metodológica entre los objetivos de la evaluación (categorías, criterios, indicadores y parámetros) y la emisión de juicios de valor.

Después de largas discusiones y acuerdos establecidos entre las IES, la SEP y la ANUIES, durante 1990 y 1992, surgieron varias propuestas metodológicas de las que se

---

<sup>24</sup> Aprobada por la Asamblea General de la ANUIES, julio de 1990.

desprendieron los siguientes criterios fundamentales para desarrollar las tareas de evaluación:

**1. Docencia en licenciatura y posgrado**

- 1.1 Oferta educativa
- 1.2 Planes de estudio
- 1.3 Estudiantes
- 1.4 Personal académico
- 1.5 Procesos de enseñanza-aprendizaje

**2. Investigación**

- 2.1 líneas de investigación
- 2.2 Proyectos de investigación
- 2.3 Planta de investigadores
- 2.4 Resultados de la investigación
- 2.5 Vinculación docencia-investigación

**3. Difusión y extensión**

- 3.1 Normatividad de la difusión y extensión
- 3.2 Oferta en difusión y extensión
- 3.3 Programas de difusión y extensión
- 3.4 Personal de difusión y extensión
- 3.5 Publicaciones y medios de comunicación

**4. Normatividad y Gobierno**

- 4.1 Instrumentos jurídicos
- 4.2 Órganos normativos y de gobierno
- 4.3 Participación de la comunidad institucional

**5. Organización**

- 5.1 Estructura académico-administrativa
- 5.2 Sistemas y procedimientos de organización
- 5.3 Servicios estudiantiles
- 5.4 Servicios académicos
- 5.5 Servicios administrativos

**6. Planeación y evaluación**

- 6.1 Planes y programas
- 6.2 Sistemas de información
- 6.3 Instancias de planeación y evaluación

**7. Financiamiento**

- 7.1 Patrimonio
- 7.2 Ingresos

7.3 Ejercicio presupuestal

7.4 Control presupuestal

**8. Relación educación superior-sociedad**

8.1. Normatividad técnica

8.2 Instancias de vinculación

**9. Política educativa**

9.1 En materia de crecimiento

9.2 En materia de financiamiento

9.3 En materia salarial

9.4 En materia de calidad académica

La última de las propuestas metodológicas desarrollada para orientar el proceso de evaluación institucional, en el año de 1992, redujo significativamente el número de indicadores para realizar el análisis pertinente y añadió un elemento de análisis innovador que consistió en el planteamiento de algunas "líneas de reflexión" sobre la temática a desarrollar en los criterios establecidos.

En general, organismos como la CONPES, la CONAEVA, la SEP, la ANUIES, el CONACYT, los CIEES, el CENEVAL y algunos otros de acreditación han publicado los marcos conceptuales y los criterios que orientan las actividades de evaluación. Sin embargo, la última propuesta en criterios de evaluación la han dado los CIEES, comités que establecieron los marcos de referencia para la evaluación y fijaron los criterios para realizar sus tareas. Cada comité tiene indicadores particulares, pero casi todos ellos coinciden en el establecimiento de grandes categorías generales:

- Insumos o factores: personal académico, alumnos, infraestructura, aspectos financieros.
- Procesos académicos: plan de estudios, proceso de enseñanza-aprendizaje, normatividad y planeación académica, administración académica.
- Resultados e impacto egresados, áreas del conocimiento, difusión del conocimiento, servicios a la comunidad.
- Personal académico: competencia, calificación, número de profesores adscritos al programa, tiempo de dedicación, grados académicos, pertenencia a sociedades científicas o profesionales, premios y distinciones, número de años de experiencia docente, número de publicaciones en revistas de prestigio, pertenencia al SNI, antigüedad, producción en material didáctico, políticas de ingreso, permanencia, promoción y actualización, mecanismos de evaluación del desempeño y de otorgamiento de estímulos.
- Alumnos: requerimientos de selección, desempeño durante el programa, características al egresar, niveles de calidad desarrollados en el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Infraestructura: la infraestructura deberá tener las siguientes características: suficiencia, actualidad, participación del alumnado y mantenimiento adecuado.
- Aspectos financieros: suficiencia en el monto del financiamiento para cubrir nóminas e inversiones y gastos de operación, equilibrio en las partidas y las fuentes de donde provienen. Contar con una sólida planeación financiera.
- Plan de estudios: características, extensión y profundidad con el conocimiento que se transmite al alumno; así como los niveles de comportamiento esperados, materiales de apoyo, estrategias, valores y habilidades que el alumno debe desarrollar.
- Proceso de enseñanza-aprendizaje: tipo de metodologías de enseñanza empleadas; mecanismos de evaluación del nivel de aprendizaje de los alumnos.

- Normatividad y planeación académica: suficiencia de reglamentación y establecimiento de un plan de desarrollo académico.
- Administración académica: que prevalezca lo académico sobre lo administrativo; contar con una organización definida y adecuada.
- Egresados: reglamentación del proceso de titulación, índice de deserción, descripción del perfil del egresado, número de egresados y de titulados así como, seguimiento de egresados.
- Difusión del conocimiento: participación externa en las instancias de planeación, desarrollo y revisión de planes y programas de estudio.
- Servicios a la comunidad mecanismos, personas y organismos de vinculación con los sectores científicos, educativo, social y productivo; así como el seguimiento y la valoración de los resultados.

Los trabajos de los CIEES respecto de la evaluación, han aportado los criterios para la acreditación institucional y de programas académicos. Actualmente, los CIEES realizan evaluación diagnóstica a partir de 129 criterios de evaluación agrupados en los siguientes rubros:

1. Contexto institucional
2. Planeación y organización de la dependencia
3. Administración académica y financiamiento de la dependencia
4. Plan y programas de estudio
5. Alumnado
6. Personal académico
7. Proceso de enseñanza-aprendizaje
8. Vinculación y educación continua
9. Infraestructura y equipamiento
10. Resultados

La definición de los criterios que actualmente utilizan los CIEES y los organismos evaluadores y acreditadores en educación superior son producto de los trabajos descritos en los párrafos anteriores y de posteriores trabajos que quedaron plasmados en documentos tales como el *Marco General para los Procesos de Acreditación de Programas Académicos de Nivel Superior (COPAES)*, *Desarrollo de Criterios, Indicadores y Parámetros para cada Categoría o Factor del Marco General (COPAES)*, *“Marco de Referencia para la Evaluación (CIEES, 1998)*, *Criterios para la Evaluar Programas Académicos de Licenciatura y Posgrado del Comité de Ciencias Sociales y Administrativas, CCSYA (CIEES, 2000)*, así como el *Manual para la Evaluación de Programas Académicos (CIEES, 2001)*.

Los organismos acreditadores reconocidos por el COPAES, establecen y aplican una metodología general de evaluación, un marco de referencia, indicadores, y parámetros de calidad para la acreditación que, en tanto se apeguen a las disposiciones de orden general del COPAES, podrán ser ejercidos con autonomía y aplicando los criterios complementarios que consideren apropiados para el cabal desempeño de sus funciones.

Así, para alcanzar sus objetivos, la ACCECISO ha establecido un conjunto de metodologías y criterios para la evaluación que toman como base aquellos que han sido ampliamente probados por el COPAES y los CIEES, es decir, que parte de la amplia experiencia alcanzada que se encuentra en los documentos elaborados por ellos. Es necesario destacar que la metodología y los criterios de evaluación que utiliza la ACCECISO se ajustan puntualmente a los establecidos por los CIEES, con el fin de poder trabajar con las evaluaciones que dicho organismo ha realizado en años pasados.

El proceso de acreditación en la ACCECISO se lleva a cabo a partir de 11 categorías y 93 indicadores.<sup>25</sup>

### **Categorías**

Las 11 categorías son las siguientes:

- Contexto institucional
- Personal académico
- Plan y programa de estudios
- Proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Alumnado.
- Infraestructura y equipamiento.
- Investigación
- Vinculación y educación continua
- Planeación y organización de la unidad.
- Administración académica y financiamiento de la unidad.
- Eficiencia terminal

### **Indicadores**

Para cada categorías se establecen los referentes de evaluación o valores ideales o deseables de cada indicador, partiendo siempre de la misión, objetivos y metas que el propio programa a evaluar establece.

Un programa académico de calidad es aquel que cuenta con:

- un equilibrio adecuado entre profesores con cierta antigüedad en el programa y los nuevos, con una planta académica idónea de soporte (nivel y categoría, tiempo de dedicación y distribución de cargas académicas);
- con producción de material didáctico, publicación de libros, capítulos de libros, artículos científicos publicados en revistas especializadas;

---

<sup>25</sup> ACCECISO, Criterios y procedimientos para la evaluación y acreditación. 2003. Las categorías e indicadores fueron extraídos textualmente de este documento.

- con experiencia en las actividades profesionales y adecuada relación de éstas con la docencia;
- con un currículum académico actualizado y pertinente, que sea explícito y conduzca el proceso enseñanza-aprendizaje, la investigación y difusión de la cultura y sea sujeto a revisiones periódicas;
- con altas tasas de eficiencia terminal, retención de alumnos, egreso, titulación;
- servicios eficientes y oportunos de atención individual y grupal de estudiantes;
- con procesos, mecanismos e instrumentos apropiados para la evaluación de los aprendizajes alcanzados en función del currículum;
- con infraestructura de apoyo al trabajo académico de profesores y alumnos moderna, suficiente y equipada;
- con un programa institucional de servicio social, pertinente y rigurosamente sustentado, articulado al programa académico y al entorno de éste;
- con resultados evidentes del seguimiento de egresados,
- con pruebas de que los egresados titulados son ampliamente aceptados en el mercado profesional y reconocidos por su sólida formación;
- con sistemas eficientes de conducción, gestión y administración al servicio de los objetivos académicos, y financiamiento, y
- con instrumentos jurídicos actualizados, suficientes y coherentes que regulen el funcionamiento y las formas de participación de la comunidad académica.

### ***1. Contexto institucional***

#### **1.- Otorgamiento de títulos profesionales y afiliación**

La unidad debe formar parte de una institución reconocida por las autoridades de educación pública federal estatal o, en caso de ser una institución autónoma, estar reconocida por su máxima autoridad para otorgar títulos profesionales.

#### **2.- Presupuesto y docentes de carrera**

La unidad debe contar con un presupuesto permanente y con facultades para proponer y otorgar nombramientos a profesores de tiempo completo dentro de un sistema institucional de desarrollo profesional.

#### **3.- Equidad y libertad de cátedra e investigación.**

La institución debe otorgar igual oportunidad de ingreso a los alumnos y de empleo al profesorado, y permitir la libertad de cátedra e investigación.

#### **4.- Apego continuo a los criterios de evaluación**

Todos los programas académicos de licenciatura y de posgrado que ofrezca la unidad, deben cumplir con los criterios que se precisan en este documento . En lo que corresponda, los presentes criterios son aplicables a los programas que se imparten bajo las modalidades educativas abierta y a distancia.

## 2. Personal académico

### *Políticas y Normatividad*

#### **5.- Políticas de personal**

El programa debe seguir las políticas institucionales establecidas para el reclutamiento, selección, mejoramiento y consolidación de su personal, las cuales deben ser congruentes con la misión y con los objetivos de la unidad y de la institución.

#### **6.- Planeación del desarrollo de los docentes**

El ingreso y desarrollo de todos los profesores debe ser resultado de un proceso de planeación.

#### **7.- Normatividad, ingreso, permanencia y promoción.**

Los procesos y las decisiones sobre el ingreso, la permanencia y la promoción del personal académico deben estar reglamentados de acuerdo con los requisitos establecidos. En estos procesos deben participar organismos integrados por profesores del programa y de programas afines y, de preferencia, algún elemento externo ajeno a la unidad.

Los mecanismos y los resultados de estos procesos deben ser informados a la comunidad académica.

#### **8.- Reglamentación para el personal de carrera**

Los profesores de tiempo completo deben tener reglamentada su participación en el programa de acuerdo con criterio de ética y productividad, eficacia y eficiencia académicos, en condiciones que se les garantice la permanencia en su actividad y una remuneración acorde con el desempeño de sus funciones.

### *Ingreso*

#### **9.- Estudios, experiencia y formación docente**

Quienes impartan cursos en licenciatura y en posgrado deberán contar con el título profesional o de grado.

#### **10.- En maestría, contar con producción escrita**

Los académicos de los programas de maestría, además de lo anterior, deben haber publicado libros o trabajos de investigación en revistas de prestigio académico, o mostrar una actividad equivalente en términos de investigación o trabajo profesional.

#### **11.- En doctorado, realizar investigación**

Los tutores de alumnos de doctorado deben, además, haber publicado trabajos de investigación en revistas de prestigio académico, o mostrar una productividad equivalente en términos de investigación.

#### **12.- Experiencia laboral en el área.**

Es conveniente que las asignaturas propias de la disciplina, y vinculadas con el ejercicio profesional, sean impartidas por profesores que tengan experiencia laboral en el área correspondiente.

#### **13.- Orientación para profesores de nuevo ingreso**

Es pertinente desarrollar programas de orientación para los profesores de nuevo ingreso, con el fin de adaptarlos a la institución y darles las herramientas didácticas suficientes para la impartición de cátedra.



### *Conformación de la Plantilla*

#### **14.- Proporción de profesores de tiempo completo con posgrado**

Se sugiere que la proporción de profesores de tiempo completo adscritos al programa y con posgrado sea acorde con el tipo y nivel del programa.

#### **15.- Estudio de posgrado y su equivalencia**

Es apropiado que exista un equilibrio entre profesores con grados académicos otorgados por la propia institución y por otras instituciones nacionales y extranjeras. En el caso de programas prácticos se acepta el equivalente de desarrollo y prestigio profesional en el área de su especialidad.

#### **16.- Proporción de profesores de carrera con la misma especialidad que el programa**

Es adecuado que entre los docentes de carrera adscritos a un programa específico haya un mínimo que tenga la misma profesión que la del programa, de acuerdo con el tamaño de éste. Es recomendable que si el programa es pequeño, cuente al menos con tres profesores de carrera, hasta llegar a un 20% del total de los profesores si es un programa grande.

#### **17.- Docentes de reciente ingreso y con antigüedad**

Es recomendable que exista un equilibrio entre el número de profesores nuevos y el de aquéllos con antigüedad en la institución.

### *Actividades Académicas*

#### **18.- Producción de material didáctico**

Es deseable que los profesores produzcan material de apoyo a la docencia.

#### **19.- Distribución de carga de trabajo del personal de carrera**

Es conveniente que el conjunto de profesores de tiempo completo tenga una distribución equilibrada de las siguientes actividades: impartición de clases, atención a alumnos, investigación, participación institucional, actualización y superación.

#### **20.- Horas frente a grupo de profesores por hora**

Los profesores por hora impartirán clases hasta 18 horas semanales en tres cursos o grupos como máximo.

#### **21.- Colaboración externa**

Es pertinente que la institución y la unidad implanten programas de apoyo para que los profesores de carrera colaboren en organizaciones externas, académicas y profesionales.

#### **22.- Formación y actualización**

Se sugiere promover acciones para la formación y actualización del personal académico, incluyendo cursos de educación continua y asistencia y participación a reuniones académicas nacionales e internacionales.

### *Evaluación y Estímulos*

#### **23.- Políticas de evaluación del desempeño**

Deben existir políticas para que periódicamente se verifique el cumplimiento de las responsabilidades del personal académico. Los resultados servirán para efectos de permanencia, promoción, y recontratación.

#### **24.- Mecanismos de evaluación del desempeño**

Deben mantenerse en operación mecanismos para la evaluación del profesor a través de órganos colegiados, alumnos y otros que sean conocidos por la comunidad académica.

#### **25.- Sistema de estímulos**

Debe existir un sistema de estímulos al personal académico basado en la evaluación del profesorado.

#### **26.- Asignación de los estímulos por órganos colegiados.**

En la asignación de los estímulos deberán intervenir órganos colegiados con integrantes de la comunidad académica.

#### **27.- Estímulos externos**

Es adecuado fomentar la participación del personal académico en sistema de estímulos externos a la unidad o institución, como el Sistema Nacional de Investigadores.

### **3. Plan y Programas de Estudio**

La calidad de un programa académico se alimenta con la existencia de un currículum actualizado, pertinente, congruente y consistente con la misión y objetivos de éste y de la dependencia académica en que se encuentre. El currículum debe señalar la organización y dirección del proceso de enseñanza-aprendizaje que se ha propuesto el programa, la investigación que se desarrollará y la difusión de la cultura, además debe ser sujeto a revisiones periódicas. Lo anterior debe tener como resultado altas tasas de eficiencia terminal, retención de alumnos, egreso, titulación; servicios eficientes y oportunos de atención individual y grupal de estudiantes. El currículum deberá desarrollar cuando menos los siguientes componentes:

#### **28. Objetivos del plan de estudios**

Los objetivos deberán expresar de manera clara las intenciones, metas y utilidad del programa académico. El plan de estudios debe contar con objetivos explícitos, contenidos y las actividades de enseñanza y aprendizaje, así como su congruencia, consistencia, articulación y pertinencia con los propósitos del programa académico.

#### **29. Diagnóstico de la disciplina**

El diagnóstico de necesidades sociales, económicas, políticas y de desarrollo científico y tecnológico, local, regional y nacional, así como del avance de la disciplina en el mundo, que fue el sustento para la creación o modificación del plan de estudios. El diagnóstico debe ser adecuado, pertinente y actualizado.

#### **30. El perfil de ingreso**

El programa académico debe contar con un perfil de ingreso que especifique los conocimientos, habilidades y actitudes que deberán reunir los aspirantes para ingresar, así como los requisitos de escolaridad y administrativos.

#### **31. El perfil de egreso**

El programa de contar con un perfil de egreso, que deberá señalar los conocimientos, habilidades, actitudes, aptitudes y valores que los alumnos tendrán al concluir los estudios previstos en el programa académico, el cual deberá ser congruente con sus objetivos.

### **32. La estructura curricular**

La estructura curricular debe señalar los planos que lo integran, la cobertura, congruencia y adecuación de la organización que rige el plan de estudios, así como la adecuación del mapa curricular en cuanto a: su articulación horizontal y vertical, la obligatoriedad, electividad y selectividad de las asignaturas o equivalente, seriación, su ponderación en términos de créditos, y la proporción y ubicación de las horas teóricas, prácticas y teórico-prácticas.

### **33. Programas de las asignaturas**

Deben existir programas o equivalentes de cada una de las materias que guían el proceso de enseñanza-aprendizaje; deberán contener, al menos, los siguientes elementos:

- objetivo general, congruente con los objetivos del plan de estudios,
- objetivos particulares de cada tema, descripción del carácter de la materia,
- recomendaciones de las actividades de aprendizaje,
- el método y procedimiento de evaluación del aprendizaje, y
- la bibliografía básica y apoyo.

### **34. Evaluación periódica del plan de estudios**

La revisión del plan de estudios debe ser realizada periódica y colegiadamente. Para ello, deben existir mecanismos y procedimientos para el seguimiento y evaluación del plan de estudios.

### *Específicos para posgrado*

#### **35. Requisitos de ingreso**

Los planes de estudio del posgrado deben especificar los requisitos de ingreso, permanencia y obtención del grado o diploma, así como la relación de actividades académicas y las asignaturas obligatorias y optativas, teóricas y prácticas que debe cursar el alumno.

#### **36.- Carga académica del doctorado**

Es recomendable que para el doctorado las instituciones eliminen paulatinamente la asignación de un número específico de créditos. Esto quiere decir que el plan de estudios adquiere un carácter personalizado, en función de los antecedentes del alumno y del tema de investigación acordado entre el tutor y el estudiante.

#### **37.- Diploma de especialización**

Para obtener el diploma de especialización será necesario haber logrado los objetivos que marque el plan de estudios respectivo y presentado los exámenes y trabajos cuyos lineamientos dictará el cuerpo colegiado.

#### **38.- Grado de maestría**

Para obtener el grado de maestro será necesario haber logrado los objetivos que estipule el plan de estudios respectivo y presentar una tesis o su equivalente y aprobar el examen de grado.

#### **39.- Grado de doctorado**

Para obtener el grado de doctor será necesario haber desarrollado satisfactoriamente las actividades asignadas por el tutor o su comité tutorial, así como presentar una tesis de investigación original y defenderla en un examen oral.

#### **4. Proceso de enseñanza-aprendizaje**

La operación de formas, mecanismos, periodos e instrumentos para evaluar y calificar el aprendizaje del alumno deberán ser adecuados, suficientes y pertinentes, y deberán permitir, en lo particular, la evaluación de los aprendizajes reales alcanzados por los estudiantes en cada asignatura o equivalente, a lo largo del trayecto educativo y al egreso del programa de estudios.

Un programa académico de calidad posee un currículum que incluye mecanismos, periodos, métodos e instrumentos apropiados de evaluación del aprendizaje al inicio, durante y al final de los estudios de los alumnos, en función del perfil del egresado y de los objetivos del currículum.

Los mecanismos, periodos, métodos e instrumentos de evaluación del aprendizaje deben estar contenidos en un ordenamiento jurídico que regule, al menos, formas de evaluación, la periodicidad, las calificaciones mínimas de aprobación, el número de oportunidades para acreditar una materia, el tiempo máximo para cubrir el número de créditos, las sanciones disciplinarias, los responsables de su control (departamentos, colegios, academias, etc.), la participación de la planta docente en la elaboración de los instrumentos, aplicación y calificación, supervisión y evaluación del proceso, así como en la revisión y actualización permanente de los reactivos e instrumentos. Este documento debe ser congruente con las normas y ordenamientos jurídicos vigentes de la institución.

La operación de los mecanismos, periodos, métodos e instrumentos de evaluación del aprendizaje, además de ser adecuados y pertinentes, deberán impulsar un carácter constructivo y formativo del proceso de enseñanza-aprendizaje y mejorar la calidad de la enseñanza; igualmente, deberán auxiliar en la asignación de calificaciones a los aprendizajes alcanzados por los estudiantes a lo largo de su formación académica y al egreso del programa académico; deben ser un elemento indicativo para tomar decisiones sobre el desarrollo curricular.

Es pertinente revisar los siguientes indicadores:

##### **40. Métodos de enseñanza**

Deben emplearse métodos de enseñanza orientados a mejorar el aprendizaje, que se establezcan de manera explícita.

##### **41.- Trabajo individual, en equipo y con la computadora**

Es conveniente que se aliente el trabajo en equipo y el uso cotidiano de la computadora.

##### **42.- Creatividad y pensamiento crítico**

Además de la información, el estudiante debe ser alentado a desarrollar la reflexión y la crítica.

##### **43.- Métodos y técnicas de investigación**

Es deseable que los diversos métodos y técnicas de investigación, de campo y documentales, se apliquen a lo largo de la carrera y sean utilizados de manera permanente.

#### **44.- Participación en proyectos de investigación**

Debe alentarse la organización de proyectos de investigación colectivos, coordinados por profesores o investigadores con experiencia, en los cuales los estudiantes sean alentados a participar.

#### **45- Actividades extracurriculares**

La enseñanza en aula debe complementarse con actividades extracurriculares, como pueden ser, entre otras, la asistencia a coloquios, conferencias, mesas redondas.

#### **46.- Aprendizaje permanente**

Es relevante que al estudiante se le inculquen hábitos que los conduzcan a mantener la actualización de sus conocimientos.

#### **47. -Evaluación del aprendizaje**

El plan de estudios debe incluir los mecanismos de evaluación de conocimientos, tanto en el inicio o ingreso al programa, como durante el desarrollo del mismo, estableciendo con claridad las diferentes modalidades que se apliquen.

#### **48.- Exámenes de diagnóstico o departamentales**

Con el fin de homogeneizar la enseñanza de los contenidos de las materias que forman el plan de estudios, facilitar el aprendizaje y crear certidumbre en el estudiantes, es importante contar con una política que tienda a establecer exámenes departamentales.

#### **49.- Cumplimiento de los programas de asignatura**

Debe contarse con mecanismos para verificar el cumplimiento cabal de los programas de las asignaturas que forman el currículo académico del programa.

#### **50.- Evaluación de la trayectoria escolar**

Se debe contar con estudios acerca de la permanencia, deserción y materias con mayor índice de reprobación.

#### **51.- Tutoría y orientación académico- profesional**

Es recomendable la existencia de un programa de tutorías para orientar a los estudiantes desde los primeros años.

#### **52.-Tutores en doctorado**

En el caso del programa de doctorado, se requiere la figura del tutor que supervise la formación del estudiante y su orientación permanente en su trabajo de investigación.

#### **53.- Actividades académicas y duración del doctorado**

Es necesario que el programa cuente con un programa claro y explícito que contenga las actividades académicas del estudiantes, sean éstas asistencia a cursos, participación en seminarios, coloquios de doctorantes o actividades extracurriculares.

### **5. Alumnado**

Los alumnos son la razón de ser de un programa académico y su aprendizaje es el referente para su diseño y aplicación. Por ello el programa, desde sus fundamentos filosóficos y su pertinencia social, aplicará políticas, estrategias y mecanismos para dar una atención adecuada a los estudiantes y seguimiento a su desarrollo educativo. El programa deberá:

- Mostrar evidencia de que la selección de los alumnos se hace con criterios académicos y que su perfil real de ingreso es congruente con el perfil de egreso establecido en el currículum.
- Contar con estudios de deserción, reprobación y bajo rendimiento en las asignaturas o equivalente, y con los programas remediales correspondientes.
- Contar con información sobre la eficiencia terminal y la titulación en el último quinquenio; así como, en su caso, mostrar las acciones para su incremento con calidad.
- Contar con mecanismos institucionales de tutoría académica individual y grupal, así como con servicios de apoyo al aprendizaje y al desarrollo personal de los alumnos.

El programa académico debe contar con datos completos y automatizados sobre la situación académica de cada estudiante: del programa de procedencia (bachillerato, licenciatura o maestría), la institución de educación superior y el carácter de ésta (pública, estatal o privada), y nivel socioeconómico de su familia, a fin de estar en posibilidad de informar de manera clara, oportuna y verídica, en todo momento, sobre cualquier aspecto de cada alumno. Se requiere contar con el expediente debidamente integrado de los estudiantes inscritos desde el inicio del programa y de un reglamento que regule la disponibilidad de dicha información.

La admisión a un programa académico de calidad está ordenada por la enumeración de requisitos de ingreso y la aplicación de un examen de selección al 100% de los aspirantes, que valore, entre otros aspectos, la disposición para el estudio, el razonamiento lógico, el manejo del lenguaje y los conocimientos mínimos que un aspirante debe poseer. El programa debe mostrar evidencia de que la admisión de alumnos se hace con criterios académicos y que el perfil real de ingreso es congruente con el perfil de ingreso establecido en el currículum. El propósito del examen es aceptar a quienes cumplan con los mínimos requeridos y con el perfil de ingreso. El examen de admisión debe ser válido y confiable en todo el país. Los resultados del examen, al mismo tiempo que son útiles para la admisión, deberán ser procesados para detectar necesidades de apoyo escolar o psicopedagógica de los alumnos.

La admisión de alumnos debe regularse mediante normas vigentes y estar íntimamente relacionada con las políticas institucionales para atender la demanda estudiantil en los distintos niveles (bachillerato, licenciatura y posgrado), de acuerdo con los recursos con que cuente el programa. La admisión habrá de reflejarse en una mayor eficiencia terminal con la más alta calidad académica.

La permanencia y acreditación de los alumnos, en un programa de calidad, están reguladas por un ordenamiento jurídico institucional de carácter general y uno particular, aplicados ambos por mecanismos adecuados y funcionales. Para garantizar eficacia y eficiencia del programa, el ordenamiento jurídico debe reglamentar, entre otros aspectos,

el número de oportunidades para acreditar una materia, el tiempo máximo para cubrir los créditos del programa (tanto para alumnos de tiempo completo como parcial), así como las sanciones disciplinarias específicas, en estrecha correspondencia con el tiempo establecido en el plan de estudios.

Lo deseable de un programa académico de alta calidad es que opere con: menos del 10% de deserción estudiantil anual; más del 80% de asistencia de alumnos a clases; un máximo de 10% de estudiantes acredita con la calificación mínima reglamentaria; un máximo de 10% de reprobados; menos del 10% de estudiantes de tiempo completo utiliza el tiempo máximo reglamentario para cubrir los créditos o cursos del programa; mantiene altas tasas de retención de alumnos al cabo del primer ciclo lectivo; tiene una adecuada proporción entre el número de alumnos que ingresan y los que egresan, y en licenciatura, al menos el 80% de los alumnos es de tiempo completo. Estos índices mínimos de desempeño de los alumnos deben estar integrados en un sistema de información automatizado que proporcione información, oportuna, verídica y sistematizada de series históricas de los últimos cinco años a partir del momento de evaluación. El beneficio de la información se debe manifestar en la operación de programas remediales adecuados u otras medidas por parte de las autoridades y docentes, para mejorar el desempeño académico de los alumnos, mantener los índices alcanzados e incrementar su calidad.

Un programa académico de calidad reglamenta la titulación de los alumnos de manera clara, estipulando al menos: los requisitos para acceder a exámenes profesionales o de grado, las opciones para titularse, los casos en que se pierde el derecho de titulación y el tiempo máximo para titularse después de cubrir los créditos del plan de estudios.

La calidad del programa académico se asegura por el establecimiento de un número adecuado de opciones de titulación y de la explicación de los procedimientos y mecanismos para presentar un examen o defender un trabajo escrito. En este sentido, es recomendable que del total de titulados, al menos 50% deberá haber optado por el desarrollo y defensa de una tesis; y deberá haber como mínimo 50% de egresados titulados. El tiempo máximo para obtener el título es de tres años después de haberse cubierto el plan de estudios; después de este lapso, y en caso de no contar con el título, el programa especificará los mecanismos para obtener dicho título.

Las opciones de titulación deberán ser congruentes con la misión, naturaleza y objetivos del plan de estudios y tendrán como propósito que los alumnos demuestren su capacidad de pensar, integrar e interpretar una realidad concreta con base en los conocimientos y habilidades adquiridos durante su formación. Para lograr altas tasas de titulación, el programa incorpora al currículum conocimientos y actividades que proporcionen a los alumnos las habilidades para la elaboración del trabajo.

Todo programa académico de calidad opera con un programa de estímulos y reconocimiento a los buenos alumnos para que mantengan o eleven su calidad académica,

fundado en las políticas institucionales y en los mecanismos explícitos y criterios académicos que los órganos colegiados del programa académico establecieron a este respecto. La existencia de un ordenamiento jurídico garantiza la transparencia del programa.

El programa debe considerar al menos los siguientes estímulos: ambientales (instalaciones agradables, salones bien iluminados y ventilados, etc.), afectivos (trato cordial con los profesores y entre compañeros), académicos (el logro de ciertos retos en la adquisición de conocimientos y de habilidades y sana competencia intelectual); económicos (becas, premios, exenciones de cuotas) o sociales (premiaciones, designaciones, etcétera).

Deben evaluarse los siguientes indicadores:

**54.- Congruencia entre perfil de ingreso y examen de admisión**

**55.- Políticas de selección**

**56.- Cursos propedéuticos o de homologación de conocimientos**

**57.- Oportunidades para acreditar una asignatura y tiempo para cubrir créditos, establecidos en los reglamentos de alumnos**

**58.- Reconocimiento al buen rendimiento académico**

**59.- Tamaño de los grupos, de acuerdo a criterios variables de acuerdo a los requerimientos de la materia**

**60.- Alumnos de tiempo completo**

**61.- Requisitos de ingreso al posgrado (título de licenciatura, aprobar el procedimiento de ingreso)**

**62.- En maestría, enfocarse a docencia e investigación**

**63.- En doctorado, enfocarse a la investigación**

## **6. Infraestructura y equipamiento**

El programa académico deberá de disponer de mecanismos ágiles para la utilización de la planta física y del equipo –aulas, laboratorios, talleres, centros de tutoría, bibliotecas, centros de lenguas, de cómputo, etc.- para el desarrollo del proceso enseñanza-aprendizaje. La infraestructura y equipo deben ser accesibles, adecuados y actualizados, siempre en función del número de alumnos y del personal académico, así como de las necesidades del programa.

La planta física debe operar bajo un programa de seguridad que cumpla con las normas de construcción y seguridad, en especial los laboratorios y talleres, así como con las de higiene, que incluya la limpieza permanente de las instalaciones y el manejo de los productos y desechos, con énfasis en los laboratorios, para salvaguardar las instalaciones e integridad del personal.



Igualmente, debe aplicar un programa de mantenimiento preventivo del equipo e instalaciones para salvaguardar el patrimonio institucional.

El programa debe presentar un plan de mejoramiento de la infraestructura y equipamiento que también contemple su actualización y las demandas en perspectivas.

Todo programa académico de calidad debe disponer de infraestructura adecuada y suficiente y de equipo moderno que contribuya al logro de sus objetivos, al desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje, a elevar la calidad del egresado y al apoyo del trabajo académico de profesores, alumnos y de las actividades administrativas. Su acceso se debe realizar mediante mecanismos ágiles, y debe haber suficiente personal técnico calificado y responsable de su mantenimiento y operación.

Deberán considerarse los siguientes indicadores:

#### **64. Aulas**

Deberá contar con suficientes aulas para atender a la matrícula de cada periodo escolar, y éstas, a su vez, deben tener espacio y mobiliario adecuados para alojar a los alumnos, condiciones convenientes de iluminación, ventilación, temperatura, aislamiento del ruido, orden y limpieza. Los responsables del programa deberán operar con índices de uso por hora de las aulas, con objeto de buscar el uso óptimo de los espacios.

#### **65. Laboratorios y equipos**

Deberá contar con laboratorios, talleres, equipo científico, experimental y de campo adecuados, modernos y suficientes, así como de suministros y equipamiento también suficientes y apropiados, destinados a las prácticas de los alumnos, y que fomenten un proceso de enseñanza-aprendizaje real y significativo de los alumnos y la investigación. De acuerdo con los objetivos del programa académico y su estructura, deberán existir convenios y programas de trabajo para el uso de laboratorios interdisciplinarios que sean compartidos con otras carreras. Para apoyar las experiencias de aprendizaje de alumnos y profesores, un programa académico de calidad comparte sus laboratorios, talleres y equipo con otras dependencias educativas, internas o externas de la institución, y con organismos públicos, sociales, civiles y privados, con base en convenios de colaboración cuyos fines estén claramente definidos.

#### **66. Biblioteca**

Deberá contar con una biblioteca moderna (y/o centro de información) que sea regulada por un ordenamiento jurídico, con un acervo bibliográfico y de suscripciones a publicaciones periódicas suficiente y acorde con los objetivos del programa académico, con espacios para lectura suficientes, con locales para la prestación de otros servicios como fotocopiado, cubículos para grupos de estudio y lugares para exposiciones, y que opere con personal especializado; servicios automatizados de consulta; un registro periódico del material en existencia, catalogado y el que aún falta; registros actualizados de los servicios prestados; un espacio suficiente para albergar a los alumnos. En la selección de material bibliográfico debe participar la planta académica. El espacio de la biblioteca ha de tener condiciones adecuadas de iluminación, ventilación, temperatura, aislamiento del ruido,

orden, limpieza y mobiliario adecuado que permitan un uso eficiente de ésta. El centro de información debe contar con equipo moderno y enlazado a las bases de datos de la institución y de otras dependencias relacionados con el área, que permita su consulta.

#### **67. Cómputo**

Una área de cómputo con equipo moderno y suficiente, que proporcione servicios de apoyo al personal académico, alumnos y personal administrativo. Esta área debe contar con un ordenamiento jurídico que regule su trabajo y el uso del equipo. El equipo debe estar accesible en horarios amplios y flexibles para atender la demanda, contar con personal capacitado de apoyo, facilitar el uso de manuales, contar con un programa de mantenimiento preventivo y correctivo, y planear su adecuación a los cambios tecnológicos. Es deseable llevar registro del uso del equipo de cómputo para efectos de programar mejor su utilización. Dependiendo del tamaño del programa y de las actividades de investigación o desarrollo de proyectos, es preferible disponer de redes de computadoras con software adecuado para las aplicaciones más comunes en dicho programa.

#### **68. Cubículos para profesores**

Deberá contar con cubículos para profesores de tiempo completo y medio tiempo suficientes y adecuados, con condiciones adecuadas de ventilación, iluminación, aislamiento de ruido, mobiliario funcional y en buen estado y con mantenimiento adecuado y permanente. Igualmente, se debe contar con áreas para el trabajo colectivo de los docentes. Para los profesores por horas debe existir un lugar apropiado en el que puedan desarrollar actividades de asesorías y/o preparación de material.

#### **69. Instalaciones para actividades deportivas**

Un mínimo de instalaciones para el fomento de actividades deportivas, recreativas y culturales, de acuerdo con al carácter general o particular que tengan los programas de la institución.

### **7. Investigación**

Cuando en el perfil de egreso de un programa académico se estipule el desarrollo de habilidades o destrezas para la investigación, se deberán mostrar los mecanismos que apoyan las actividades que se realizan con este fin, dar cuenta de las líneas de generación y aplicación del conocimiento de soporte al programa, de los trabajos y productos de la investigación que realizan los profesores y alumnos, y de la formas como se vincula la docencia con la investigación.

Todo programa académico de calidad opera con base en políticas y programas institucionales de investigación, con órganos académicos ad hoc y ordenamientos jurídicos. Del mismo modo, cuenta con suficiente personal académico, al menos con grado de maestría, que asegure resultados de calidad; dispone de suficiente y adecuada infraestructura y de equipo moderno para apoyar la investigación y con fondos suficientes para desarrollar los proyectos.

La investigación debe tener, al menos, algunos de los siguientes resultados: formar recursos humanos de alta calidad, fortalecer la formación de los estudiantes, promover el interés de los profesores por incursionar en nuevas etapas del conocimiento, promover el fortalecimiento de la institución, publicar libros y artículos en revistas arbitradas, obtener patentes, realizar aplicación o innovación tecnológicas, e impulsar estudios de posgrado, entre otros.

Por lo tanto deben revisarse los siguientes indicadores:

**70. Personal académico e infraestructura**

La unidad debe considerar personal académico de carrera, infraestructura suficiente en cuanto a espacios y a equipo y una política institucional que fije las líneas de investigación y su normatividad.

**71. Política y programa institucionales y presupuesto adecuado**

La función de investigación debe contar con líneas de investigación agrupadas en proyectos con un responsable asignado, normatividad expresa para el desarrollo de los proyectos, personal de apoyo suficiente y asignación de fondos dedicados exclusivamente a cada proyecto.

**72. Pertinencia de la investigación**

La función de investigación debe ser pertinente en cuanto a su contribución al desarrollo y aplicación del conocimiento del área y al mejoramiento social del entorno.

**8. Vinculación y educación continua**

El programa académico dará cuenta de las relaciones que tenga con los distintos sectores públicos, privados y sociales de su entorno y, en su caso, con los programas afines que ofrecen otras instituciones de educación superior en los ámbitos nacional e internacional, con el fin de cumplir con los objetivos del programa e incorporar y realimentar el quehacer educativo. Por tal motivo se valorarán, de manera especial, los siguientes indicadores:

**73. Seguimiento**

Estudios de seguimiento de egresados que muestren la pertinencia del programa, la aceptación de los egresados en el mercado laboral y la reorientación del currículum, en su caso.

**74. Sectores sociales**

Consideración de la opinión de los sectores sociales, en particular de los empleadores, en la construcción y revisión de los contenidos curriculares.

**75. Vinculación**

Programas de estancias de profesores y alumnos en las fuentes de trabajo, que permitan adquirir habilidades y prácticas complementarias en el ámbito nacional e internacional, con el fin de ampliar los horizontes, aprender nuevas formas de organización e intercambiar experiencias.

### **76. Servicio Social**

La operación de un programa institucional de servicio social que opere con criterios académicos y de beneficio social, con supervisión académica regular.

### **77. Servicios a sectores externos**

Prestación de servicios a los sectores externos que vinculen los requerimientos de la sociedad con las potencialidades del programa; coadyuven a la formación de los recursos humanos; que sean pertinentes y congruentes con los contenidos curriculares y, en su caso, alleguen recursos complementarios.

### **78. Intercambio**

Todo programa académico de calidad suministrará información sobre la manera en que alcanza sus objetivos, fortalece y realimenta su proceso académico con resultados de las relaciones que tiene con otros programas académicos de educación media y superior, y con los sectores científico, social, público, civil y privado de su entorno, sean del ámbito nacional o internacional. La eficiencia y eficacia de las relaciones dependen de la existencia de un responsable que las organice, planee, supervise y evalúe, además de que promueva la participación de profesores y alumnos en esta actividad; un ordenamiento jurídico ha de regular la vinculación que se debe efectuar a través de contratos, convenios, planes y proyectos vigentes y suficientes, acompañados de mecanismos ágiles y oportunos. Todo programa académico debe contar con al menos los siguientes mecanismos de vinculación:

- Estudios de seguimiento de egresados que muestren resultados de la pertinencia del programa, del reconocimiento y aceptación de los egresados en el mercado laboral y la necesidad de, en su caso, reorientar el currículum.
- Participación de los sectores sociales, en particular de los empleadores, en la planeación y actualización de los planes de estudio y en la revisión de los contenidos curriculares.
- Programas de estancias de profesores y alumnos en las fuentes de trabajo, que permitan adquirir habilidades y prácticas complementarias, con el fin de ampliar los horizontes, aprender nuevas formas de organización e intercambiar experiencias.
- Un programa pertinente y adecuado de servicio social, que opere con criterios académicos, cuente con supervisión académica regular y esté articulado al programa académico y al entorno de éste.
- Prestación de servicios a los sectores externos para vincular los requerimientos de la sociedad con las potencialidades del programa, coadyuvar a la formación de los recursos humanos, adecuar los contenidos curriculares y, en su caso, allegarse recursos complementarios.
- Servicios de educación continua dirigidos a egresados del programa académico y al público. En caso de ofrecer diplomados, éstos deben especificar las horas/clase, estar organizados en módulos y contar con mecanismos permanentes de evaluación para su mejoramiento.

## 9. Planeación y organización de la unidad

### **79.- Marco normativo**

La institución que ofrece el programa académico deberá operar con un marco normativo aprobado, vigente y de observancia general que regule su operación, que incluya al menos los ordenamientos siguientes:

1. Reglamento o Estatuto del Personal Académico, donde se regulen los procedimientos de ingreso, promoción y permanencia, así como los procedimientos de revisión.
2. Reglamento de alumnos que regule su admisión, permanencia, promoción y egreso.
3. Reglamento, lineamientos o instructivos de titulación.
4. Reglamento, lineamientos o reglas para el cumplimiento del servicio social.
5. Reglamento de la función de investigación y de su vinculación con la docencia y la difusión, en su caso.
6. Reglamento de becas y estímulos para profesores y alumnos, en su caso.
7. Reglamento, lineamientos o normas para el manejo de las finanzas institucionales.
8. Normas que rijan las funciones del personal no académico de apoyo al desarrollo del programa.
9. Código de ética y normas de convivencia para el personal académico, el de apoyo y de los estudiantes.

### **80.- Plan de desarrollo**

La conducción del programa académico deberá sustentarse en un plan de desarrollo que le de rumbo y le permita asegurar y mejorar su calidad de manera continua; deberá estar contenido en un documento que plasme los lineamientos de desarrollo del programa a corto plazo (tres años) y largo plazo (10 años), que incluya: su misión, visión, fortalezas y debilidades, aportes al desarrollo institucional, la manera como se piensan llevar a cabo las acciones planteadas, sus requerimientos humanos, financieros y de infraestructura, y sus estrategias y fuentes de financiamiento o vinculación que precise, además, los responsables de su instrumentación y los mecanismos de seguimiento y evaluación.

El proceso muestra las siguientes fases de planeación evaluación: diagnósticos, establecimiento de objetivos, programación, presupuesto, seguimiento, control y evaluación para asegurar que en su ejecución sean realizadas de manera coordinada y congruente y con alta calidad.

### **81.- Sistema de información**

Todo programa académico de calidad debe contar y operar con un sistema institucional de información actualizado que sirva de soporte a la toma de decisiones.

### **82.- Evaluación de resultados**

El proceso de planeación de la unidad académica se debe traducir en acción y, por tanto, se han de observar resultados concretos que constaten que el programa se ha beneficiado gracias a los trabajos de planeación y evaluación.

### **83.- Participación**

El proceso de planeación evaluación del programa académico debe procurar la participación de su comunidad y de sus cuerpos colegiados. Estos deben integrarse por profesores, alumnos y autoridades de la unidad académica, y estarán encargados, entre otras funciones, de la dirección académica y la evaluación del desempeño académico. La operación de estos cuerpos debe estar regulada por reglamentos que definan su integración, sus atribuciones, funciones y formas de trabajo. La elección de miembros de los órganos colegiados se debe realizar con procedimientos adecuados. Los procesos de toma de decisiones deben realizarse en los ámbitos de su competencia, con una periodicidad adecuada que permita el desahogo oportuno de los asuntos de la unidad académica. Las autoridades colegiadas deben contar con mecanismos para atender peticiones e inconformidades de su comunidad.

### **84.- Autoevaluación**

El programa académico debe efectuar ejercicios permanentes de autoevaluación que sean acordes y alimenten el proceso de planeación evaluación con el que se opera; además, debe promover la participación de sus miembros en el mejoramiento de la calidad de éste.

## **10.- Administración académica y financiamiento de la unidad**

### **85.- Información académico-administrativa**

El programa deberá demostrar que en su operación:

- Intervienen los responsables y sistemas idóneos para una administración y gestión académica que apoye efectivamente los procesos académicos del programa.
- Cuenta con personal no académico suficiente y capacitado en relación con la matrícula, personal académico y, en general, de las necesidades del programa.
- Cuenta con una base financiera que apoye el cumplimiento de actividades.
- La administración de los recursos se desarrolla conforme lo requiere la ejecución del programa.
- Demuestra un uso adecuado de los recursos financieros y que se hace un transparente rendimiento de cuentas de su ejercicio.

### **86.- Gestión administrativa**

Todo programa académico de calidad opera con sistemas eficientes de conducción, gestión, administración y financiamiento. Cuenta con un organigrama vigente y adecuado de su estructura de organización y con ordenamientos jurídicos para regular el trabajo administrativo. Opera al menos con los siguientes elementos:

- Responsables del programa académico y sistemas idóneos para una administración y gestión académica que, apoye efectivamente los procesos académicos.
- Personal no académico suficiente y capacitado, en una relación adecuada con la matrícula, personal académico y en general con los objetivos y misión del programa.

### **87.- Presupuesto**

Debe contar con un presupuesto suficiente para apoyar el cumplimiento de actividades del programa, cubrir las necesidades de operación, los requerimientos del plan de desarrollo y proporcionar mantenimiento a la infraestructura y al equipo. Esta asignación presupuestal del programa debe ser congruente con las políticas de la institución educativa. Para incrementar el presupuesto se deben operar mecanismos que desarrollen actividades para la obtención de recursos financieros extraordinarios. Se demuestra un uso adecuado de los recursos financieros cuando se exhibe un rendimiento de cuentas claro, periódico y permanente.

## **11. Eficiencia terminal**

### **88.- Normatividad**

En licenciatura, debe cumplirse con el reglamento de titulación, tanto en requisitos como en procedimiento; del mismo modo en el posgrado para la obtención del diploma o grado.

### **89.- Estadísticas de servicio social, egreso y titulación**

Debe contarse con estadísticas de servicio social, egresados y titulados o graduados, y deben realizarse acciones destinadas a incrementar los índices correspondientes.

### **90.- Calidad de los trabajos escritos para titulación y obtención del diploma o grado**

En los casos en que el proceso de obtención del título considere la presentación de algún tipo de trabajo escrito, deben existir criterios definidos para garantizar la calidad y originalidad de éstos.

### **91.- Exámenes de egreso y trabajos de investigación**

En licenciatura, es procedente estimular la presentación del correspondiente examen general para el egreso de la licenciatura. En posgrado es conducente requerir la presentación de trabajos de investigación para la obtención del grado.

### **92.- Eficiencia terminal y de graduación o titulación**

La eficiencia del proceso educativo debe analizarse a través del flujo de alumnos en cada periodo escolar que considere el programa. Debe contarse con estadísticas para determinar el rezago, la deserción y la eficiencia terminal. Asimismo, deberá calcularse la eficiencia de graduación o titulación de cada generación de alumnos.

### **93.- Seguimiento de egresados**

Deben llevarse a cabo estudios de seguimiento de egresados que indiquen la labor que realizan y el impacto de su desempeño en los ámbitos profesional y social.

## Capítulo 2

# EVALUACIÓN DEL PROGRAMA ACADÉMICO DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



## 2.1 CONTEXTO REGIONAL E INSTITUCIONAL

### Distrito Federal

El Distrito Federal (D.F.), ubicado en la zona centro de la República Mexicana, está dividido en 16 delegaciones políticas; cuenta con aproximadamente 8 millones 600 mil habitantes, de los cuales el 42.3% es población económicamente activa (PEA), el 34.95% es económicamente inactiva (PEI) y el 22.75% no tiene referencia. Las delegaciones con mayor población son: Iztapalapa, Gustavo A. Madero, Álvaro Obregón y Coyoacán. (*XII Censo General de Población y Vivienda 2000, INEGI*)

La Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) se encuentra ubicada en la Delegación Coyoacán. Dentro del campus universitario está la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, dentro de la cual se ubica el Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación.

Distribución de la población del Distrito Federal por Delegación Política					
Delegación	Población Total	Población Económicamente Activa (PEA)	% PEA	Población Económicamente Inactiva (PEI)	% PEI
Álvaro Obregón	687,020	294,720	8%	235,717	8%
Azcapotzalco	441,008	186,766	5%	161,742	5%
Benito Juárez	360,478	177,287	5%	122,729	4%
<b>Coyoacán</b>	<b>640,423</b>	<b>287,911</b>	<b>8%</b>	<b>225,438</b>	<b>7%</b>
Cuajimalpa de Morelos	151,222	61,752	2%	48,924	2%
Cuauhtémoc	516,255	237,117	7%	173,151	6%
Gustavo A. Madero	1,235,542	506,521	14%	456,860	15%
Iztacalco	411,321	175,618	5%	145,213	5%
Iztapalapa	1,773,343	716,950	20%	609,972	20%
Magdalena Contreras	222,050	93,493	3%	74,384	2%
Miguel Hidalgo	352,640	160,675	4%	122,740	4%
Milpa Alta	96,773	36,108	1%	33,620	1%
Tláhuac	302,790	114,868	3%	104,729	3%
Tlalpan	581,781	248,599	7%	198,173	7%
Venustiano Carranza	562,806	196,107	5%	166,859	6%
Xochimilco	366,787	148,535	4%	128,028	4%
<b>TOTAL</b>	<b>8,605,239</b>	<b>3,643,027</b>	<b>100%</b>	<b>3,008,279</b>	<b>100%</b>

Fuente: INEGI: XII Censo General de Población y Vivienda 2000.

Como lo muestra el cuadro anterior, la Delegación Coyoacán ocupa el cuarto lugar tanto en población total, como en PEA respecto a las demás delegaciones. En forma particular, el 44.9% de su población es económicamente activa, el 35.2% inactiva y del 19.8% no se tiene referencia. (*Censo económico 1999, INEGI*)

En lo que a economía se refiere, en el D.F. son 15 las actividades económicas desarrolladas, éstas se agrupan en: servicios de comercio (59.9%), servicios especializados profesionales y técnicos (21%) y servicios de educación (2.9%), es decir, que los servicios son la actividad económica más importante de la zona. (*INEGI, Censos económicos. Resultados oportunos. 1999*)

<b>Principales actividades económicas en el Distrito Federal 1999 (unidad económica y personal ocupado)</b>		
<b>Actividades</b>	<b>Unidades Económicas (Población)</b>	<b>%</b>
Comercio de productos no alimenticios, en establecimientos especializados.	82,148	22.1
Comercio de productos alimenticios, bebidas y tabaco al por menor, en establecimientos especializados.	79,583	21.4
Restaurantes, bares y centros nocturnos.	32,873	8.9
Prestación de servicios profesionales, técnicos y especializados, excluye a los agropecuarios.	17,119	4.6
Servicios de reparación y mantenimiento automotriz.	16,480	4.4
Servicios médicos, odontológicos y veterinarios prestados por el sector privado.	13,490	3.6
Otros servicios de reparación principalmente a los hogares.	13,441	3.6
Servicios personales diversos	12,809	3.5
Comercio de productos no alimenticios al por mayor, incluye alimentos para animales.	11,605	3.1
Comercio al por menor de automóviles, incluye llantas y refacciones.	5,887	1.6
Servicios educativos prestados por el sector privado.	5,508	1.5
Comercio de productos alimenticios, bebidas y tabaco al por mayor.	5,235	1.4
Servicios educativos prestados por el sector público.	5,126	1.4
Imprentas, editoriales e industrias conexas.	4,961	1.3
Molienda de nixtamal y fabricación de tortillas.	4,256	1.1
<b>Subtotal</b>	<b>310,521</b>	<b>83.8</b>
Resto	60,545	16.2
<b>Total DF</b>	<b>371,066</b>	<b>100</b>

Fuente: INEGI, Censos económicos. Resultados oportunos 1999.

### **Educación Superior en el Distrito Federal**

La población escolar total en el D.F. a nivel superior fue de 343,168 alumnos en el año 2002, sin considerar a los alumnos en situación de egresados y/o titulados. (*Anuario Estadístico ANUIES 2002*)

Fuente: Anuario Estadístico ANUIES 2002.

<b>Población escolar a nivel superior en el Distrito Federal, 2002</b>			
<b>Nivel</b>	<b>Primer ingreso y reingreso</b>	<b>Egresados 2001</b>	<b>Titulados 2001</b>
Técnico superior	2963	981	939
Licenciatura universitaria y tecnológica	331391	55861	34815
Educación normal	8814	2005	834
<b>Total DF</b>	<b>343168</b>	<b>58847</b>	<b>36588</b>

En 2003 existían 486 instituciones de educación superior en el D.F., todas ellas ofrecieron licenciaturas en diversas áreas de conocimiento. En el caso de la carrera de Comunicación y Ciencias de la Comunicación fueron, hasta 2003, 16 las instituciones públicas y privadas que contaron con esta licenciatura en el Distrito Federal y diez en el Estado de México; aunadas a las anteriores, ocho instituciones impartieron la Licenciatura en Periodismo en ambas entidades.

<b>INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN EL DISTRITO FEDERAL QUE OFRECEN LIC. EN COMUNICACIÓN, CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y PERIODISMO</b>		
<b>Institución</b>	<b>Carrera</b>	<b>Régimen</b>
<b>Lic. en Comunicación y Ciencias de la Comunicación</b>		
<b>CENTRO CULTURAL UNIVERSITARIO JUSTO SIERRA, A.C.</b>	LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION	Particular con RVOE de la SEP
<b>INSTITUTO DE COMUNICACIÓN Y FILOSOFÍA, A.C.</b>	LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION	Particular con RVOE de la SEP
<b>INSTITUTO DE ESTUDIOS SUPERIORES DEL COLEGIO HOLANDÉS</b>	LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION	Particular con RVOE de la SEP
<b>INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY (ITESM) CAMPUS CIUDAD DE MÉXICO</b>	LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION	Unidad Docente Particular Desconcentrada
<b>UNIVERSIDAD ANÁHUAC DEL SUR, A.C.</b>	LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION	Particular con RVOE de la SEP
<b>UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS A.C. CIUDAD DE MÉXICO</b>	LIC. EN COMUNICACIÓN	Particular con RVOE de la SEP
<b>UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MÉXICO (UVM) CAMPUS SAN RAFAEL Y CAMPUS TLALPAN</b>	LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION	Particular con RVOE de la SEP otorgado por Decreto Presidencial
<b>UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA</b>	LIC. EN COMUNICACIÓN	Particular con RVOE de la SEP otorgado por decreto presidencial
<b>UNIVERSIDAD INSURGENTES, S.C. PLANTEL ALAMOS Y PLANTEL TLALPAN</b>	LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION	Particular incorporada a la UNAM y con RVOE de la SEP
<b>UNIVERSIDAD INTERCONTINENTAL (UIC) ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION</b>	LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION	Particular con RVOE de la SEP
<b>UNIVERSIDAD LA SALLE, A.C. (ULSA) CAMPUS BENJAMÍN HILL</b>	LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION	Particular con RVOE otorgado por Decreto Presidencial
<b>UNIVERSIDAD MARISTA CAMPUS DEL VALLE</b>	LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN EDUCATIVA	Particular con RVOE de la SEP
<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO (UNAM) FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES</b>	LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION	Pública - Autónoma
<b>UNIVERSIDAD SALESIANA, A. C.</b>	LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION	Particular incorporada a la UNAM y con RVOE de la SEP
<b>UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR</b>	LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION	Particular incorporada a la UNAM y con RVOE de la SEP
<b>UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE MÉXICO (UNITEC) CAMPUS CUITLÁHUAC Y CAMPUS SUR</b>	LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION	Unidad Docente Particular Desconcentrada

<b>Lic. en Periodismo</b>		
<b>CENTRO DE ESTUDIOS UNIVERSITARIOS DE PERIODISMO Y ARTE EN RADIO Y TELEVISIÓN</b> SEDE PLANTEL CENTRAL	LIC. EN PERIODISMO	Particular con RVOE de la SEP
<b>CENTRO UNIVERSITARIO EN PERIODISMO Y PUBLICIDAD</b>	LIC. EN PERIODISMO	Particular con RVOE de la SEP en trámite
<b>ESCUELA DE PERIODISMO CARLOS SEPTIÉN GARCÍA</b>	LIC. EN PERIODISMO	Particular con RVOE de la SEP
<b>UNIVERSIDAD DEL DISTRITO FEDERAL</b>	LIC. EN PERIODISMO	Particular con RVOE de la SEP
<b>UNIVERSIDAD INSURGENTES S.C.</b> SEDE PLANTEL TLALPAN	LIC. EN PERIODISMO	Particular incorporada a la UNAM y con RVOE de la SEP

Fuente: Catalogo ANUIES de opciones de estudios a nivel superior, 2003.

RVOE: Registro de Validez Oficial de Estudios

<b>INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN EL ESTADO DE MÉXICO QUE OFRECEN LIC. EN COMUNICACIÓN, CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y PERIODISMO</b>		
<b>Institución</b>	<b>Carrera</b>	<b>Régimen</b>
<b>Lic. en Comunicación y Ciencias de la Comunicación</b>		
<b>CAMPUS UNIVERSITARIO SIGLO XXI</b>	LIC. EN COMUNICACIÓN	Particular, con RVOE de la Secretaría de Educación, Cultura y Bienestar Social del Estado de México
<b>INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY (ITESM) CAMPUS ESTADO DE MÉXICO Y TOLUCA</b>	LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION	Unidad Docente Particular Desconcentrada
<b>INSTITUTO UNIVERSITARIO DEL ESTADO DE MÉXICO</b>	LIC. EN COMUNICACIÓN	Particular, con RVOE de la Secretaría de Educación, Cultura y Bienestar Social del Estado de México
<b>UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO</b> UNIDAD TOLUCA	LIC. EN COMUNICACIÓN	Pública - Autónoma
<b>UNIVERSIDAD DE ECATEPEC</b> (antes Centro de Estudios Profesionales Ecatepec)	LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION	Particular con RVOE de la SEP
<b>UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MÉXICO (UVM)</b> CAMPUS LAGO DE GUADALUPE, LOMAS VERDES, TEXCOCO Y TOLUCA	LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION	Unidad Docente Particular Desconcentrada
<b>UNIVERSIDAD FRANCO MEXICANA A.C.</b> PLANTEL NORTE Y PLANTEL SATELITE	LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION	Particular incorporada a la UNAM, con RVOE de la SEP
<b>UNIVERSIDAD MEXICANA</b> PLANTEL CUAUTITLAN IZCALLI Y PLANTEL SATÉLITE	LIC. EN COMUNICACIÓN	Unidad Docente Particular Desconcentrada, de la Universidad Mexicana
<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b> ENEP ACATLAN Y ENEP ARAGON	LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION	Unidad pública desconcentrada
<b>UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE MÉXICO.</b> UNITEC CAMPUS ATIZAPAN Y CAMPUS ECATEPEC	LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION	Particular con RVOE de la SEP
<b>Lic. en Periodismo</b>		
<b>ESCUELA SUPERIOR DE ESTUDIOS HUMANÍSTICOS</b>	LIC. EN COMUNICACIÓN COLECTIVA Y PERIODISMO	Particular con RVOE de la SEP
<b>UNIVERSIDAD ANAHUAC</b>	LIC. EN COMUNICACIÓN CON PRE-ESPECIALIDAD EN MEDIOS	Particular incorporada a la UNAM y con RVOE de la SEP
<b>UNIVERSIDAD DE CUAUTITLÁN IZCALLI</b> PLANTEL LAGO DE LOS LIRIOS	LIC. EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN	Unidad Docente Particular Desconcentrada

Fuente: Catalogo ANUIES de opciones de estudios a nivel superior, 2003.

RVOE: Registro de Validez Oficial de Estudios

Las instituciones incluidas en el cuadro anterior son las que ofrecen la licenciatura en Comunicación, en Ciencias de la Comunicación y en Periodismo, sin embargo podemos encontrar otras instituciones que ofrecen programas académicos similares; algunos de esos programas son las licenciaturas en: comunicación social, diseño de la comunicación gráfica, comunicación organizacional, comunicación audiovisual, ciencias y técnicas de la comunicación, comunicación y relaciones públicas, comunicación colectiva y periodismo, periodismo y comunicación, entre otras.

Respecto a matrícula, a nivel nacional la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación ocupa el lugar número 12 en la lista de licenciaturas más pobladas en el país con una matrícula total en el año 2002 de 38,194 alumnos, según lo reporta la ANUIES en su anuario estadístico correspondiente a ese año.

Algunos datos de matrícula de Ciencias de la Comunicación en las principales instituciones de educación superior en el D.F. y área metropolitana se presentan a continuación.

<b>MATRÍCULA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN</b>			
<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>PRIMER INGRESO</b>	<b>REINGRESO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>I.T.E.S.M.</b> CAMPUS CIUDAD DE MÉXICO	60	423	483
<b>UNIVERSIDAD ANÁHUAC DEL SUR, A.C.</b>	59	163	222
<b>UVM</b> CAMPUS SAN RAFAEL	205	665	870
<b>UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA</b>	173	951	1124
<b>UNAM</b> ENEP ACATLAN	388	1196	1584
<b>UNAM</b> ENEP ARAGON	450	1038	1488

Fuente: Anuario Estadístico ANUIES 2002.

### **Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**

En 1551 surge la Real y Pontificia Universidad de México, dándose a conocer como una institución cultural y educativa desde ese año, hasta la guerra de Independencia, cuando fue cerrada por primera vez. La institución atravesó por varios periodos en que se abrió y cerró, hasta que el emperador Maximiliano la clausuró definitivamente. En 1910, se aceptó la iniciativa de Ley Constitutiva de la Universidad de México propuesta por Justo Sierra. En 1929 logró su autonomía, después del triunfo de un movimiento estudiantil y académico con el que obtuvo el nombre de Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), la cual es considerada la institución de educación superior más antigua del país y del continente americano.

La Universidad Nacional Autónoma de México “es una corporación pública –organismo descentralizado del Estado- dotado de plena capacidad jurídica y que tiene por fines impartir educación superior para formar profesionistas, investigadores, profesores universitarios y técnicos útiles a la sociedad; organizar y realizar investigaciones, principalmente acerca de las condiciones y problemáticas nacionales y extender con la mayor amplitud posible los beneficios de la cultura”.<sup>1</sup> La UNAM tiene derecho a expedir certificados de estudios, grados y títulos, según lo establece el Artículo 2, número IV de su Ley Orgánica.

La UNAM es la institución de educación superior de mayor liderazgo en el país, en el año 2003 contaba ya con 13 planteles de educación media superior, 44 Centros e Institutos de investigación y 22 planteles de educación superior (13 Facultades, 4 Escuelas y 5 Unidades multidisciplinarias).

La Facultad de Ciencias Políticas y Sociales<sup>2</sup> es una dependencia de la UNAM, surgió el 13 de mayo de 1951 como Escuela Nacional de Ciencias Políticas y Sociales (ENCPyS) e inició sus actividades el 9 de julio del mismo año en la calle Miguel E. Shultz No. 26, en la colonia San Rafael.

En un principio la ENCPyS impartía las carreras de Ciencias de la Diplomacia, Periodismo y Ciencias Políticas y Ciencias Sociales. Los primeros planes de estudio de la Facultad se hicieron con base en los estudios realizados por Don Lucio Mendieta y Núñez. En sus inicios la planta académica de la ENCPyS estuvo integrada por abogados debido a la falta de profesores formados en Ciencias Sociales en México.

En 1954 la Escuela cambio su sede a la casa de los Mascarones en San Cosme No. 71 y en 1958 se incorporó la Licenciatura en Administración Pública. Para 1960 se inaugura la sede de la ENCPyS en Ciudad Universitaria, la cual estaba ubicada entre Ciencias y Comercio.

En 1967 se empezaron a impartir maestrías y doctorados con lo cual la Escuela pasó a ser Facultad. En 1975 se pone en marcha el Sistema Universidad Abierta en la UNAM, rubro en el que la Facultad destacó. De 1975 a 1979 cambia el contexto de la Facultad, principalmente por el crecimiento de su población escolar. Durante la administración de Raúl Cardiel Reyes (1981-1984) surgió el proyecto para la construcción de nuevas instalaciones para la Facultad. En 1984 la Facultad estrenó instalaciones, bajo la dirección de Carlos Sirvent Gutiérrez.

La Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS) ha formado a la mayoría de los profesionales de las Ciencias Sociales mexicanos, y su contribución al desarrollo del conocimiento en este campo ha sido de mucha importancia. Diversas instituciones de

---

<sup>1</sup> Artículo 1, “Ley Orgánica de la UNAM”. Legislación Universitaria de la UNAM. Pág. 15.

<sup>2</sup> Los datos históricos de lo Facultad fueron extraídos del libro Historia, presencia y conciencia (Facultad de Ciencias Políticas y Sociales 1951-1991), de Sergio Colmenero, y del texto Historia de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (40 aniversario). Memorias, testimonios y noticias.

educación superior se han nutrido de profesores de la Facultad, tal es el caso de El Colegio de México, la Universidad Iberoamericana, diversos planteles de la UAM, el Instituto Tecnológico de Monterrey, entre otros. En el terreno de la investigación y el desarrollo del conocimiento en Ciencias Sociales, la Facultad ha desempeñado un importante papel gracias a las investigaciones que en ella se han realizado. De igual forma, mediante sus cursos, coloquios y conferencias, ha contribuido a la difusión del conocimiento y al enriquecimiento de las Ciencias Sociales.

La FCPyS ha tenido seis planes de estudio de licenciatura,<sup>3</sup> los cuales se han actualizado y/o modificado a lo largo de la historia de la Facultad, cambiando en algunos casos los nombres de las licenciaturas y en otros sólo los contenidos. El primer plan de estudios operó de 1951 a 1957 e incluía las licenciaturas en Periodismo, Ciencias Diplomáticas, Ciencia Política y Ciencias Sociales. En 1958 se hizo la primera modificación de los planes, vigente hasta 1966. En 1966 se llevó a cabo la segunda modificación que prevaleció hasta 1971, en este plan la carrera de Ciencias Políticas y Administración Pública tenía ambas especialidades, en CP o en AP. El cuarto plan de estudios permaneció de 1971 a 1976, en éste Ciencias Políticas y Administración Pública fueron consideradas dos licenciaturas. En 1976 se implementó un nuevo plan de estudios, el cual estuvo vigente hasta 1997. En 1997 con base en el *Proyecto de reforma de los planes de estudio de las licenciaturas de la FCPyS* se generó un nuevo plan de estudios, el cual actualmente sigue vigente y conserva las licenciaturas del plan de estudios anterior (1976).

EVOLUCIÓN DE LOS PLANES DE ESTUDIO DE LICENCIATURA DE LA FCPyS						
PLAN	1951-1957	1958-1966	1966-1971	1971-1976	1976-1997	1997-a la fecha
LICENCIATURAS	Periodismo	Periodismo	Ciencias de la Información	Periodismo y Comunicación Colectiva	Ciencias de la Comunicación	Ciencias de la Comunicación
	Ciencias Diplomáticas	Ciencias Diplomáticas	Relaciones Internacionales	Relaciones Internacionales	Relaciones Internacionales	Relaciones Internacionales
	Ciencia Política	Ciencias Políticas y Administración pública	Ciencias Políticas y Administración Pública	Ciencias Políticas y Administración Pública	Ciencias Políticas y Administración Pública	Ciencias Políticas y Administración Pública
	Ciencias Sociales	Sociología	Sociología	Sociología	Sociología	Sociología

La FCPyS cuenta con recientes planes de estudio de licenciatura y de posgrado. Los planes de estudio de licenciatura aprobados en 1997 se impartieron por primera vez en el semestre 1998-1 y los nuevos programas de posgrado se pusieron en marcha a partir del semestre 2000-1.

<sup>3</sup> Las fuentes de donde se tomaron los datos sobre planes de estudio fueron dos: el libro de Sergio Colmenero citado antes y la tesis de Martha Laura Tapia titulada La Facultad de Ciencias Políticas y Sociales: una historia de sus planes de estudio.

Actualmente la Facultad tiene a su cargo la impartición de cuatro licenciaturas: Ciencias Políticas y Administración Pública (opción Administración Pública y opción Ciencia Política), Ciencias de la Comunicación, Relaciones Internacionales y Sociología. Estas licenciaturas se imparten tanto en el sistema escolarizado, como en el sistema de universidad abierta. Asimismo, cuenta con un Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales (PPCPyS) y participa en el Programa de Posgrado en Estudios Latinoamericanos de la UNAM. El PPCPyS ofrece cuatro maestrías (Estudios Políticos y Sociales, Gobierno y Asuntos Públicos, Comunicación y Estudios en Relaciones Internacionales) y un Doctorado con cinco orientaciones (en Administración Pública, en Ciencias de la Comunicación, en Ciencia Política, en Relaciones Internacionales y en Sociología). El Programa de Posgrado en Estudios Latinoamericanos (PPEL), en el que participa la Facultad, ofrece una maestría y un doctorado, ambos con dos orientaciones, una en Ciencias Sociales y otra en Humanidades.<sup>4</sup>

### **Licenciatura en Ciencias de la Comunicación**

En 1951 con la creación de la ENCPyS surge la Licenciatura en Periodismo la cual tuvo como objetivo principal hacer del periodismo una carrera de nivel universitario. Conforme los planes de estudio fueron cambiando, la carrera de periodismo también. Las modificaciones hechas a los perfiles de ingreso y de egreso tuvieron su justificación en los cambios políticos, económicos y sociales del país, además de la importancia que adquirieron los medios masivos de comunicación.

La Licenciatura en Periodismo tuvo dos planes de estudio, el de 1951 y el de 1958, en el tercer plan de estudios de la FCPyS (1966-1971) la carrera cambió su nombre al de Ciencias de la Información, este plan de estudios se caracterizó por contener materias técnicas como Redacción periodística por ejemplo, además surgieron materias afines como publicidad, propaganda y relaciones públicas. En el cuarto plan de estudios (1971-1976) nuevamente cambió de nombre, ahora por Licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva. En este plan de estudios fue básica la impartición de materias sobre las teorías de la comunicación colectiva.

Finalmente la carrera de Ciencias de la Comunicación, surge como tal, con el plan de 1976 que estuvo vigente hasta el año de 1997, cuando se aprobaron las últimas modificaciones al plan de estudios. En el Plan de estudios de 1997 se conservó el nombre de Ciencias de la Comunicación, pero surgieron cinco opciones terminales: periodismo en los medios, producción audiovisual, publicidad, comunicación política y comunicación organizacional.

En el año 2003, el Programa de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación tuvo una matrícula total de 2,759 alumnos, 594 de primer ingreso y 2,165 de reingreso.

---

<sup>4</sup> La Facultad en cifras 2002-1 y 2002-2. Folleto de la Secretaría de Planeación y Evaluación. FCPyS.



<b>MATRÍCULA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN</b>						
	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
<b>PRIMER INGRESO</b>	598	539	611	593	598	594
<b>REINGRESO</b>	2248	1769	1926	1770	2050	2165
<b>TOTAL</b>	<b>2846</b>	<b>2308</b>	<b>2537</b>	<b>2363</b>	<b>2648</b>	<b>2759</b>

Fuente: Cuadros Estadísticos de la Secretaría de Planeación y Evaluación de la FCPyS.

<b>DISTRIBUCION MATRÍCULA FCPyS SISTEMA ESCOLARIZADO</b>				
<b>CARRERA</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
CIENCIA POLITICA Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	1189	1187	1254	1264
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	2537	2363	2648	2759
RELACIONES INTERNACIONALES	1110	1061	1180	1188
SOCIOLOGÍA	619	632	750	773
<b>TOTAL</b>	<b>5455</b>	<b>5243</b>	<b>5832</b>	<b>5984</b>

Fuente: Cuadros Estadísticos de la Secretaría de Planeación y Evaluación de la FCPyS.

## **El Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación**

La Facultad de Ciencias Políticas y Sociales está integrada académicamente por cuatro Divisiones de Estudios: la **División de Estudios Profesionales** (responsable de la licenciatura en el sistema escolarizado), la **División de Estudios de Posgrado**, la **División Sistema Universidad Abierta** (encargada de la licenciatura del sistema abierto y a distancia) y la **División de Educación Continua y Vinculación**. *(Ver organigrama general al final del capítulo)*

La División de Estudios Profesionales (DEPRO) coordina las actividades de cinco Centros de Estudios por Especialidad (antes coordinaciones de carrera) correspondientes a las opciones de licenciatura de la Facultad, además trabaja en coordinación con cuatro Centros de Estudios Interdisciplinarios. *(Ver organigrama DEPRO al final del capítulo)*

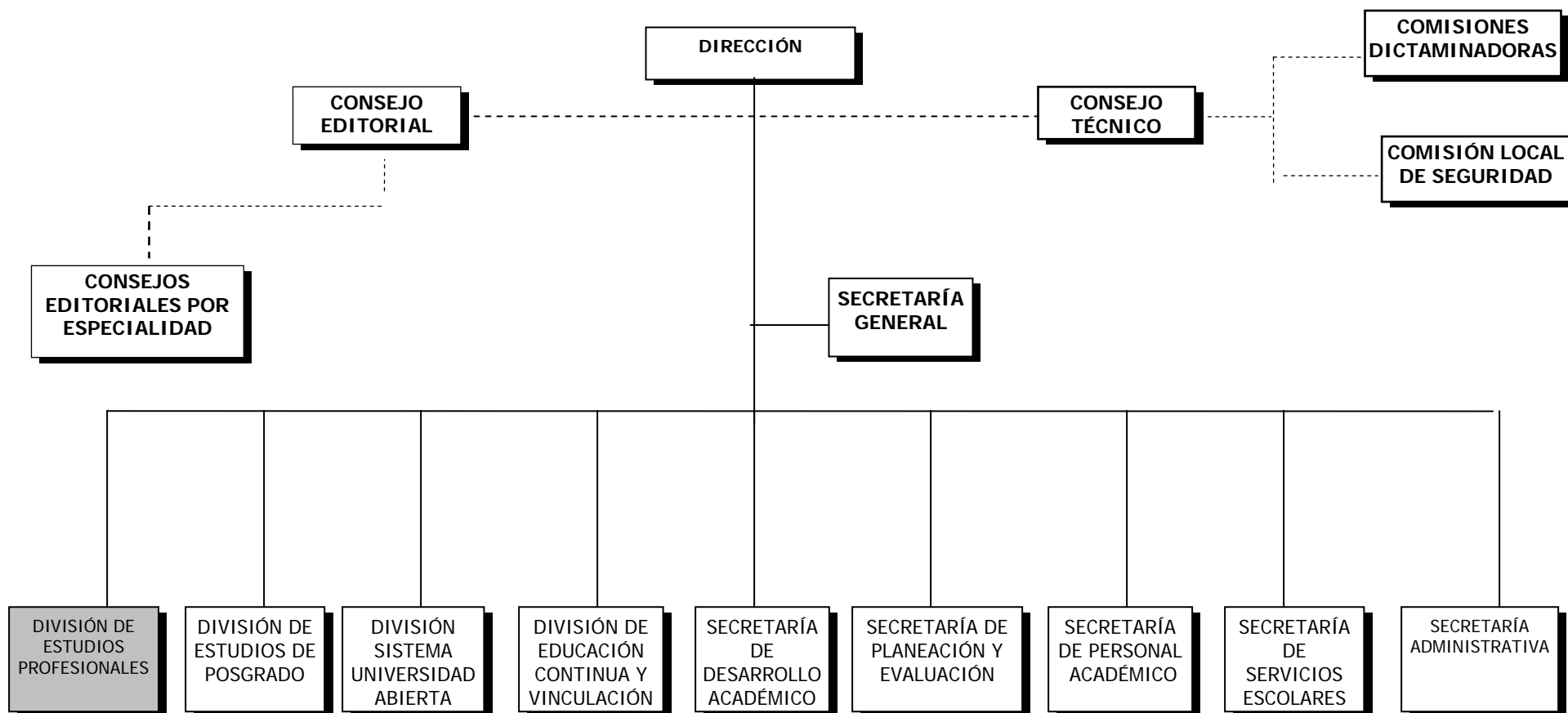
La FCPyS pasó en el año 2002 por un proceso de reestructuración académica que incluyó la transformación de las coordinaciones de carrera en centros de estudios, de tal forma que la Coordinación de Ciencias de la Comunicación se transformó en el Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación (CECC). La reestructuración también incluyó la creación de una Coordinación de Investigación al interior de cada centro de estudios. Asimismo, se crearon cuerpos colegiados internos, en el CECC se creó un Consejo Asesor Interno y se organizaron 10 ejes o seminarios, cinco correspondientes a las áreas temáticas de la formación inicial de la carrera y cinco correspondientes a cada opción terminal, es importante mencionar que el Consejo Asesor Interno está integrado por los responsables de los 10 ejes.<sup>5</sup> *(Ver organigrama CECC al final del capítulo)*

<sup>5</sup> Informe de Actividades 2001 de la FCPyS, Informe de Actividades 2002 de la FCPyS, Información de la Secretaría de Planeación y Evaluación. Información proporcionada por el CECC.

El CECC tiene a su cargo la organización académico-administrativa de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. El Centro no está encargado de la impartición de estudios de posgrado, en la Facultad la División de Estudios de Posgrado es la responsable del Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales que ofrece la Maestría en Comunicación y el Doctorado en Ciencias de la Comunicación.

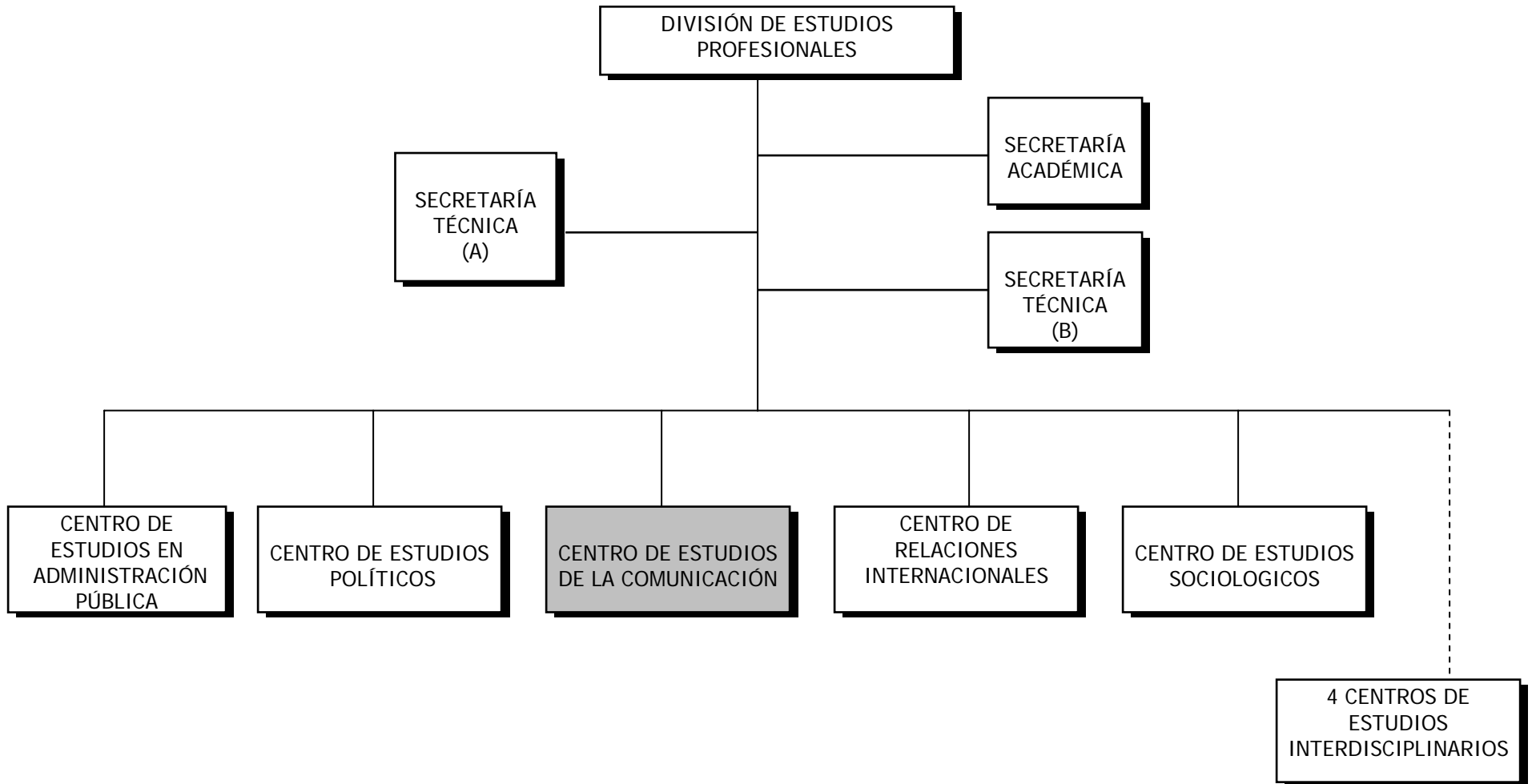
El responsable del CECC es el Dr. Rafael Reséndiz Rodríguez, quien es auxiliado por un Secretario Académico y un Secretario Técnico; la doctora Margarita Yépez es la Coordinadora de Investigación.

# ORGANIGRAMA GENERAL

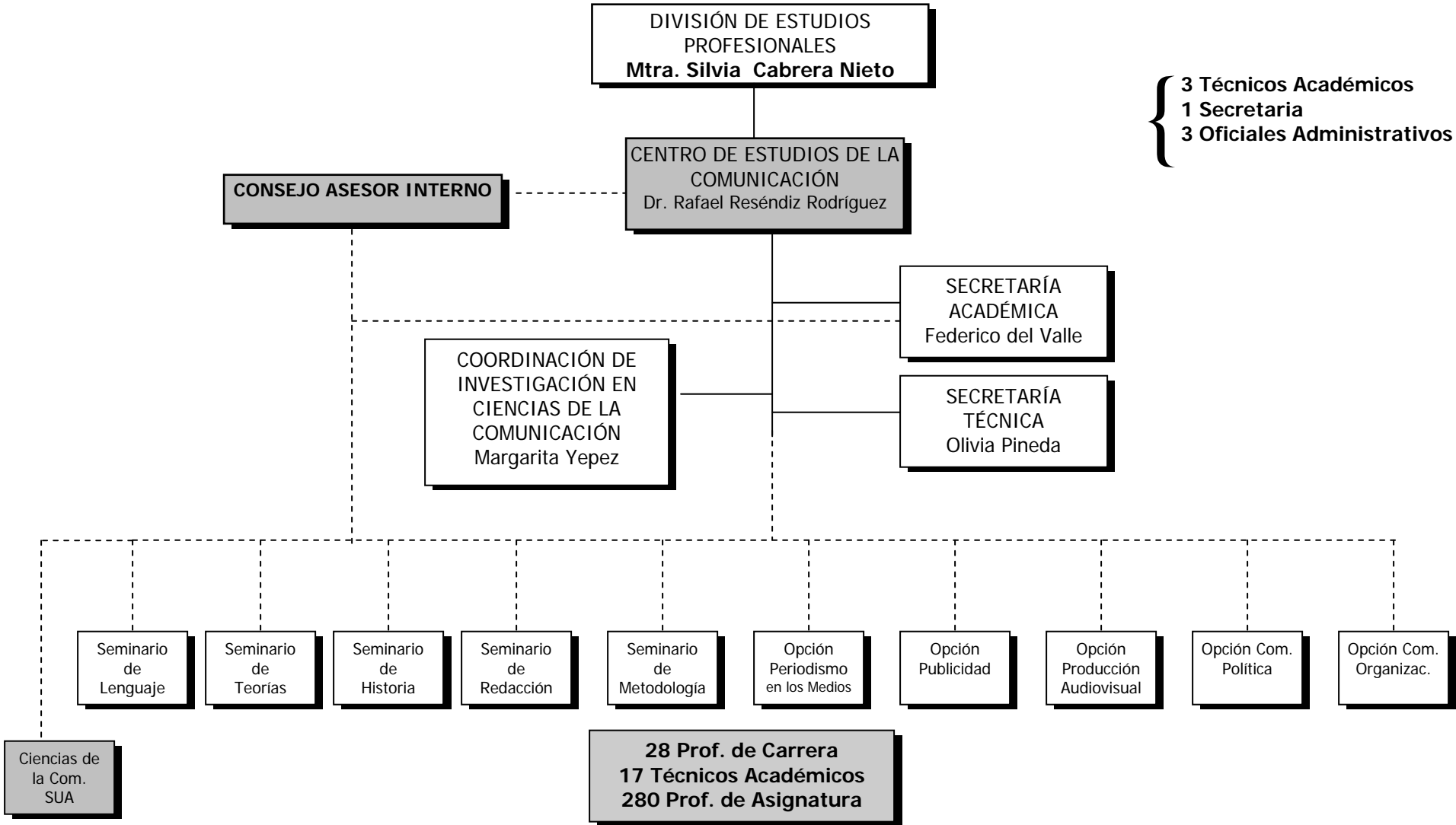


# DIVISIÓN DE ESTUDIOS PROFESIONALES

---



# Centro de Estudios de la Comunicación



3 Técnicos Académicos  
1 Secretaria  
3 Oficiales Administrativos

## 2.2 PERSONAL ACADÉMICO

Las relaciones entre la Universidad Nacional Autónoma de México y su personal académico se rigen por la *Legislación Universitaria* de la UNAM, la cual incluye un apartado titulado **Estatuto del Personal Académico (EPA)**; dicho documento señala las funciones, derechos y obligaciones del personal académico de la UNAM. Esta reglamentación aplica para el personal académico de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales y a su vez a cada uno de los profesores adscritos a los Centros de Estudios por Especialidad, tal es el caso del Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación.

Las funciones del personal académico de la Universidad son: impartir educación bajo el principio de libertad de cátedra y de investigación, para formar profesionistas, investigadores, profesores universitarios y técnicos útiles a la sociedad; organizar y realizar investigaciones principalmente acerca de temas y problemas de interés nacional, y desarrollar actividades conducentes a extender con la mayor amplitud posible los beneficios de la cultura, así como participar en la dirección y administración de las actividades mencionadas.<sup>6</sup>

### **Proceso de reclutamiento, selección e inducción de nuevos profesores**

El personal académico en la Universidad está integrado por: ayudantes de profesor o de investigador, técnicos académicos, profesores e investigadores; “este personal podrá laborar mediante nombramiento interino o definitivo o por contrato por prestación de servicios”.<sup>7</sup>

#### *Ayudantes de Profesor e Investigador*

De acuerdo al Artículo 20 del EPA, son ayudantes quienes auxilian a los profesores y los investigadores en una materia determinada, un curso específico o una sección académica. La ayudantía tiene como fin capacitar al personal para el desempeño de funciones docentes o de investigación. Los Ayudantes de Investigador realizan las labores determinadas en los planes y programas de trabajo de la dependencia.

<b>AYUDANTES DE PROFESOR E INVESTIGADOR</b>				
	<b>Nombramiento</b>	<b>Contratación</b>	<b>Categoría</b>	<b>Nivel</b>
<b>Ayudantes de profesor</b>	Por contrato	Por horas	-	A o B
<b>Ayudantes de investigador</b>	Por contrato	Medio tiempo o Tiempo completo	-	A, B o C

Fuente: Estatuto del Personal Académico, Legislación Universitaria de la UNAM.

<sup>6</sup> Artículo 2, “Estatuto del Personal Académico”. *Legislación Universitaria de la UNAM*. Pág. 197.

<sup>7</sup> Artículo 4. *Ibid.* Pág. 197 y 198.

### *Técnicos Académicos*

Para la Universidad son Técnicos Académicos quienes demuestran “tener la experiencia y las aptitudes suficientes en una determinada especialidad, materia o área para realizar tareas específicas y sistemáticas de los programas académicos y/o de servicios técnicos de una dependencia de la UNAM.”<sup>8</sup>

TÉCNICOS ACADÉMICOS				
	Nombramiento	Contratación	Categoría	Nivel
<b>Técnicos académicos</b>	Interino, definitivo o por contrato	Medio tiempo o Tiempo completo	Auxiliar, Asociado o Titular	A, B o C

Fuente: Estatuto del Personal Académico, Legislación Universitaria de la UNAM.

### *Profesores e Investigadores*

Los Profesores e Investigadores son: ordinarios, visitantes, extraordinarios o eméritos. Los Profesores o Investigadores *ordinarios* tienen a su cargo las labores permanentes de docencia e investigación; los *visitantes* desempeñan funciones académicas o técnicas específicas por un tiempo determinado, las cuales son remuneradas por la universidad; los *extraordinarios* son los provenientes de otras universidades del país o del extranjero, que de conformidad con el Reglamento del Reconocimiento al Mérito Universitario, hayan realizado una eminente labor docente o de investigación en la UNAM o en colaboración con ella; son *eméritos* aquellos a quienes la Universidad honra con dicha designación por haberle prestado cuando menos 30 años de servicio, con gran dedicación y haber realizado una obra de valía excepcional.

En el rubro de profesores e investigadores el EPA contempla que los profesores ordinarios pueden ser de asignatura o de carrera y los investigadores sólo son de carrera.

Los profesores de asignatura son aquellos que de acuerdo con la categoría fijada en su nombramiento, son remunerados en función del número de horas de clase que impartan. Pueden impartir una o varias materias.

PROFESOR E INVESTIGADOR				
	Nombramiento	Contratación	Categoría	Nivel
<b>Profesor de asignatura</b>	Interinos o definitivos	Por horas		A o B
<b>Profesor o investigador de carrera</b>	Por contrato	Medio tiempo o Tiempo completo	Asociado o Titular	A, B o C

Fuente: Estatuto del Personal Académico, Legislación Universitaria de la UNAM.

El personal académico de Tiempo Completo labora 40 horas a la semana y el de Medio Tiempo dispone de 20 horas a la semana para la realización de sus labores académicas.

<sup>8</sup> Artículo 9. *Ibid.* Pág. 200.

Los procesos de selección, promoción y adscripción para el personal académico de la UNAM son los siguientes:

Para *Ayudantes de profesor e investigador* “las comisiones que dictaminen sobre el ingreso o promoción de los profesores e investigadores, dictaminaran también sobre el ingreso y promoción de los ayudantes de medio tiempo y de tiempo completo, observando el siguiente procedimiento:”<sup>9</sup>

- a) el director de la dependencia, con aprobación del respectivo Consejo Técnico, expedirá una convocatoria
- b) la convocatoria deberá expresar el número de plazas, las materias, áreas y especialidades; los requisitos que deberán satisfacerse de acuerdo con este estatuto y con la naturaleza de los servicios de que se trate, así como el término en que los interesados deberán entregar la documentación correspondiente, que no será menor de 15 días hábiles a partir de la fecha de publicación de la convocatoria;
- c) el director turnará la documentación, con su opinión, a la comisión dictaminadora;
- d) la comisión dictaminará quienes deben cubrir la plaza o plazas o, en su caso, las declarará vacantes. El dictamen deberá ser ratificado por el Consejo Técnico.

“Para dictaminar sobre los nombramientos y promociones de los *Técnicos académicos*, los Consejos Técnicos, internos o asesores, nombran comisiones dictaminadoras integradas por tres miembros propietarios y tres suplentes; o pueden decidir que sean las mismas que funcionan en relación con profesores e investigadores”.<sup>10</sup> Según lo establece el EPA, para nombrar a los técnicos académicos se observará el siguiente procedimiento:

- a) El director de la dependencia someterá a consideración del Consejo Técnico, interno o asesor, según el caso, la convocatoria respectiva y una vez aprobada ordenará la publicación en el órgano oficial de información de la UNAM, y dispondrá que se fije en lugares visibles de la dependencia;
- b) la convocatoria señalará los requisitos para ocupar la plaza, la fecha límite para recibir solicitudes que no podrá ser menor de 15 días hábiles y la clase de pruebas a que deberán sujetarse los candidatos para demostrar su aptitud y conocimientos;
- c) las solicitudes serán presentadas en la propia dependencia en el lugar y forma que señale la convocatoria, y
- d) la comisión, después de oír al director de la dependencia, emitirá un dictamen razonado en que se especificará el nombre de la persona a quien deba adjudicarse la plaza o la circunstancia de no haberse presentado candidato idóneo.

“La resolución de la comisión dictaminadora se basará principalmente en la capacidad demostrada, en los antecedentes académico-técnicos, en la experiencia de los aspirantes y en las necesidades de la dependencia. Igual que en el caso de los ayudantes, las

---

<sup>9</sup> Artículo 23. *Ibid.* Pág. 205

<sup>10</sup> Artículo 14. *Ibid.* Pág. 202.



resoluciones de la comisión dictaminadora serán sometidas al Consejo Técnico correspondiente para su ratificación.”<sup>11</sup>

Los concursos de oposición, de acuerdo a la Legislación Universitaria, son los procedimientos para el ingreso o la promoción de los *Profesores e investigadores*. El concurso de oposición para ingreso, o concurso abierto, es el procedimiento público a través del cual se puede llegar a formar parte del personal académico como profesor o investigador de carrera interino, o a contrato, o como profesor definitivo de asignatura.

“El concurso de oposición para promoción, o concurso cerrado, es el procedimiento de evaluación mediante el cual los profesores o investigadores de carrera, interinos o a contrato, pueden ser promovidos de categoría o de nivel o adquirir la definitividad; y los definitivos de carrera y asignatura ser promovidos de categoría o de nivel.”<sup>12</sup>

El mismo Artículo establece que los profesores e investigadores al servicio de la UNAM cualquiera que sea su categoría o nivel pueden participar también en los concursos de oposición para ingreso o concursos abiertos, con el sólo objeto de ser promovidos de nivel o de categoría.

Pueden solicitar al Consejo Técnico respectivo que se abra un concurso de oposición:

- a) el director de la dependencia;
- b) el consejo interno;
- c) tres o más miembros del mismo Consejo Técnico;
- d) los interesados en los casos expresamente previstos en el estatuto.

Los criterios de valoración que deberán tomar en cuenta las comisiones para formular sus dictámenes, serán: (*Art. 68 del EPA*)

- a) la formación académica y los grados obtenidos por el concursante;
- b) su labor docente y de investigación, incluyendo su actividad como becario, técnico o ayudante;
- c) sus antecedentes académicos y profesionales;
- d) su labor de difusión cultural;
- e) su labor académico-administrativa;
- f) su antigüedad en la UNAM;
- g) su intervención en la formación de personal académico;
- h) las opiniones del consejo interno o asesor, en los casos en que así proceda, e
- i) los resultados de los exámenes
- j) En igualdad de circunstancias se preferirá:
  - a) a los aspirantes cuyos estudios y preparación se adapten mejor al programa de labores de la dependencia;
  - b) a los profesores definitivos de asignatura;

---

<sup>11</sup> Artículo 16. *Ibid.* Pág. 203.

<sup>12</sup> Artículo 66. *Ibid.* Pág. 218 y 219.

- c) a los capacitados en los programas de formación de profesores e investigadores de la UNAM y de su dependencia;
- d) a quien labore en la dependencia, y
- e) a quien labore en la UNAM.

Cuando el Consejo Técnico resuelva cubrir las plazas vacantes o de nueva creación mediante concurso de oposición para ingreso, el director de la dependencia emitirá una convocatoria que, luego de ser enviada al Secretario General de la UNAM para su consideración, deberá publicarse en el órgano oficial de información de la institución y en un diario de circulación nacional, además de fijarse en lugares visibles de la propia dependencia. (*Art. 71, EPA.*)

De acuerdo con el Artículo 78 del Estatuto del Personal Académico, tienen derecho a que se abra un concurso de oposición para promoción o concursos cerrados:

1. los profesores o investigadores interinos o a contrato que cumplan tres años de servicios ininterrumpidos, con objeto de que se resuelva si es o no el caso de promoverlos u otorgarles la definitividad en la categoría y nivel que tengan;
2. los profesores o investigadores definitivos que cumplan tres años de servicios ininterrumpidos en una misma categoría y nivel, con objeto de que se resuelva si procede su ascenso a otra categoría o nivel.

Para calificar los concursos de oposición de los profesores e investigadores, se integran una o varias comisiones dictaminadoras según lo decida el Consejo Técnico respectivo.

Por último, cabe señalar que el reclutamiento de jóvenes alumnos o egresados es parte de los mecanismos para renovar la planta académica, en el caso del CECC se apoya la incorporación de egresados destacados de la Licenciatura y también se incorpora a alumnos sobresalientes del Posgrado de la Facultad.

### **Perfil profesional requerido para ingresar o ser promovido**

El perfil profesional requerido para el ingreso del personal académico varía de acuerdo al tipo, categoría y nivel del que se trate. La siguiente tabla muestra el perfil para cada uno de ellos.

PERFILES PARA EL PERSONAL ACADÉMICO DE LA UNAM			
Tipo	Categoría	Nivel	Perfil requerido
<b>Ayudantes de profesor o investigador</b>		A	Haber acreditado cuando menos el 75% del plan de estudios de una licenciatura o tener la preparación equivalente a juicio del Consejo Técnico respectivo y un promedio no menor de 8 en los estudios realizados.
		B	Además de satisfacer los requisitos exigidos para el nivel A, haber acreditado la totalidad del plan de estudios de una licenciatura o tener la preparación equivalente a juicio del Consejo Técnico respectivo.
		C	Además de los requisitos para el nivel B, haber trabajado cuando menos un año como ayudante de profesor, de investigador o de técnico académico.
<b>Técnicos académicos</b>	Auxiliar	A	Tener grado de bachiller o una preparación equivalente.
		B	Haber acreditado el 50% de los estudios de una licenciatura o tener una preparación equivalente.
		C	Haber acreditado todos los estudios de una licenciatura o tener una preparación equivalente.
	Asociado	A	Tener grado de licenciado o preparación equivalente, haber trabajado un mínimo de un año en la materia o área de su especialidad.
		B	Tener grado de licenciado o preparación equivalente, haber trabajado un mínimo de un año en la materia o área de especialidad y haber colaborado en trabajos publicados.
		C	Tener grado de licenciado o preparación equivalente, haber trabajado un mínimo de dos años en la materia o área de su especialidad y haber colaborado en trabajos publicados.
	Titular	A	Tener grado de maestro o preparación equivalente y haber trabajado un mínimo de tres años en la materia o área de su especialidad.
		B	Tener grado de maestro o preparación equivalente, y haber trabajado un mínimo de dos años en tareas de alta especialización.
		C	Tener grado de doctor o preparación equivalente, haber trabajado un mínimo de cinco años en tareas de alta especialización, y haber colaborado en trabajos publicados.
<b>Profesores o investigadores de carrera</b>	Asociado	A	Tener una licenciatura o grado equivalente; haber trabajado cuando menos un año en labores docentes o de investigación, demostrando aptitud, dedicación y eficiencia, y haber producido un trabajo que acredite su competencia en la docencia o en la investigación.
		B	Tener grado de maestro o estudios similares, o bien conocimientos y experiencia equivalentes; haber trabajado eficientemente cuando menos dos años en labores docentes o de investigación, en la materia o área de su especialidad, y haber producido trabajos que acrediten su competencia en la docencia o en la investigación.

<b>Profesores o investigadores de carrera</b>	Titular	C	Tener grado de maestro o estudios similares, o bien los conocimientos y la experiencia equivalentes; haber trabajado cuando menos tres años en labores docentes o de investigación, en la materia o área de su especialidad, y haber publicado trabajos que acrediten su competencia, o tener el grado de doctor, o haber desempeñado sus labores de dirección de seminarios y tesis o impartición de cursos, de manera sobresaliente.
		A	Tener título de doctor o los conocimientos y la experiencia equivalentes; haber trabajado cuando menos cuatro años en labores docentes o de investigación, incluyendo publicaciones originales en la materia o área de su especialidad, y haber demostrado capacidad para formar personal especializado en su disciplina.
		B	Además de los requisitos exigidos para alcanzar la categoría de Titular nivel A, es necesario haber trabajado cuando menos cinco años en labores docentes o de investigación, en la materia o área de su especialidad, y haber demostrado capacidad para dirigir grupos de docencia o de investigación.
		C	Además de los requisitos exigidos para ser Titular nivel B, es necesario haber trabajado cuando menos seis años en labores docentes o de investigación, en la materia o área de su especialidad; haber publicado trabajos que acrediten la trascendencia y alta calidad de sus contribuciones a la docencia, a la investigación, o al trabajo profesional de su especialidad, así como su constancia en las actividades académicas, y haber formado profesores o investigadores que laboren de manera autónoma.
<b>Profesores de asignatura</b>		A	Tener título superior al de bachiller en una licenciatura del área de la materia que se vaya a impartir y demostrar aptitud para la docencia.
		B	Haber trabajado cuando menos dos años en labores docentes o de investigación en la categoría A, haber cumplido satisfactoriamente sus labores académicas y haber publicado trabajos que acrediten su competencia en la docencia o en la investigación.

Fuente: Estatuto del Personal Académico, Legislación Universitaria de la UNAM.

### **Profesores de carrera en el Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación**

El Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación tiene adscritos a 45 académicos, 28 profesores de carrera y 17 técnicos académicos (12 técnicos académicos se desempeñan directamente en el CECC y los cinco restantes se encuentran en el área de servicios

audiovisuales). Aunados a éstos, cada semestre alrededor de 280 profesores de asignatura imparten clases para este Centro de Estudios.<sup>13</sup>

<b>PROFESORES DE CARRERA POR CONTRATACIÓN Y NIVEL DE ESTUDIOS</b>				
<b>TIEMPO</b>	<b>LICENCIATURA</b>	<b>MAESTRIA</b>	<b>DOCTORADO</b>	<b>TOTAL</b>
TIEMPO COMPLETO	10	5	12	27
MEDIO TIEMPO	1	0	0	1
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>5</b>	<b>12</b>	<b>28</b>

<b>PROFESORES DE CARRERA POR CATEGORÍA</b>			
<b>TIEMPO</b>	<b>TITULAR</b>	<b>ASOCIADO</b>	<b>TOTAL</b>
TIEMPO COMPLETO	18	9	27
MEDIO TIEMPO	0	1	1
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>28</b>

<b>TÉCNICOS ACADEMICOS POR CONTRATACIÓN Y NIVEL DE ESTUDIOS</b>					
<b>TIEMPO</b>	<b>LICENCIATURA</b>	<b>MAESTRIA</b>	<b>DOCTORADO</b>	<b>ESPECIALIZACION</b>	<b>TOTAL</b>
TIEMPO COMPLETO	14*	1	1	1	17
MEDIO TIEMPO	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>17</b>

\* Uno es pasante de Licenciatura

<b>TÉCNICOS ACADEMICOS POR CATEGORÍA</b>				
<b>TIEMPO</b>	<b>AUXILIAR</b>	<b>ASOCIADO</b>	<b>TITULAR</b>	<b>TOTAL</b>
TIEMPO COMPLETO	4	7	6	17
MEDIO TIEMPO	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>17</b>

A continuación se presenta el listado del personal académico de tiempo completo (profesores de carrera y técnicos académicos) adscritos al Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación.

<sup>13</sup> Listado de personal académico por área de adscripción. Secretaría de Planeación y Evaluación. FCPyS.

PROFESORES DE CARRERA ADSCRITOS AL CECC							
No	Profesor	Categoría	Tiempo	Grado académico	Temas de especialización	Antigüedad FCPyS	Antigüedad UNAM
1	AGUILAR PLATA AUREA BLANCA	Profesor de Carrera Asociado C	Tiempo Completo	Licenciatura en Period. y Com. Colectiva	Historia de la prensa Psicología de la comunicación Comunicación interpersonal Psicoanálisis y comunicación		
2	ALVA DE LA SELVA ALMA ROSA	Profesor de Carrera Titular A	Tiempo Completo	Maestría en Period. y Com. Colectiva	Nuevas Tecnologías, Publicidad, Políticas De Comunicación En Europa Occidental	00/09/1998	11/11/1983
3	AVILES SOLIS CARMEN	Profesor de Carrera Asociado B	Tiempo Completo	Licenciatura en Period. y Com. Colectiva	Periodismo Géneros periodísticos	01/04/1968	01/04/1968
4	CALVIMONTES Y CALVIMONTES JORGE	Profesor de Carrera Titular B	Tiempo Completo	Maestría en Period. y ciencias culturales	Géneros periodísticos Redacción Sociedad y comunicación Metodología de la investigación periodística		
5	CASTAÑO ASMITIA CARLOS	Profesor de Carrera Titular C	Tiempo Completo	Licenciatura en Sociología	Producción radiofónica Desarrollo organizacional Sociología de las organizaciones		
6	CROVI DRUETTA DELIA MARIA	Profesor de Carrera Titular A	Tiempo Completo	Doctorado en Estudios Latinoamericanos	Nuevas tecnologías de información y comunicación Comunicación y educación Medios electrónicos Sociedad de la información y el conocimiento		14/02/1980
7	DELHUMEAU ARRECILLAS ANTONIO	Profesor de Carrera Titular B	Tiempo Completo	Licenciatura en Sociología	Comunicación y sistema político mexicano Psicología de la publicidad Introducción al estudio de la ciencia, Introducción al estudio del lenguaje	01/07/1967	01/07/1967
8	DORANTES AGUILAR GERARDO L.	Profesor de Carrera Asociado C	Tiempo Completo	Doctorado en Ciencias Políticas y Sociales Opción Comunicación		16/10/1993	1972

9	FERNÁNDEZ CHRISTLIEB DE FATIMA	MARIA	Profesor de Carrera Titular A	Tiempo Completo	Doctorado Sociología	en	Historia de los medios de comunicación La responsabilidad social de los medios de comunicación Medios de comunicación electrónicos Medios públicos	1976	1976
10	FIGUEIRAS FRANCISCO LEONARDO	TAPIA	Profesor de Carrera Titular A	Tiempo Completo	Maestría en Ciencia Política		Comunicación política Movimientos sociales, estrategias de comunicación Opinión pública Propaganda Partidos políticos, estrategias de comunicación		1982
11	GARCIA CALDERON CAROLA ISABEL		Profesor de Carrera Titular C	Tiempo Completo	Doctorado Sociología	en	Publicidad Género y medios de comunicación Cultura política y vida cotidiana Legislación de los medios	00/03/1975	00/03/1975
12	GLOCKNER DAVID NAPOLEON	CORTE	Profesor de Carrera Asociado B	Tiempo Completo	Licenciatura en C.C.		Expresión oral Comunicación interpersonal Radio Televisión Locución, conducción y actuación	10/11/1987	1982
13	GONZALEZ ARRIAGA JOSE ANTONIO		Profesor de Carrera Asociado B	Tiempo Completo	Licenciatura en Periodismo y Com. Colectiva		Fotografía Audiovisuales	16/10/1979	16/10/1979
14	GONZALEZ CASANOVA Y DEL VALLE HENRIQUE		Profesor de Carrera Titular C	Tiempo Completo	Licenciatura en Derecho		Periodismo		
15	GONZALEZ MARIA SUSANA	REYNA	Profesor de Carrera Titular C	Tiempo Completo	Doctorado Sociología	en	Lenguaje Periodismo Metodología	01/02/1967	01/02/1967
16	GOUTMAN ANA ADELA	BENDER	Profesor de Carrera Titular C	Tiempo Completo	Doctorado Filosofía de la Historia	en	Lingüística Semiótica Estética, arte y teatro	20/10/1976	20/10/1976

17	HERNER REISS IRENE	Profesor de Carrera Asociado C	Tiempo Completo	Licenciatura en Historia	Arte público Mitos de la cultura contemporánea Muralismo mexicano Relación entre arte visual tradicional y las nuevas formas audiovisuales	01/10/1973	01/10/1969
18	LOPEZ NARVAEZ FROYLAN M	Profesor de Carrera Asociado C	Medio Tiempo	Licenciatura en Periodismo		18/02/1972	1966
19	LOPEZ VILLEGAS VIRGINIA	Profesor de Carrera Titular C	Tiempo Completo	Maestría en Ciencia Política	Comunicación, semiótica y discurso Género y ciencia	16/10/1981	1974
20	MEZA BACA ROBERTO ROY	Profesor de Carrera Asociado A	Tiempo Completo	Licenciatura en Period. y Com. Colectiva	Producción de medios de comunicación audiovisual Televisión cultural Cine y fotografía documental		16/10/1979
21	MOLINA Y VEDIA DEL CASTILLO SILVIA INES	Profesor de Carrera Titular C	Tiempo Completo	Doctorado en Sociología	Metodología Comunicación política Sociología de la comunicación	01/03/1971	01/03/1971
22	PEREDO CASTRO FRANCISCO MARTIN	Profesor de Carrera Asociado C	Tiempo Completo	Doctorado en Historia	Historia y procesos de comunicación Historiografía de la comunicación Relación cine e historia Historia cultural-comunicación y cultura Comunicación y cine	16/04/1986	16/04/1986
23	REMUS ARAICO JOSE	Profesor de Carrera Titular C	Tiempo Completo	Doctorado en Psicología	Psicoanálisis y sociedad	21/01/1967	16/02/1958
24	RESENDIZ RODRIGUEZ RAFAEL CUAUHTEMOC	Profesor de Carrera Titular C	Tiempo Completo	Doctorado en Ciencias de la Información y la Comunicación	Análisis de discurso Cultura de masas Nuevas tecnologías de la información y la comunicación Educación a distancia Cultura digital	16/04/1978	1976



25	REYES CASTRO VIRGINIA ESTELA	Profesor de Carrera Asociado B	Tiempo Completo	Licenciatura en C.C.	Comunicación organizacional Publicidad Propaganda Relaciones públicas Comunicación política		
26	ROMERO ALVAREZ MARIA DE LOURDES	Profesor de Carrera Titular C	Tiempo Completo	Doctorado en Filología Española	Análisis del discurso periodístico Redacción periodística Relato periodístico Periodismo y literatura	01/05/1969	01/05/1969
27	TOUSSAINT ALCARAZ FLORENCE VALENTINA	Profesor de Carrera Titular A	Tiempo Completo	Doctorado en Sociología	Comunicación política Economía política de la comunicación Sociedad de la información y el conocimiento	1976	16/06/1973
28	YEPEZ HERNANDEZ MARGARITA	Profesor de Carrera Titular A	Tiempo Completo	Doctorado en Sociología	Comunicación y cultura Metodología en comunicación Psicología y comunicación Comunicación y política	16/04/1983	01/02/1976

Fuente: Listados del personal académico por área de adscripción, Secretaría de Planeación y Evaluación, FCPyS y Página Web del CECC.

<b>TÉCNICOS ACADÉMICOS ADSCRITOS AL CECC</b>							
<b>No.</b>	<b>Profesor</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Grado académico</b>	<b>Temas de especialización</b>	<b>Antigüedad FCPyS</b>	<b>Antigüedad UNAM</b>
1	AMADOR BECH JULIO ALBERTO	Técnico Académico Titular A	Tiempo Completo	Doctorado en Antropología	Teoría de la imagen Análisis del discurso Antropología de la comunicación y el arte	16/09/1978	16/09/1978
2	APODACA SÁNCHEZ JESSICA DOLORES	Técnico Académico Auxiliar C	Tiempo Completo	Licenciatura en C.C.	Comunicación Innovaciones tecnológicas		
3	CRUZ ALCALDE MARIA DE LOS ANGELES	Técnico Académico Asociado C	Tiempo Completo	Licenciatura en C.C.	Géneros periodísticos Divulgación de la ciencia y la tecnología Periodismo Periodismo científico	01/09/1984	01/09/1984

4	CHAVEZ RIVADENEYRA LUCIA FELICIDAD	Técnico Académico Asociado C	Tiempo Completo	Licenciatura en C.C.	Géneros periodísticos Literatura Estudios de género	16/10/1983	00/04/1981
5	DAVALOS OROZCO FEDERICO	Técnico Académico Titular A	Tiempo Completo	Licenciatura en Sociología	Sociología del cine Historia del cine mexicano Administración de recursos audiovisuales Imaging y multimedia	26/04/1988	1975
6	GARCIA BECERRA ARMANDO *	Técnico Académico Asociado C	Tiempo Completo	Especialización		1976	
7	GUTIERREZ GONZALEZ EMMA	Técnico Académico Asociado C	Tiempo Completo	Licenciatura en Periodismo y Com. Colectiva	Géneros periodísticos Titulares de prensa	01/09/1984	01/09/1984
8	HUELGAS RODRIGUEZ DANIEL SALVADOR*	Técnico Académico Asociado A	Tiempo Completo	Lic. en Ing. en comunicaciones y electrónica	Medios audiovisuales Radio y televisión	1977	
9	LOPEZ DE LA CERDA Y DEL VALLE CORAL	Técnico Académico Titular A	Tiempo Completo	Licenciatura en C.C.	Propaganda y opinión pública Derechos humanos, comunicación y género Radio y televisión Publicidad Reportaje	16/04/1979	16/04/1979
10	LOZANO ANGELES CARLOS *	Técnico Académico Asociado B	Tiempo Completo	Licenciatura en Sociología	Producción de material audiovisual de apoyo a la docencia	1981	
11	MUNGUIA RODRIGUEZ FERNANDO	Técnico Académico Asociado A	Tiempo Completo	Licenciatura en C.C.	Radio Televisión	16/11/1991	1980
12	PEREZ ESPINO EFRAIN	Técnico Académico Titular C	Tiempo Completo	Maestría en C.C.	Comunicación organizacional Historia de México y procesos de comunicación Metodología y seminario de tesis Industria cultural	17/06/19_5	16/10/1979

13	SANABRIA ACEVEDO MARIO *	Técnico Académico Titular A	Tiempo Completo	Lic. Ing. en comunicaciones y electrónica	Medios audiovisuales Radio y televisión	01/03/1994	
14	SANCHEZ ARROYO JACQUELINE	Técnico Académico Auxiliar C	Tiempo Completo	Pasante de Lic. en C.C.	Comunicación Producción de televisión Nuevas tecnologías de la información aplicadas a la educación	01/04/2001	01/04/2001
15	SANDOVAL PARDO JORGE EDUARDO *	Técnico Académico Auxiliar C	Tiempo Completo	Licenciatura en Ciencia Política y Admón. Publica	Fotografía periodística y comercial Periodismo gráfico Imágenes y periodismo Historia de la fotografía Composición fotográfica y diseño de imágenes	01/02/1976	01/02/1976
16	TAPIA CAMPOS MARTHA LAURA	Técnico Académico Titular A	Tiempo Completo	Licenciatura en C.C.	Lenguaje Análisis psicológico de los mensajes Teorías de la comunicación	01/01/1984	1974
17	TREJO AGUILAR MARTHA ERIKA	Técnico Académico Auxiliar C	Tiempo Completo	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	Radios comunitarias Producción radiofónica		

Fuente: Listados del personal académico por área de adscripción, Secretaría de Planeación y Evaluación, FCPyS y Página Web del CECC.

\* Técnicos Académicos que desarrollan sus actividades en el área de servicios audiovisuales de la Facultad.

## Proporción de créditos y cursos básicos impartidos por profesores de carrera

Como se puede observar en el cuadro que a continuación se presenta, la participación de los profesores de Tiempo Completo y de Asignatura para la impartición de las materias de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación más del 70% de las materias son impartidas por los profesores de Asignatura y menos del 30% las imparten los profesores de Tiempo Completo tanto de Carrera, como Técnicos Académicos.

SEMESTRE	PROFESORES DE CARRERA Y TÉCNICOS ACADÉMICOS			PROFESORES DE ASIGNATURA			TOTALES		
	Asignaturas	% de créditos	Total créditos	Asignaturas	% de créditos	Total créditos	Total asignaturas	Créditos X asignatura	Total Créditos
2003-1	72	22%	576	264	78%	2112	336	8	2688
2003-2	77	23%	616	267	77%	2136	344	8	2752

Fuente: Análisis de las plantillas del año 2003. SPyE. FCPyS.

## Cargas académicas establecidas para profesores de carrera (clases frente a grupo, asesorías, dirección de tesis, investigación, servicios a la comunidad, desarrollo de material didáctico)

Las cargas académicas para el personal académico también están incluidas en el Estatuto del Personal Académico. Para los *ayudantes de profesor e investigador*, así como los *técnicos académicos* son las siguientes: (Art. 26 EPA)

- prestar sus servicios, según el horario que señale su nombramiento y de acuerdo con los planes y programas de la dependencia a la que se encuentren adscritos;
- en su caso, coadyuvar en el plan de actividades del profesor o investigador del que dependan;
- enriquecer y actualizar sus conocimientos;
- abstenerse de impartir clases particulares remuneradas o no a los alumnos de las cátedras en que sean ayudantes, y
- las demás que señalen su nombramiento y la Legislación Universitaria.

Los ayudantes de profesor no podrán ser encargados responsables de una cátedra, ni impartir más del 15% de un curso los del nivel A; del 25% los del nivel B y del 40% los del nivel C.

Los *Profesores de Asignatura* según el Artículo 56 tienen las siguientes obligaciones de acuerdo con el Estatuto del Personal Académico:

- a) prestar sus servicios según el horario que señale su nombramiento, y de acuerdo a lo que dispongan los planes y programas de labores y reglamentos aprobados por el Consejo Técnico de la dependencia a la que se encuentren adscritos;
- b) presentar anualmente a las autoridades de su dependencia un informe de sus actividades académicas;
- c) cumplir, salvo excusa fundada, las comisiones que le sean encomendadas por las autoridades de la dependencia de su adscripción o por el rector con el conocimiento de estas;
- d) formar parte de comisiones y jurados de exámenes; y remitir oportunamente la documentación relativa;
- e) enriquecer sus conocimientos en la materia o materias que impartan;
- f) impartir enseñanza y calificar los conocimientos de los alumnos, sin considerar su sexo, raza, nacionalidad, religión o ideología;
- g) indicar su adscripción a una dependencia de la universidad, en las publicaciones en las que aparezcan resultados de los trabajos que en ella se les hayan encomendado;
- h) abstenerse de impartir clases particulares remuneradas o no a sus propios alumnos;
- i) impartir las clases que correspondan a su asignatura en el calendario escolar. No se computará como asistencia la del profesor que llegue a la clase con un retraso mayor de 10 minutos;
- j) cumplir los programas de su materia aprobados por el Consejo Técnico respectivo y dar a conocer a sus alumnos, el primer día de clases, dicho programa y la bibliografía correspondiente;
- k) realizar los exámenes en las fechas y lugares que fije el Consejo Técnico respectivo;
- l) defender la autonomía de la Universidad y la libertad de cátedra; velar por su prestigio; contribuir al conocimiento de su historia y fortalecerla en cuanto institución nacional dedicada a la enseñanza, la investigación y la difusión de la cultura, y
- m) las demás que establezcan su nombramiento y la Legislación Universitaria.

Además de las obligaciones establecidas para los profesores de asignatura, el personal académico de carrera...

...deberá someter oportunamente a la consideración del Consejo de la dependencia de su adscripción, el proyecto de las actividades de investigación, preparación, estudio y evaluación del curso o cursos que impartan, dirección de tesis o prácticas, aplicación de exámenes, dictado de cursillos y conferencias y demás que pretenda realizar durante el año siguiente; llevarlas a cabo y rendir en su oportunidad un informe sobre la realización de las mismas. dicho proyecto constituirá su programa anual de labores una vez que sea aprobado por el Consejo Técnico, interno o asesor.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Artículo 60. "Estatuto del Personal Académico". Legislación Universitaria de la UNAM. Pág. 217.

El Artículo 61 del EPA establece que el personal académico de carrera, de medio tiempo y de tiempo completo tiene la obligación de desempeñar labores docentes y de investigación, según la distribución de tiempo que haga el Consejo Técnico correspondiente, conforme a los siguientes límites para impartir clases o desarrollar labores de tutoría.

- 1.- los investigadores, un mínimo de tres horas o las que correspondan a una asignatura y un máximo de seis horas semanales, o bien las que se asignen a labores de tutoría;
- 2.- los profesores titulares, un mínimo de seis horas o las que correspondan a dos asignaturas y un máximo de doce horas por semana, y las que se asignen a labores de tutoría;
- 3.- los profesores asociados, un mínimo de nueve horas o las que correspondan a tres asignaturas y un máximo de dieciocho horas semanales, y las que se asignen a labores de tutoría.

En el caso de los profesores de asignatura, de acuerdo a la minuta de la quinta sesión ordinaria del H. Consejo Técnico de la Facultad, realizada el 27 de abril y 4 de mayo de 2001, se aprobó en el tercer punto (*Informe de la Comisión de Plantillas*), que los profesores de asignatura “podrán impartir, de manera excepcional, hasta cuatro materias si los contenidos son de áreas afines y hasta tres si los contenidos son de áreas diferentes”.

### **Políticas para que los profesores de carrera realicen actividades fuera de la institución**

El Artículo 97 del EPA establece que podrán concederse licencias a los miembros del personal académico con el fin de: dictar cursillos o conferencias en otras instituciones académicas; por haber sido nombrado rector de cualquier universidad de la República; por haber sido designado o electo, para desempeñar un cargo público de importancia; por desempeñar funciones administrativas, dentro de la propia UNAM, que no le permitan ejercer las docentes o de investigación. Con excepción de la de dictar cursillos, las licencias son sin goce de sueldo y sólo tienen derecho a disfrutar de las licencias los miembros del personal académico con una antigüedad mínima de dos años. El Consejo Técnico, fija las condiciones en que deba concederse una licencia, de acuerdo con las reglas establecidas en el Artículo 96 del Estatuto mencionado.

### **Proceso de desarrollo, evaluación y estímulo a profesores**

#### *A) Programas de formación docente y actualización profesional*

A nivel institucional la UNAM cuenta con un programa de actualización para profesores, este es el *Programa de Actualización de Profesores de Licenciatura de la Dirección General de Asuntos del Personal Académico*.

En el caso de la FCPyS, los cursos de actualización se generan por el concierto de intereses diversos en cada Centro de Estudios. Estos son los componentes académicos más importantes para elevar el nivel de calidad en la enseñanza. El propósito cumplido radicó en actualizar el conocimiento que se difunde en las aulas; plantear las transformaciones de la sociedad en su conjunto y, sobre todo, presentar los avances en las especialidades que se ofrecen en cada carrera.<sup>15</sup>

El Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación participa en la programación de los cursos dirigidos a sus profesores, en el año 2001 se impartieron en total tres cursos de actualización; en el 2002 se ofrecieron cuatro cursos y en el 2003 se realizaron cinco cursos.

NOMBRE DEL CURSO	PARTICIPANTES	HORAS DE CLASE
<b>2001</b>		
La televisión informativa que todos queremos	12	24
Desarrollando la capacidad de integración en el grupo	17	20
Comunicación publicitaria	14	28
<b>2002</b>		
Comunicación política y políticas públicas	14	24
Nuevo enfoque teórico del periodismo: el relato periodístico y su correspondencia con la realidad	20	40
Práctica profesional y metodológica de la investigación en comunicación	26	20
Evolución y características de los modelos narrativos en la comunicación audiovisual	17	40
<b>2003</b>		
El enfoque moderno de los géneros periodísticos	11	30
Actualización en periodismo radial	10	40
La agenda perenne en la docencia e investigación sobre comunicación y medios	24	40
Filosofía y comunicación	22	40
La recepción profesional. Condición sociopedagógica del problema y proceso metodológicos de la investigación	14	40

Fuente: Informes anuales de la División de Estudios Profesionales de la FCPyS. SPyE.

Por otra parte, la UNAM cuenta con el *Programa de Apoyo para la Superación del Personal Académico* de la UNAM (PASPA), el cual ofrece apoyo económico a aquellos profesores que desean realizar proyectos de estudios de Posgrado en la UNAM o fuera de ella; o estancias sabáticas en el extranjero, en la UNAM o en alguna universidad pública del interior de la República Mexicana.<sup>16</sup>

Aunado a lo anterior, el Artículo 95 inciso “b” del Estatuto del Personal Académico establece que los directores de las dependencias pueden conceder a los miembros del personal académico de la dependencia a su cargo, con la aprobación del Consejo Técnico, comisiones para realizar estudios o investigaciones en instituciones nacionales o

<sup>15</sup> Informe 2002 de la División de Estudios Profesionales, en carpeta de informes por área, SPyE. FCPyS. Pag. 16.

<sup>16</sup> Informe de Actividades 2002 de la FCPyS. Pág. 11 y 12.

extranjeras, siempre que éstos puedan contribuir al desarrollo de la docencia o de la investigación, y llenen una necesidad de la dependencia. El propio Consejo Técnico determinará la duración de las comisiones, que no podrá exceder de dos años, susceptibles de prórroga en casos excepcionales, por un año más.

**B) Evaluación por pares**

En la Facultad existen comisiones dictaminadoras por área, tal es el caso de la Comisión Dictaminadora de Ciencias de la Comunicación integrada, como lo establece la Legislación, por expertos en la materia, incluidos algunos profesores adscritos al Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación, esta comisión tiene a su cargo la evaluación y dictaminación de los profesores adscritos al CECC en asuntos tales como programas de estímulos y concursos de oposición.

La Legislación Universitaria establece que las comisiones dictaminadoras de cada dependencia se forman con “seis miembros designados de preferencia entre los profesores e investigadores definitivos de otras dependencias de la Universidad, que se hayan distinguido en la disciplina de que se trate. El director y los miembros del Consejo Técnico, interno o asesor, no pueden pertenecer a las comisiones dictaminadoras de su dependencia. El rector, el Consejo Técnico, interno o asesor y las asociaciones o colegios académicos de la dependencia, o los claustros de profesores o investigadores, designarán respectivamente a dos miembros de las comisiones. Cada dos años se revisa la integración de las comisiones para modificarlas cuando así convenga a juicio del Consejo Técnico, interno o asesor de las dependencias. En caso de renuncia, los miembros de la comisión son sustituidos por quien hizo la designación.”<sup>17</sup>

<b>INTEGRANTES DE LA COMISIÓN DICTAMINADORA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN</b>		
<b>ORGANISMO DE PROCEDENCIA</b>	<b>NOMBRE DEL PROFESOR</b>	<b>INSTITUCIÓN DE ADSCRIPCIÓN</b>
CONSEJO ACADÉMICO DEL ÁREA DE LAS CIENCIAS SOCIALES, UNAM	DR. ISIDRO CISNEROS	FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES (FLACSO)
CONSEJO ACADÉMICO DEL ÁREA DE LAS CIENCIAS SOCIALES, UNAM	DRA. HERIBERTA CASTAÑOS LOMNITZ	INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS, UNAM
CONSEJO TÉCNICO	MTRO. FELIPE LÓPEZ VENERONI	PROF. DEL PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES, UNAM, FCPyS
CONSEJO TÉCNICO	DRA. ROCÍO AMADOR BAUTISTA	PROF. DE ASIGNATURA DE LA FCPyS INVESTIGADORA DEL CENTRO DE ESTUDIOS SOBRE LA UNIVERSIDAD (CESU), UNAM
PERSONAL ACADÉMICO	LIC. CARMEN AVILÉS SOLÍS	PROF. DE CARRERA DE LA FCPyS, UNAM
PERSONAL ACADÉMICO	DRA. DELIA CROVI DRUETTA	PROF. DE CARRERA DE LA FCPyS, UNAM

Fuente: Listados de Comisiones Dictaminadoras. Secretaría de Personal Académico. FCPyS.

<sup>17</sup> Artículo 85. “EPA”. Legislación Universitaria de la UNAM. Pág. 224.



Cada año los profesores de carrera deben presentar a la Secretaría de Personal Académico, según lo establecido en el Art. 60 del EPA, mencionado anteriormente, su informe actividades y su proyecto de trabajo para el año siguiente. Estos informes se utilizan como insumo para la actualización del banco de datos del personal académico y sirven para la evaluación de los profesores en las comisiones dictaminadoras.

### *C) Evaluación por alumnos*

Cada semestre la FCPyS a través del Programa de Investigación Social Aplicada (PISA), distribuye entre los alumnos un cuestionario para que evalúen a sus profesores. A lo largo de los años este cuestionario se ha actualizado con el fin de contar con preguntas más claras y precisas. El cuestionario evalúa los siguientes rubros: capacidad docente del profesor, asistencia y puntualidad (cumplimiento), evaluación y afirmación de conocimientos y actitud ética y de valores. Además, incluye un rubro para datos del alumno y al final se le pide que califique en escala del 1 al 10 el desempeño del profesor y la calidad de la materia. Estos cuestionarios son proporcionados casi al final de cada semestre a los alumnos de todas las carreras de la Facultad, incluida por supuesto la de Ciencias de la Comunicación.

La información obtenida de esos cuestionarios es procesada por el PISA, se elabora un reporte institucional con los resultados globales y por profesor. Posteriormente a cada profesor se le envía por correspondencia el resultado de la evaluación hecha por sus alumnos.

### *D) Programas de estímulos internos y externos*

La Universidad Nacional Autónoma de México ha implantado diversos programas de estímulos, en un esfuerzo por reconocer la labor de excelencia de su personal; incrementar la calidad y la productividad de su trabajo; fortalecer su permanencia en la Institución; beneficiar y enriquecer la formación de estudiantes; dotarlo, en resumen, de las mejores condiciones de trabajo para que pueda desarrollar su cotidiana labor en la docencia, la investigación y la extensión de la cultura.<sup>18</sup>

La Universidad cuenta con varios programas de estímulos económicos para sus profesores, los cuales tienen como objetivo “estimular el trabajo académico universitario, así como incrementar los niveles de calidad y productividad de las actividades desarrolladas por el personal académico de carrera y de asignatura”.<sup>19</sup> Los programas de estímulos con los que contó la UNAM en 2003 fueron:

El *Programa de Primas al Desempeño del Personal Académico de Tiempo Completo (PRIDE)*, cuyo objetivo es: “reconocer la labor de los académicos de tiempo completo que hayan realizado

---

<sup>18</sup> Estadísticas. Estímulos y Reconocimientos Académicos UNAM 2000-2001. DGAPA. UNAM. Pag. 7.

<sup>19</sup> Ibid. Pág. 9.

sus actividades de manera sobresaliente; propiciar que éstas conjuguen la formación de recursos humanos, la docencia frente a grupo, la investigación y la extensión académica, así como fomentar la superación del personal académico y elevar el nivel de productividad y la calidad en su desempeño”.<sup>20</sup> Este programa está dirigido a profesores de carrera de tiempo completo y técnicos académicos ordinarios con antigüedad mínima de un año.

En 2003, 23 profesores y 13 técnicos académicos del CECC fueron beneficiados por el PRIDE. De los 36 beneficiados cuatro tuvieron nivel **A**, 10 nivel **B**, 20 nivel **C** y dos nivel **D**.

<b>PROFESORES DE LA FCPyS EN EL PRIDE</b>				
<b>NIVEL</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
NIVEL A	14	9	14	11
NIVEL B	53	60	50	52
NIVEL C	74	92	113	109
NIVEL D	16	13	18	17
SIN NIVEL	17	5	1	0
<b>TOTAL</b>	<b>174</b>	<b>179</b>	<b>196</b>	<b>189</b>

Fuente: Informe de Actividades 2003 de la FCPyS.

El *Programa de Apoyo a la Incorporación del Personal Académico de Tiempo Completo (PAIPA)*, brinda apoyo a los profesores de carrera de nuevo ingreso que aún no tiene acceso a los beneficios del PRIDE, su objetivo es: “apoyar y estimular la permanencia en la Institución del personal académico de tiempo completo de reciente contratación, que se haya distinguido en la actividad académica o en la práctica profesional, mediante el pago de una prima especial de carácter transitorio”.<sup>21</sup>

<b>PROFESORES DE LA FCPyS EN EL PAIPA</b>				
	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
PROFESORES BENEFICIADOS	1	9	6	2

Fuente: Informe de Actividades 2003 de la FCPyS.

El objetivo del *Programa de Fomento a la Docencia para Profesores e Investigadores de Carrera (FOMDOC)* es: “fortalecer la docencia universitaria propiciando la interacción académica entre los subsistemas de investigación y docencia, así como enriquecer el proceso de enseñanza-aprendizaje en el bachillerato, licenciatura y posgrado.”<sup>22</sup> Este programa otorga estímulos a los profesores e investigadores de carrera que imparten clase frente a grupo dentro de su tiempo completo y tienen una puntual atención de su función docente.

<sup>20</sup> Ibid. Pág. 13

<sup>21</sup> Ibid. Pág. 29.

<sup>22</sup> Ibid. Pág. 51.

PROFESORES DE LA FCPyS EN EL FOMDOC				
	2000	2001	2002	2003
PROFESORES BENEFICIADOS	38	131	127	167

Fuente: Informe de Actividades 2003 de la FCPyS.

El Programa de Estímulos a la Productividad y al Rendimiento del Personal Académico de Asignatura (PEPASIG) está destinado a “fortalecer la docencia universitaria mediante el estímulo a la labor de los profesores de asignatura”<sup>23</sup> en relación al tipo y frecuencia de las horas de clase impartidas. Para ello se requiere ser profesor de asignatura, sin nombramiento de profesor o investigador de carrera e impartir mínimo tres horas de clase a la semana en asignaturas contempladas en los planes de estudio de su dependencia de adscripción.

PROFESORES DE LA FCPyS EN EL PEPASIG				
	2000	2001	2002	2003
PROFESORES DE ASIGNATURA BENEFICIADOS	191	328	332	363

Fuente: Informe de Actividades 2003 de la FCPyS.

Profesores del Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación son o han sido beneficiados por estos programas de estímulos institucionales.

Por otra parte, cabe señalar que “por cada seis años de servicio ininterrumpidos, los profesores e investigadores ordinarios de tiempo completo pueden gozar de un año sabático, que consiste en separarse de sus labores durante un año, con goce de sueldo y sin pérdida de su antigüedad, para dedicarse al estudio y a la realización de actividades que les permitan superarse académicamente.”<sup>24</sup>

Respecto a reconocimientos, la UNAM reconoce el mérito universitario mediante los siguientes honores o distinciones:<sup>25</sup>

El otorgamiento del grado de *Doctor Honoris Causa* a profesores o investigadores mexicanos o extranjeros, con méritos excepcionales, por sus contribuciones a la pedagogía, a las artes, a las letras o a las ciencias, o a quienes hayan realizado una labor de extraordinario valor para el mejoramiento de las condiciones de vida o del bienestar de la humanidad. (*Art. 3 del Reglamento*)

<sup>23</sup> *Ibid.* Pág. 43.

<sup>24</sup> Artículo 58. “EPA”. *Legislación Universitaria de la UNAM*. Pág. 215.

<sup>25</sup> “Reglamento del Reconocimiento al Mérito Universitario”. *Op. Cit.* Pág. 467.

El nombramiento de *Profesor Emérito o de Investigador Emérito*, nombramiento otorgado según el EPA a los profesores que hayan dedicado cuando menos 30 años de dedicación y servicio a la Universidad y hayan realizado una obra de valía excepcional. (Art. 63, EPA)

La *Medalla Justo Sierra al Mérito Universitario* para los profesores e investigadores que se hayan distinguido por su relevante labor académica o de investigación. (Art. 6 del Reglamento)

El *Diploma al Mérito Universitario* se otorga a los profesores e investigadores que hayan cumplido veinticinco, treinta y cinco y, cincuenta años de servicio en la UNAM. (Art. 8 del Reglamento)

El nombramiento de *Profesor Extraordinario* es conferido a los profesores o investigadores de otras universidades, del país o del extranjero, cuando hayan realizado una eminente labor docente o de investigación en relación con la UNAM o hayan colaborado en alguna medida con las tareas académicas de la misma. (Art. 9 del Reglamento)

Por otra lado, se otorga también el *Premio Universidad Nacional* a los miembros del personal académico de la UNAM que “posean una obra amplia y sobresaliente que integre los conocimientos sobre una materia o área; o hayan logrado la exploración exhaustiva de un objeto de estudio; o hayan desarrollado innovaciones singulares y trascendentes; o desempeñen una labor altamente significativa de docencia o formación de recursos humanos”<sup>26</sup> en la investigación o docencia en ciencias sociales, humanidades o ciencias económico-administrativas.

El *Reconocimiento Distinción Universidad Nacional para Jóvenes Académicos* es otorgado como estímulo a los jóvenes miembros del personal de carrera de tiempo completo con desempeño sobresaliente en las labores académicas. (Art. 28 del Reglamento)

El Sistema de Cátedras y Estímulos Especiales de la UNAM tiene por objeto promover la superación del nivel académico de la Institución, mediante un incentivo a profesores de carrera y técnicos académicos que se hayan distinguido particularmente en el desempeño de sus actividades académicas.

La Cátedra Especial es el incentivo referente al profesor y el Estímulo Especial referente al técnico académico. Estas distinciones pueden recibirlas los miembros del personal académico de la UNAM que tengan la calidad de profesores de carrera o de técnicos académicos y que a juicio del Consejo Técnico ameriten la distinción.

Todos estos reconocimientos están incluidos en el *Reglamento del Reconocimiento al Mérito Universitario* de la Legislación Universitaria.

---

<sup>26</sup> Artículo 17. Íbid. Pág.471.

En el rubro de estímulos externos es importante señalar que 43 profesores de la FCPyS son miembros del Sistema Nacional de Investigadores (SNI),<sup>27</sup> de los cuales ocho están adscritos al Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación.

<b>PROFESORES DE LA FCPYS EN EL SISTEMA NACIONAL DE INVESTIGADORES</b>				
<b>NIVEL</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
NIVEL 1	24	21	21	24
NIVEL 2	5	10	10	11
NIVEL 3	6	7	7	8
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>	<b>38</b>	<b>38</b>	<b>43</b>

Fuente: Informe de Actividades 2003 de la FCPyS.

<b>PROFESORES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN EN EL SISTEMA NACIONAL DE INVESTIGADORES</b>		
<b>Número</b>	<b>Profesor</b>	<b>Nivel</b>
1	Goutman Bender Ana Adela	2
2	García Calderón Carola Isabel	1
3	Molina y Vedia del Castillo Silvia Inés	1
4	Crovi Druetta Delia María	2
5	Romero Álvarez María de Lourdes	1
6	Toussaint Alcaraz Florence Valentina	1
7	Peredo Castro Francisco Martín	1
8	Amador Bech Julio Alberto	1

Fuente: Listado de profesores en el SNI, 2003. Secretaría de Personal Académico. FCPyS.

<sup>27</sup> Informe de Actividades 2003 de la FCPyS. Pág. 43.

## 2.3 PLAN Y PROGRAMAS DE ESTUDIO

### **Proceso de desarrollo, evaluación y mejora de los planes y programas de estudio.**

El pleno del Consejo Académico del Área de las Ciencias Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México aprobó, el 8 de agosto de 1997, el Proyecto de Modificación del Plan de Estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.<sup>28</sup> Este Plan de estudios fue producto de un largo proceso de revisión, elaboración de diagnósticos y evaluación de los planes de 1976, iniciado en el año de 1993 y en el que participaron alumnos, profesores y miembros del Consejo Técnico de la Facultad organizados en órganos colegiados por licenciatura. Dicho proceso concluyó con la elaboración de nuevos planes de estudio para todas las carreras de la FCPyS.

Los principios rectores del proceso de Reforma de los planes de estudio fueron:<sup>29</sup>

- Que los planes sean profesionalizantes, en el sentido de proporcionar a los estudiantes una formación integral, que les permita desarrollar conocimientos, actitudes, aptitudes y habilidades, que les den competitividad en los campos laborales.
- Que los planes sean abiertos y flexibles en relación con otras disciplinas de las ciencias sociales, mediante un nuevo modelo interdisciplinario, así como las ciencias naturales, bajo un enfoque multi o transdisciplinario.
- Que los planes sean plurales y promuevan la diversidad intelectual que debe prevalecer en la formación académica, a través del conocimiento de diferentes esquemas teóricos y métodos de investigación cuantitativos y cualitativos, explicativos e interpretativos.
- Que los planes renueven los vínculos de la Facultad con la sociedad, al formar profesionales capaces de proponer soluciones a problemas específicos de la realidad nacional e internacional.
- Que los planes vinculen a las disciplinas con el ejercicio profesional, rescatando la importancia de las prácticas de campo, el servicio social y las prácticas profesionales.
- Que los planes recuperen la titulación como parte sustantiva de la estrategia educativa de cada una de las carreras, por lo que se han aprobado nuevas modalidades de titulación, además de las opciones existentes de tesis como: los informes académicos del servicio social y los reportes de prácticas profesionales.

Algunos de los cambios que incluyó el Plan de Estudios de Ciencias de la Comunicación, así como el de las demás carreras fueron: ampliación de la curricula a nueve semestres; articulación de los mapas curriculares de cada carrera en el sentido horizontal, vertical y transversal entre las asignaturas de los diferentes semestres; se creo un modelo de

---

<sup>28</sup> Plan de Estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación 1997. FCPyS. Pág. 5.

<sup>29</sup> Ibid. Pág. 5 y 6.

interdisciplina, en sustitución de la Formación Básica Común; se buscó el equilibrio entre las asignaturas teóricas, teórico-analíticas, metodológicas y técnico instrumentales; se establecieron áreas de concentración temática terminales en los últimos semestres y se contemplaron seminarios de titulación y se formalizaron las políticas y estrategias de actualización periódica de contenidos mínimos y referencias bibliohemerográficas de los programas de todas las asignaturas.

### ***Plan de Estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación 1997***

El diagnóstico de la disciplina que justificó la reforma del plan de estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación es clara en la carta de *Exposición de motivos*, presentada por el Consejo Académico del Área de Ciencias Sociales de la UNAM que dice lo siguiente:

La transformación social, económica y política, tanto nivel nacional e internacional, que se viene dando desde principios de los años ochenta (ineficiencia del modelo de economía centralizada y su posterior derrumbamiento; aceleración y robotización de los procesos de producción; multinacionalización del capital; neutralización del Estado asistencial; desarrollo acelerado de innovaciones tecnológicas en el campo de la información y la comunicación; en síntesis, globalización o mundialización de la economía y de otros sectores productivos), contribuyó a la desactualización de un Plan de estudios en Ciencias de la Comunicación que estaba centrado más en la formación de investigadores y analistas sociales de los procesos y formas de comunicación propios de los años setenta, que en la de los campos profesionales y espacios de construcción social del siglo XXI. Todo esto coadyuvó a la marginación de una formación profesionalizante que el mercado laboral ha venido exigiendo cada vez más a los egresados.

Otra variable fundamental que exigía una transformación del plan de estudios fue “la explosión de las escuelas de comunicación”, que consistió en la emergencia preocupante de innumerables escuelas de comunicación en instituciones de educación públicas y privadas, lo que definitivamente incidió en el desplazamiento de los egresados de la carrera de comunicación de la FCPyS, pues la oferta profesionalizante y acrítica de los egresados de estas nuevas escuelas, fomentaba el abaratamiento de los profesionales del área, impactando directamente en los egresados de nuestra carrera.

Ante estas circunstancias y el nuevo panorama socioeconómico y político que se ha venido gestando en el país, era urgente replantear la formación de los profesionales de la comunicación, pensando en los nuevos espacios profesionales de la comunicación, pensando en los nuevos espacios profesionales que se estaban creando, y en aquellos que no habían sido ocupados por nuestros egresados, porque no habían sido capacitados para ello (comunicación organizacional, publicidad, comunicación política). Otro elemento que se consideró fue el umbral democratizante que la sociedad mexicana está construyendo para su futuro; una sociedad cada vez más inserta en los procesos de globalización de la economía y de las comunicaciones, por lo que era necesario diseñar mecanismos que permitieran la adquisición de “un valor agregado” para nuestros egresados, distinto y más integrado, que tanto los comunicadores y los

comunicólogos del siglo XXI reclamarán, como las nuevas exigencias sociales que se vislumbran en nuestra sociedad.

El Plan de Estudios de Ciencias de la Comunicación tiene su fundamentación en las siguientes reflexiones:<sup>30</sup>

- El eje de enseñanza de comunicación para los estudiantes debía seguir siendo la formación teórico metodológica y socio humanística que caracteriza a la institución. Ésta es la única formación que puede garantizar egresados de comunicación de pensamiento y práctica rigurosos, con un amplio sentido de compromiso y responsabilidad social derivados de los objetivos de la Universidad.
- La importancia que tuvo la Formación Básica Común es indiscutible. Sin embargo, se requiere de una estructura, con formación e integración de sus contenidos, más acorde con los objetivos de la nueva propuesta. Se trata de que la Formación Básica Común se articule con las necesidades formativas del comunicador. La apreciación de que la Formación Básica Común es ajena a las necesidades del comunicador es una apreciación inexacta, generada en buena medida, por el vertiginoso desarrollo de las tecnologías en el ámbito de la comunicación y su incidencia en los campos ocupacionales.
- Las necesidades reales del profesional de comunicación frente al ámbito laboral y las de la sociedad en su conjunto, en materia de comunicación, información, cultura y entretenimiento, requieren de una formación de los comunicadores que se ajuste a las nuevas demandas.

## **Organización y estructura del plan y programa de estudios**

*A) Ejes conductores: conceptual (teoría, seminarios y talleres); formación profesional (metodológico e instrumental) e investigación.*

El Plan de Estudios de Ciencias de la Comunicación de 1997 está dividido en dos partes, la formación inicial constituida por 30 asignaturas, equivalentes a 240 créditos y distribuidas en los cinco primeros semestres; la segunda parte corresponde a las 17 asignaturas de las opciones terminales, impartidas del sexto al noveno semestre, de éstas 14 son obligatorias y tres optativas, y su equivalencia es de 136 créditos.<sup>31</sup>

La formación inicial tiene el propósito de dar a los estudiantes las bases teórico conceptuales en ciencias sociales y comunicación. Las asignaturas se distribuyen en seis áreas fundamentales de conocimiento, a través de las cuales se pretende contribuir a que posteriormente los alumnos puedan elegir su opción terminal de acuerdo a sus necesidades e intereses. Esas áreas son: redacción, metodología y técnicas de investigación,

---

<sup>30</sup> Íbid. Pág. 19.

<sup>31</sup> Íbid. Pág. 20.



lenguajes, teorías (de la comunicación), historias (de México y Mundial Contemporánea) y el área de materias complementarias.

La segunda fase de la propuesta curricular, consta de cinco opciones o áreas terminales de especialización: Periodismo en los Medios, Producción Audiovisual, Publicidad, Comunicación Política y Comunicación Organizacional. Éstas se integran a partir del sexto semestre y comprenden cada una doce asignaturas obligatorias, tres optativas y dos seminarios para la elaboración de trabajo de tesis en el octavo y noveno semestres.

“La existencia de las áreas terminales responde, de alguna manera, a las necesidades de la demanda laboral del comunicólogo. Con ellas, se pretende conciliar la posibilidad de una educación universitaria rigurosa con una capacitación básica para el ejercicio profesional, pero sin olvidar la vinculación que la comunicación tiene con el resto de las ciencias sociales porque de ellas ha retomado parte de sus presupuestos teórico-metodológicos, y al mismo tiempo los ha retroalimentado.”<sup>32</sup>

***B) Duración del Plan (años/semestres/cuatrimestres), duración de semanas por periodo lectivo; horas de clase y de práctica por periodo lectivo y por el total del Plan. En su caso el total de créditos. Por teoría y por práctica, obligatorios y por idioma extranjero.***

El plan de estudios de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación tiene una duración de cuatro años y medio, equivalentes a nueve semestres. La duración del periodo lectivo es de 16 semanas de clase y dos semanas para exámenes finales. El total de créditos es de 376 y las materias a cursar 47. Los créditos a cubrir por asignaturas obligatorias son 352 y por optativas son 24.

Del primero al quinto semestre los alumnos cursan seis materias semestrales, las cuales corresponden a lo que se llama *Formación Inicial*. En cada área terminal por opción (sexto al noveno semestres) se deben cursar cinco materias semestrales: cuatro obligatorias y una optativa en sexto y séptimo; cinco obligatorias en octavo; dos materias en noveno, una obligatoria y una optativa. Las materias son impartidas en cuatro horas de clase en dos sesiones semanales, a cada asignatura corresponden 64 horas de clase al semestre.

### ***C) Objetivos del Plan de estudios***

El Plan de Estudios 1997, no incluye un objetivo propiamente del plan o del programa, sólo incluye el objetivo general de modificar el plan de estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación: *actualizarlo y adecuarlo a los avances y evolución del entorno comunicacional y de las nuevas tecnologías, así como a los cambios de la estructura comunicativa de los sectores público y privado, que determina el mercado laboral del comunicólogo.*

---

<sup>32</sup> *Íbid.* Pág. 21.

*D) Perfiles de ingreso y profesionistas que se pretende formar (precisar actitudes, habilidades y conocimientos).*

Respecto al perfil de ingreso, el Plan de estudios incluye lo siguiente:

**Requisitos de ingreso:** además de los requisitos contemplados en la Legislación Universitaria, en los artículos 2, 4 y 8 del Reglamento General de Inscripciones, las características deseables de los aspirantes a la licenciatura en Ciencias de la Comunicación son:<sup>33</sup>

- Conocimiento óptimo de la gramática
- Disponibilidad para la lectura y habilidad en la redacción
- Manejo satisfactorio del lenguaje oral
- Interés por la información y la cultura de los medios impresos y audiovisuales, convencionales y nuevos
- Disponibilidad para el trabajo en equipo
- Imaginación, creatividad e inventiva
- Sensibilidad ante la problemática política, social, artística y cultural
- Sociabilidad e iniciativa

**Artículo 2.-** Para ingresar a la universidad es indispensable:

- a) solicitar la inscripción de acuerdo con los instructivos que se establezcan;
- b) haber obtenido en el ciclo de estudios inmediato anterior un promedio mínimo de siete o su equivalente;
- c) ser aceptado mediante concurso de selección, que comprenderá una prueba escrita y que deberá realizarse dentro de los periodos que al efecto se señalen.

**Artículo 4.-** Para ingresar al nivel de licenciatura el antecedente académico indispensable es el bachillerato, cumpliendo con lo prescrito en el artículo 8o. de este reglamento.

Para efectos de revalidación o reconocimiento, la Comisión de Incorporación y Revalidación de Estudios del Consejo Universitario determinará los requisitos mínimos que deberán reunir los planes y programas de estudio de bachillerato. La Dirección General de Incorporación y Revalidación de Estudios publicará los instructivos correspondientes.

**Artículo 8.-** Una vez establecido el cupo para cada carrera o plantel y la oferta de ingreso establecida para el concurso de selección, los aspirantes serán seleccionados según el siguiente orden:

- a) alumnos egresados de la Escuela Nacional Preparatoria y del Colegio de Ciencias y Humanidades que hayan concluido sus estudios en un máximo de cuatro años, contados a partir de su ingreso, con un promedio mínimo de siete.
- b) aspirantes con promedio mínimo de siete en el ciclo de bachillerato, seleccionados en el concurso correspondiente, a quienes se asignará carrera y plantel, de acuerdo con la calificación que hayan obtenido en el concurso y hasta el límite del cupo establecido.

En cualquier caso se mantendrá una oferta de ingreso a egresados de bachilleratos externos a la UNAM.

El plan además incluye:

**Requisitos de permanencia:** Además de los requisitos previstos en la Legislación Universitaria, en los artículos 19, 20 y 26 del Reglamento General de Inscripciones, deberán cubrirse los marcados por el Consejo Técnico de la Facultad:<sup>34</sup>

- Se recomienda al alumno ingresar a la opción terminal después de haber acreditado íntegramente las asignaturas de la Formación Inicial de la especialidad. Estas asignaturas han sido programas para cursarse consecutivamente.
- Cada opción terminal está integrada por 17 asignaturas de las cuales 14 son obligatorias y 3 optativas. Para el mejor aprovechamiento del alumno, se

<sup>33</sup> Íbid. Pág. 22.

<sup>34</sup> Ídem.

recomienda cursarla de manera íntegra. No obstante, el alumno tendrá la posibilidad de cursar algunas asignaturas de la opción (las marcadas con asterisco en el mapa curricular de precedencia de asignaturas) en otras carreras de la Facultad o en otra Escuela o Facultad de la UNAM como lo estipula el Reglamento General de Estudios Técnicos y Profesionales de la UNAM.

**Artículo 19.-** Podrá cursarse una segunda carrera después de obtener el título en la primera, cuando:

- a) el cupo de la carrera o del plantel lo permita y el solicitante haya obtenido en las asignaturas correspondientes a la primera carrera un promedio mínimo de ocho,
- b) bien cuando el solicitante sea aceptado mediante el concurso de selección.

**Artículo 20.-** Los cambios de carrera o de plantel que soliciten los alumnos se concederán para el reingreso, siempre que el cupo lo permita, de la siguiente manera:

- a) dentro de una misma facultad o escuela bastará el acuerdo escrito del director.
- b) en las facultades de estudios superiores y en las escuelas nacionales de estudios profesionales, en las carreras de la misma área del conocimiento, bastará el acuerdo escrito del director del plantel.
- c) en las mismas carreras de diferentes planteles, se requerirá la autorización escrita del director del plantel aceptante.

En los casos previstos en los incisos a), b) y c) anteriores, los consejos técnicos podrán fijar criterios, lineamientos o políticas a que se sujetarán los acuerdos del director del plantel.  
en estos casos los plazos previstos en los artículos 22, 23 y 24 no se suspenden.

**Artículo 26.-** Los alumnos inscritos en una carrera podrán renunciar a su inscripción, dentro del plazo de duración aprobado para el plan de estudios correspondiente y solicitar, posteriormente, su ingreso a una carrera diferente mediante el concurso de selección.

En cuanto al perfil del egresado el Plan de estudios dice lo siguiente:

El egresado de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación deberá contar con una sólida formación social y humanística, cuyos referentes principales serán las ciencias sociales, la cultura y las artes; para poder desempeñarse como profesional interesado en el bienestar social y en los derechos de la sociedad a la información. Contará asimismo, con una formación teórico, metodológica y técnica en el campo de la comunicación que le permitirá, comprender, explicar, analizar, criticar y teorizar los procesos de la comunicación, las formas, los medios, las tecnologías empleadas y los contextos en que dichos procesos ocurren. También será capaz de realizar investigación en cualquier ámbito de su ejercicio profesional.<sup>35</sup>

### Conocimientos

- Conocimientos generales sobre el contexto socio económico y político de las formas y los modos de comunicación, tanto a nivel nacional, como global.
- Conocimiento sobre las teorías y las metodologías contemporáneas para la comprensión y el análisis de la comunicación, tanto a nivel local, como regional y global.
- Conocimientos específicos sobre el área de especialidad que el alumno haya elegido en su fase terminal de formación, lo que garantiza la aplicación de las metodologías y el dominio de las tecnologías en la investigación, en la producción de mensajes y en los servicios comunicacionales.

<sup>35</sup> Plan de Estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación 1997. FCPyS. Pág. 20.

### **Aptitudes y habilidades**

- Dominio en el manejo del lenguaje oral y escrito.
- Capacidad de análisis y disertación (oral y escrita) sobre temas relacionados con el plan de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación.
- Capacidad emprendedora, de organización y de conducción de equipos de trabajo.
- Desarrollo de la creatividad y la innovación del conocimiento para proponer soluciones a problemas específicos en el campo de la comunicación y la información.
- Competencia en el manejo de diversas formas y modos de comunicación audio-escrito-visual
- Uso óptimo de los lenguajes audio-escrito-visual.
- Habilidad en el diseño de los planes de acción y ejecución de los mismos.
- Facultad negociadora y concertadora.

### **Actitudes**

- Disponibilidad individual o grupal para el trabajo intelectual e instrumental en el campo de la comunicación social, organizacional y humana.
- Actitud crítica, analítica y propositiva ante las eventualidades.
- Sujetos creativos, imaginativos y emprendedores.
- Aceptación de retos y capacidad de trabajo.

*E. Mapa curricular, seriación de asignaturas, integración vertical y horizontal del plan de estudios y políticas de revalidación de estudios.*

FORMACIÓN INICIAL							
ÁREA	REDACCIÓN	METODOLOGÍA	LENGUAJES	TEORÍAS	HISTORIAS	COMPLEMENTARIAS	CRED.
1° SEM.	Taller de expresión oral y escrita (08 créditos)	Introducción al estudio de la ciencia (08 créditos)	Introducción al estudio del lenguaje (08 créditos)	Sociedad y comunicación (08 créditos)	Estado, sistema y poder político (08 créditos)	Economía y comunicación (08 créditos)	48
2° SEM.	Taller de redacción (08 créditos)	Metodología de la investigación en comunicación (08 créditos)	Teorías del discurso (08 créditos)	Introducción a las teorías de la comunicación (08 créditos)	Historia de México y procesos de la comunicación I (08 créditos)	Geopolítica y comunicación (08 créditos)	48
3° SEM.	Géneros periodísticos I (08 créditos)	Técnicas de investigación en comunicación	Semiótica (08 créditos)	Teorías de la comunicación I (08 créditos)	Historia de México y procesos de comunicación II (08 créditos)	Psicología y comunicación (08 créditos)	48
4° SEM.	Géneros periodísticos II (08 créditos)	Procesos y técnicas informacionales (08 créditos)	Teoría de la imagen (08 créditos)	Teorías de la comunicación II (08 créditos)	Historia de México y procesos de comunicación III	Propaganda y opinión pública (08 créditos)	48
5° SEM.	Géneros periodísticos III (08 créditos)	Taller de diseño de proyectos en comunicación (08 créditos)	Discurso audiovisual (08 créditos)	Teorías de la comunicación III (08 créditos)	Historia contemporánea y procesos de comunicación (08 créditos)	Publicidad (08 créditos)	48
OPCIÓN PERIODISMO EN LOS MEDIOS							
6° SEM.	Taller de periodismo (08 créditos)	Metodología de la investigación periodística (08 créditos)	Planeación y organización de empresas editoriales (08 créditos)	Análisis de políticas de comunicación (08 créditos)	Optativa (08 créditos)		40
7° SEM.	Taller de periodismo especializado I (08 créditos)	Periodismo y lenguaje narrativo (08 créditos)	Periodismo gráfico (08 créditos)	Organización de unidades de comunicación (08 créditos)	Optativa (08 créditos)		40
8° SEM.	Taller de periodismo especializado II (08 créditos)	Taller de corrección de originales (08 créditos)	Taller de diseño editorial (08 créditos)	Periodismo en las unidades de comunicación social (08 créditos)	Seminario de tesis (08 créditos)		40
9° SEM.	Seminario de Tesis (08 créditos)			Optativa (08 créditos)			16
OPCIÓN PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL							
6° SEM.	Taller de guión I (08 créditos)	Principios de construcción dramática y escénica (08 créditos)	Taller de apreciación estética y narrativa en los medios (08 créditos)	Lenguaje cinematográfico como cultura audiovisual (08 créditos)	Optativa (08 créditos)		40
7° SEM.	Taller de guión II (08 créditos)	Metodología de la investigación periodística en los medios (08 créditos)	Técnicas de producción y realización radiofónica (08 créditos)	Técnicas de producción y realización televisiva (08 créditos)	Optativa (08 créditos)		40

8° SEM.	Taller de creatividad audiovisual (08 créditos)	Taller de producción de radio (08 créditos)	Taller de producción de televisión (08 créditos)	Diseño y organización de la producción (08 créditos)	Seminario de tesis (08 créditos)	40
9° SEM.	Seminario de Tesis (08 créditos)		Optativa (08 créditos)			16
<b>OPCIÓN PUBLICIDAD</b>						
6° SEM.	Psicología de la publicidad (08 créditos)	Análisis publicitario (08 créditos)	Antropología del consumo (08 créditos)	Marco jurídico de la publicidad (08 créditos)	Optativa (08 créditos)	40
7° SEM.	Taller de campañas de publicidad (08 créditos)	Estrategia de medios (08 créditos)	Comunicación e identidad comunitaria rural (08 créditos)	Investigación del mercado (08 créditos)	Optativa (08 créditos)	40
8° SEM.	Taller de campañas de publicidad social (08 créditos)	Taller de creatividad (08 créditos)	Comunicación e identidad comunitaria urbana (08 créditos)	Globalización de la comunicación y su impacto social (08 créditos)	Seminario de tesis (08 créditos)	40
9° SEM.	Seminario de Tesis (08 créditos)		Optativa (08 créditos)			16
<b>OPCIÓN COMUNICACIÓN POLÍTICA</b>						
6° SEM.	Teoría de las instituciones (08 créditos)	Comunicación política (08 créditos)	Teoría del comportamiento político (08 créditos)	Comunicación y sistema político mexicano (08 créditos)	Optativa (08 créditos)	40
7° SEM.	Teoría del conflicto y la negociación (08 créditos)	Planeación estratégica de la comunicación (08 créditos)	Comunicación persuasiva y liderazgo (08 créditos)	Procesos culturales y comunicación política en México (08 créditos)	Optativa (08 créditos)	40
8° SEM.	Análisis de la comunicación emergente (08 créditos)	Diseño de campañas políticas (08 créditos)	Taller de mercadotecnia política (08 créditos)	Análisis de la información política (08 créditos)	Seminario de tesis (08 créditos)	40
9° SEM.	Seminario de Tesis (08 créditos)		Optativa (08 créditos)			16
<b>OPCIÓN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL</b>						
6° SEM.	Comunicación organizacional (08 créditos)	Teoría de las organizaciones (08 créditos)	Identidad cultural e identidad corporativa (08 créditos)	Entorno social de las organizaciones (08 créditos)	Optativa (08 créditos)	40
7° SEM.	Las organizaciones emergentes (08 créditos)	Estrategias de comunicación organizacional (08 créditos)	Diagnóstico de la imagen corporativa (08 créditos)	Asesoría y servicios de comunicación (08 créditos)	Optativa (08 créditos)	40
8° SEM.	Diseño de comunicación en las organizaciones (08 créditos)	Taller de planeación (08 créditos)	Taller de imagen (08 créditos)	Gestión de la comunicación en las organizaciones (08 créditos)	Seminario de tesis (08 créditos)	40
9° SEM.	Seminario de Tesis (08 créditos)		Optativa (08 créditos)			16

**TOTAL MATERIAS: 47**

**TOTAL CRÉDITOS: 376**

**Optativas:** Agencias informativas, Fotografía periodística, Fotografía publicitaria, La historia como reportaje, Prospectiva estratégica, Relaciones públicas, Sociología de la radio y la televisión, Sociología del cine.

**F. Programas sintéticos y analíticos de las asignaturas.**

TIPO	ASIGNATURA	SEMESTRE	CONTENIDO
Obligatoria	<b>ESTADO, SISTEMA Y PODER POLÍTICO</b>	1	<p>1. Estado</p> <p>1.1. Legitimidad y derecho, gobierno y territorio derechos políticos y Pueblo, libertad e igualdad.</p> <p>1.2. Cultura política, la política y constitución</p> <p>1.3. Estado moderno y contemporáneo</p> <p>1.4. Política concepto</p> <p>1.5. Poder concepto</p> <p>1.6. Sistema político, sistemas parlamentarios y presidenciales</p> <p>1.7. Sistemas de partidos</p> <p>1.8. Organizaciones políticas no partidarias y otras formas de</p> <p>1.9. Asociación en las sociedades actuales.</p> <p>1.10. Régimen legal.</p> <p>2. Poder y Marco Jurídico</p> <p>2.1. Poder y derecho.</p> <p>2.2. Política y poder</p> <p>2.3. Ideología.</p> <p>2.4. Conceptos sobre liberalismo, democracia, socialismo y fascismo.</p> <p>2.5. Poder y su expresión en la comunicación social.</p> <p>3. Comunicación</p> <p>3.1. Sistema de comunicación.</p> <p>3.2. La comunicación política en los medios de comunicación masiva como</p> <p>3.3. Expresión de las instituciones políticas ligadas al estado moderno contemporáneo.</p> <p>3.4. El concepto de medio de comunicación colectiva.</p> <p>3.5. Los medios de comunicación colectiva más generalizados en las sociedades contemporáneas.</p> <p>3.6. Naturaleza de cada medio de comunicación masiva o colectiva.</p>
Obligatoria	<b>INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DEL LENGUAJE</b>	1	<p>1. Generalidades</p> <p>1.1. Conceptos básicos en el estudio del lenguaje</p> <p>1.2. Modalidades del lenguaje</p> <p>1.2.1. Lenguajes no verbales</p> <p>1.2.2. Lenguaje verbal (lengua)</p> <p>2. El Estudio de la Lengua</p> <p>2.1. Origen del lenguaje</p> <p>2.2. Concepción histórica de la lengua.</p> <p>2.2.1. Concepción mítico-religiosa.</p> <p>2.2.2. Concepción científica de la lengua</p> <p>2.3. Estudio formal de la lengua: la lingüística.</p> <p>2.3.1. La lengua y el habla</p> <p>2.3.2. Los estratos de la lengua (fonología, fonética, morfosintaxis y semántica)</p> <p>2.3.3. Teoría del signo lingüístico.</p> <p>3. Lenguaje y sociedad</p> <p>3.1. Funciones del lenguaje.</p> <p>3.2. Lenguaje y cultura (proceso de conocimiento)</p> <p>3.3. Lenguaje y sociedad (proceso de interacción)</p> <p>3.4. Lenguaje e individuo (proceso de identificación)</p> <p>4. El estudio de los lenguajes: La Semiótica.</p> <p>4.1. Niveles de estudio de la semiótica: Sintáctica, semántica y pragmática.</p> <p>4.2. El fenómeno de la significación</p> <p>4.2.1. Teoría de los códigos.</p> <p>4.2.2. El sentido.</p> <p>4.3. Lenguaje y discurso en el proceso de comunicación.</p> <p>5. Concepción post-moderna del lenguaje</p>
			<p>1. Indagación humana y ciencia</p> <p>1.1. Indagación humana natural</p> <p>A) tradición</p> <p>B) autoridad</p> <p>1.2. Cuatro formas de conocimiento</p> <p>A) tenacidad</p> <p>B) autoridad</p> <p>C) intuición</p> <p>D) ciencia</p> <p>1.3. Errores de indagación individual</p>

Obligatoria	<b>INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE LA CIENCIA</b>	1	<p>A) observación inexacta  B) sobregeneralización  C) observación selectiva  D) información inventada  E) razonamiento ilógico  F) autoinvolucramiento en la comprensión de los hechos  G) premura por concluir con la investigación  H) reduccionismo</p> <p>1.4. Fundamentos de la ciencia social  A) teoría, no filosofía o creencia  B) regularidades sociales  C) grupos, no individuos  D) un lenguaje variable</p> <p>2. Teoría e investigación  2.1. El surgimiento de la teoría en las ciencias sociales. El modelo tradicional de la ciencia  2.2. La construcción de una teoría  2.3. Dos sistemas lógicos: la teoría deductiva y la teoría inductiva  A) la construcción de la teoría deductiva  B) la construcción de la teoría inductiva  2.4. Vínculos entre teoría e investigación  2.5. La ciencia, sus funciones y objetivos</p>
Obligatoria	<b>ECONOMÍA Y COMUNICACIÓN</b>	1	<p>1. La ciencia económica como teoría de la sociedad: Mercado, Trabajo y Capital.  1.1. El fenómeno económico como relación social.  1.2. Microeconomía: El orden social espontáneo del mercado.  1.3. El mercado y el dinero como fundamento de las relaciones sociales.  1.4. El papel de una teoría del valor trabajo dentro del conocimiento económico clásico y marxista.  1.5. La competencia entre los capitales como articulación de la economía de mercado capitalista.  1.6. Valor y distribución.  1.7. Acumulación y reproducción (Salario, Precios y Ganancia).  1.8 El monopolio.</p> <p>2. Cuentas nacionales (Economía Cerrada y Economía Abierta).  2.1. Determinación del ingreso, producto y demanda agregada.  2.2. Consumo, Ahorro, Inversión (Mercado de bienes).  2.3. dinero, Intereses e Ingreso (Mercado de dinero).  2.4. Mercado de trabajo.</p> <p>3. Política macroeconómica.  3.1. Política monetaria, estabilidad y ciclos.  3.2. Política fiscal, estabilidad y crecimiento y presupuestos públicos.  3.3. Empleo, ingreso e inflación.  3.4. Deuda, déficit y estabilización, también ver presupuesto público anual.</p> <p>4. Balanza de pagos.  4.1. Teorías del tiempo de cambio.  4.2. Teorías inflacionarias.  4.3. Organismos internacionales: FMI  4.4. Política industrial, empleo y producto.</p> <p>5. Modificación de los patrones de consumo por efecto de la publicidad.  5.1. La comunicación como factor del mercado.  5.2. Cómo influye la comunicación en las decisiones de producción.  5.3. La comunicación en el mercado de capitales (bolsa de valores)  5.4. La comunicación en el mercado de trabajo (productivo e improductivo).  5.5. El financiamiento de los medios de comunicación.  5.6. Las industrias culturales.</p> <p>6. La globalización y los mercados mundiales.  6.1. El sistema financiero internacional y los mercados mundiales.  6.2. Desarrollo y dependencia.  6.3. Las megacorporaciones.</p>
			<p>1. Desarrollo del proceso mental  1.1. Pensamiento y realidad  1.2. Análisis  1.3. Síntesis  1.4. Actitud dialéctica  1.5. Actitud crítica</p>



Obligatoria	<b>TALLER DE EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA</b>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>2. Técnicas de expresión</li> <li>2.1. Elección del tema</li> <li>2.2. Acopio de información</li> <li>2.3. Elaboración del esquema</li> <li>2.4. Desarrollo del tema</li> <li>3. Expresión oral</li> <li>3.1. Lenguaje verbal</li> <li>3.1.1. Análisis de la voz</li> <li>3.1.2. Dicción</li> <li>3.1.3. Entonación</li> <li>3.1.4. Respiración</li> <li>3.1.5. Modulación</li> <li>3.2. El lenguaje corporal</li> <li>3.3. Relación emisor-receptor</li> <li>3.4. La improvisación</li> <li>4. Expresión escrita.</li> <li>4.1. Reglas gramaticales</li> <li>4.2. Morfosintaxis</li> <li>5. Las formas del discurso</li> <li>5.1. Exposición</li> <li>5.2. Descripción</li> <li>5.3. Narración</li> <li>5.4. Argumentación</li> </ul>
Obligatoria	<b>SOCIEDAD Y COMUNICACIÓN</b>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Sociedad</li> <li>1.1. Socialización primaria.</li> <li>1.2. Estructura, organización social y funciones de la sociedad.</li> <li>1.3. Desorganización social, conflicto y cambio social.</li> <li>2. Comunicación</li> <li>2.1. Qué es la comunicación.</li> <li>2.2. Comunicación, sentido y aprehensión de la realidad.</li> <li>2.3. Comunicación interpersonal y comunicación mediada.</li> <li>3. Procesos sociales como procesos de comunicación</li> <li>3.1. Sectores sociales y comunicación de la familia al Estado.</li> <li>3.1.1. Dominio</li> <li>3.1.2. Hegemonía</li> <li>3.1.3. Liderazgo</li> <li>3.1.4. Negociación</li> <li>3.1.5. Consenso</li> <li>4. Sociedad, cultura y comunicación</li> <li>4.1. Qué es la cultura</li> <li>4.2. Formas culturales emergentes</li> <li>4.2.1. Modernidad y pos-modernidad</li> <li>4.2.2. Globalización e identidad</li> <li>4.2.3. La sociedad informacional y la virtualización de la vida.</li> </ul>
Obligatoria	<b>HISTORIA DE MÉXICO Y PROCESOS DE COMUNICACIÓN I</b>	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. La confluencia de culturas: prehispánica, colonial y la búsqueda de una cultura nacional</li> <li>2. El papel de la iglesia como institución ideológica (censura-educadora), su participación como rectora de la economía y en las transformaciones políticas</li> <li>3. El pensamiento ilustrado y la conformación de grupos políticos en la búsqueda de la independencia</li> <li>4. El periodismo impreso y su papel de foro en los movimientos políticos</li> <li>5. El pensamiento liberal y el conservador en la lucha por la construcción nacional</li> <li>6. Luchas internas y guerras de intervención</li> <li>7. La reforma y la prensa como medio de expresión de sus ideólogos</li> <li>8. Formas de control ideológico y jurídico de la prensa nacional</li> <li>9. La república restaurada y los antecedentes del porfiriato</li> <li>10. Filosofía jurídica de la legislación en México en sus orígenes</li> </ul>
Obligatoria	<b>TEORÍAS DEL DISCURSO</b>	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. La situación del análisis del discurso</li> <li>1.2. La polisemia del término "discurso"</li> <li>1.3. Problemas metodológicos.</li> <li>2. Benveniste: La teoría de la enunciación</li> <li>3. Pecheux: El análisis automático del discurso</li> <li>4. Austin y Searle: "Los actos del discurso"</li> <li>5. Van Dijk: La ciencia del texto</li> <li>6. Chomsky: La gramática generativa y transformacional</li> <li>7. Greimas y Eco: La semiótica europea</li> <li>8. Sebeock: La semiótica norteamericana</li> </ul>

			<p>9. Las posibilidades para el análisis del discurso</p> <p>9.1. Propp: El análisis del cuento fantástico</p> <p>9.2. Bremond: La lógica del relato</p> <p>9.3. Barthes: El análisis estructural del relato</p> <p>9.4. Reboul: El lenguaje y la ideología</p> <p>9.5. Berinstein, Bouchot, Giménes, Genette, Mier, Reséndiz,: Las posibilidades del análisis del discurso en México</p>
Obligatoria	<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN</b>	2	<p>1. Diferentes explicativas entre teoría y ciencia</p> <p>2. Los paradigmas explicativos de las ciencias sociales más representativas</p> <p>3. Los nuevos paradigmas en las ciencias sociales</p> <p>4. La investigación en comunicación</p> <p>5. La ciencia y la explicación científica de los procesos de la comunicación en el estudio científico de la comunicación humana</p> <p>5.1. Una visión biologicista del problema</p> <p>5.2. La etología y la comunicación no verbal</p> <p>A) las orientaciones sociológicas</p> <p>B) la concepción culturalista y antropológica</p> <p>C) la psicología y el psicoanálisis</p> <p>D) la semiología y la lingüística</p>
Obligatoria	<b>GEOPOLÍTICA Y COMUNICACIÓN</b>	2	<p>1. Las prácticas comunicativas en las culturas de la antigüedad y la romanización como el primer gran proceso de intercambio cultural.</p> <p>2. La edad media y la coexistencia en el mundo de diversas prácticas sociales comunicativas que confluyen en la ola expansiva de Europa durante el renacimiento. Los procesos de exploración, descubrimiento, conquista y colonización como un segundo gran proceso de intercambio cultural.</p> <p>3. La primera revolución industrial y los primeros centros hegemónicos propietarios de la tecnología comunicacional. De la locomotora de vapor al cable submarino, el telégrafo y el teléfono.</p> <p>4. La segunda revolución industrial y el surgimiento de los medios masivos de comunicación así como sus distintos regímenes de explotación y regulación.</p> <p>5. Las modernas estructuras de poderío con relación a la tecnología comunicacional y las industrias de la información, la cultura y el entretenimiento. La tercera revolución industrial y los procesos de transnacionalización, globalización de la comunicación. Las nuevas facetas del imperialismo económico, político y cultural con relación a la tecnología satelital e informática.</p> <p>6. Los antecedentes de la problemática de la regulación internacional de la comunicación y los presupuestos de un nuevo orden informativo mundial. Los acuerdos de globalización comercial y los mercados comunes y la necesidad de que se contemplen los problemas de la comunicación como uno de sus capítulos más importantes.</p>
Obligatoria	<b>TALLER DE REDACCIÓN</b>	2	<p>1. Redacción y lenguaje</p> <p>1.1. Conceptos</p> <p>1.2. La composición de textos</p> <p>1.2.1. El proceso de componer</p> <p>1.2.2. Finalidad, género y extensión</p> <p>2. El párrafo.</p> <p>2.1. Aspectos externos</p> <p>2.1.1. La unidad del párrafo</p> <p>2.1.2. La coherencia</p> <p>2.1.3. La transición</p> <p>2.2. Aspecto interno</p> <p>2.2.1. Expresión de ideas</p> <p>2.2.1.1. La idea principal</p> <p>2.2.1.2. Ideas subordinadas</p> <p>2.2.2. Modelos</p> <p>2.2.3. Cronológico, contraste, definición, por ejemplos, etc.</p> <p>3. El texto.</p> <p>3.1. Resumen</p> <p>3.2. Reseña</p> <p>3.3. Ensayo</p>
			<p>1. Fundamentos de la comunicación</p> <p>1.1. Definición, elementos y fundamentos de la comunicación</p> <p>1.2. Nociones principales de la comunicación</p> <p>2. El proceso de la comunicación</p> <p>2.1. Significado de los procesos</p> <p>2.2. Procesos básicos de comunicación</p>

Obligatoria	<b>INTRODUCCIÓN A LAS TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN</b>	2	<p>2.3. Limitaciones del proceso</p> <p>2.4. Esquemas y modelos</p> <p>3. Los medios y soportes de expresión</p> <p>3.1. Índices de expresividad y principales medio de expresión</p> <p>3.2. Palabras, gestos y actos</p> <p>3.3. La variable informacional</p> <p>4. El lenguaje como medio de comunicación</p> <p>4.1. El valor comunicacional del lenguaje</p> <p>4.2. Las tensiones entre el lenguaje y la sociedad</p> <p>5. Semiología de la comunicación</p> <p>5.1. Dimensión comunicativa</p> <p>5.2. Semiología y semiótica</p> <p>5.3. Sistemas de comunicación no lingüísticos</p> <p>5.4. El proceso de la semiosis</p> <p>6. La comunicación colectiva</p> <p>6.1. La comunicación colectiva y la comunicación de masas</p> <p>6.2. El proceso de influencia de la comunicación</p> <p>6.3. Los agentes en el proceso de la comunicación</p> <p>7. Los modelos de análisis comunicacional</p> <p>7.1. Modelos de análisis general y particular</p> <p>7.2. Modelos probabilísticos</p> <p>7.3. Análisis de contenido de la comunicación</p> <p>8. Tipología de los medios e instrumentos de comunicación</p> <p>8.1. Clasificaciones tipológicas</p> <p>8.2. Clasificaciones espacio temporales</p>
Obligatoria	<b>HISTORIA DE MÉXICO Y PROCESOS DE COMUNICACIÓN II</b>	3	<p>1. El arribo del General Porfirio Díaz al poder y su consolidación política</p> <p>2. El proyecto económico y social del Porfiriato y su declinación</p> <p>3. El contexto mundial y su influencia en el sostenimiento de la dictadura de Díaz</p> <p>4. Consolidación de la empresa periodística de carácter masivo durante el porfiriato</p> <p>5. Surgimiento del cinematógrafo, la radio y las empresas publicitarias</p> <p>6. Formas de regulación y control de los medios de comunicación</p> <p>7. El movimiento armado y las variables periodísticas y cinematográficas de la época</p> <p>8. El Constitucionalismo y su reflejo en la prensa nacionalismo en los nuevos proyectos políticos del siglo XX</p> <p>9. Repercusión de los distintos proyectos políticos en los medios de comunicación</p> <p>10. Transición del cine mudo al sonoro. El cine como documento histórico</p> <p>11. Procesos corporativos en torno al proyecto de Estado y su repercusión en los medios de comunicación-sindicalismo en la prensa y el cine nacional</p> <p>12. Cardenismo y uso social y político de los medios de comunicación (prensa, radio y cine)</p> <p>13. El contexto internacional y sus repercusiones a nivel nacional</p> <p>14. La segunda guerra mundial y sus repercusiones en la política del Estado mexicano, sus efectos en la formación de la industria del cine y en la prensa masiva</p> <p>15. Los nuevos medios de comunicación al servicio de la guerra mundial</p> <p>16. El fin de la guerra y los cambios en el modelo político-económico del Estado mexicano</p> <p>17. La penetración de empresas trasnacionales con un doble objetivo: propaganda política y publicitaria en la expansión de los mercados</p>
			<p>1. La semiología en el marco de las ciencias del hombre.</p> <p>a) Semiología o semiótica</p> <p>b) La ciencia para el estudio de los sistemas de signos, o ciencia para el estudio de los sistemas de significación.</p> <p>c) Los proyectos relevantes en la construcción de la disciplina semiótica: Peirce y Morris; Saussure y Hjemselv.</p> <p>d) Los sistemas de significación como producto del entorno cultural</p> <p>e) La comunicación, la semiótica y la cultura.</p> <p>f) La semiótica como una ciencia de la cultura o una ciencia de la comunicación.</p> <p>2. Los paradigmas en la construcción teórica de la semiótica</p> <p>a) Roland Barthes</p> <p>b) Umberto Eco</p>

Obligatoria	<b>SEMIÓTICA</b>	3	<p>c) Youri Lotmann  d) Christian Metz  e) Thomas Sébeock  f) A.J. Greimas  3. La semiótica de A.J. Greimas, como ciencia que estudia el sentido y de los sistemas de significación  a) Los microuniversos de sentido  b) Los procesos de conversión del sentido (la información del sentido)  c) La asignaturalización el sentido en discurso.  d) La forma del contenido del discurso: las estructuras lógico-semánticas, narrativas y discursivas.  e) La estructura elemental de la significación: relaciones y operaciones lógicas del significado.  f) El recorrido narrativo de los actuantes del discurso: manipulación competencia, performancia y sanción.  g) Los valores y las axiologías del discurso, como componente semántica del mismo.  h) Las estructuras discursivas: los actores, los espacios y los tiempos. Las figuras y los temas que desarrollan en el discurso.  4. Elementos para una semiótica visual (o audiovisual, o escrito-visual, o audioescrito-visual)  a) La forma es fondo.  b) El plano de la expresión del discurso: un significante nada imaginario.  c) Las categorías topológicas del discurso visual  d) Las categorías cromáticas y las categorías eidéticas  e) Los formantes plásticos y figurativos  f) La manifestación asignatural de los discursos no verbales.  g) Del análisis del significante al análisis del significado: Del plano de la expresión al plano del contenido.  5. La comunicación y la significación  a) La sociosemiótica: hacia una semiosis social.  b) El discurso como asignaturalización de las prácticas comunicativas  c) Nuevas formas de comunicación y nuevas mediaciones como reto para la semiótica general y para la sociosemiótica: la interactividad.  d) Nuevos discursos como reto para el análisis semiótico: la realidad virtual.</p>
Obligatoria	<b>TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN</b>	3	<p>1. Diferencias y relación entre teoría, método y técnica  2. Auxiliares lógicos y matemáticos en la investigación científica  2.1. Midiendo todo lo que existe  A) ¿cómo se sabe qué hay que medir y cómo medirlo?  B) concepciones y conceptos  C) conceptualización  D) indicadores y dimensiones  E) la intercambiabilidad de indicadores  F) la confusión sobre definiciones y realidad  G) creando un orden conceptual  2.2. Definiciones y propósitos de la investigación  2.3. Criterios para medir la calidad  A) confiabilidad.  B) validez  C) relación entre confiabilidad y validez  3. Principales procedimientos para el análisis de datos.  3.1. Teoría de las muestras  3.2. Medidas de tendencia central  3.3. Correlaciones  3.4. Probabilidades  3.5. Aportes de las teorías de conjuntos, de las redes y de los juegos y al manejo y análisis de los datos  3.6. Opciones de operacionalización  A) rango de variación  B) variaciones entre los extremos  C) niveles de medición  D) indicadores simples y múltiples  4. La lógica del muestreo  4.1. La historia del muestreo (dos métodos: probabilístico y no probabilístico)  4.2. La lógica de muestreo por probabilidad  A) el muestreo sesgado consciente o inconscientemente  B) representatividad y probabilidad de la selección</p>

			<p>4.3. Conceptos y terminología del muestreo</p> <p>4.4. Teoría del muestreo por probabilidad y la distribución de la muestra</p> <p>A) teoría del muestreo por probabilidad</p> <p>B) algunos casos de distribución de la muestra</p> <p>C) distribución binominal de la muestra</p> <p>4.5. Población y marcos de la muestra (revisión de poblaciones y marcos de la muestra)</p> <p>4.6. Tipos de diseños de muestras</p> <p>4.7. Guías para elaborar preguntas</p> <p>A) preguntas y declaraciones</p> <p>B) preguntas abiertas y cerradas</p> <p>C) hacer planteamientos claro.</p> <p>D) eliminar preguntas de doble sentido</p> <p>E) los entrevistados deben estar habilitados para responder</p> <p>F) las preguntas deben ser relevantes</p> <p>G) las preguntas cortas son mejores</p> <p>H) evadir planteamientos negativos</p> <p>I) evadir términos y planteamientos sesgados</p> <p>4.8. Escalas de opinión y actitudes en los públicos</p> <p>5. La experimentación</p> <p>5.1. Tópicos apropiados para experimentar</p> <p>5.2. El experimento clásico</p> <p>A) variables dependientes e independientes</p> <p>B) examen preliminar y examen final</p> <p>C) grupos experimentales y de control</p> <p>D) la experimentación ciega</p> <p>5.3. Selección de sujetos</p> <p>A) muestreo por probabilidad</p> <p>B) muestra aleatoria</p> <p>C) muestra por grupos</p> <p>5.4. Variaciones sobre un diseño experimental</p> <p>A) fuentes de invalidación interna</p> <p>B) fuentes de invalidación externa</p> <p>5.5. Experimentos “naturales”</p> <p>5.6. Pros y contras del método experimental</p> <p>6. Experimentación de campo en comunicación y opinión pública</p> <p>7. Análisis de contenido</p> <p>8. Análisis del discurso</p>
Obligatoria	<b>PSICOLOGÍA Y COMUNICACIÓN</b>	3	<p>1. Desarrollo y campo de estudio de la Psicología Social</p> <p>1.1. Campo de estudio de la Psicología Social</p> <p>1.2. Relación de la Psicología social con otras ciencias sociales</p> <p>1.3. Métodos y técnicas utilizados en la Psicología Social</p> <p>1.4. Diversas tradiciones en la historia de la Psicología Social</p> <p>2. Los procesos comunicativos al interior de los grupos</p> <p>2.1. El hecho psicológico del rol</p> <p>2.2. El interaccionismo simbólico</p> <p>2.2.1. Atribución social</p> <p>2.2.2. Influencia social</p> <p>2.2.3. Dependencia e interdependencia sociales</p> <p>3. Procesos Psicológicos en la Comunicación de Masas</p> <p>3.1. Dinámica y formación de los grupos</p> <p>3.2. Grupos sociales y liderazgo</p> <p>3.3. El individuo y las masas</p> <p>3.4. La creatividad de los grupos</p> <p>3.5. Las decisiones de los grupos</p> <p>3.6. Percepción y persuasión social</p> <p>3.7. Formación y cambio de actitudes</p>
			<p>1. Periodismo</p> <p>1.1. Definición</p> <p>1.2. Objetivos</p> <p>2. El periodista</p> <p>2.1. Características y cualidades</p> <p>2.2. Ética y responsabilidad</p> <p>3. Los hechos o acontecimientos</p> <p>3.1. Características del acontecimiento</p> <p>3.2. Selección del acontecimiento como noticia</p> <p>4. Noticia</p> <p>4.1. Concepto tradicional</p> <p>4.2. Noticia como construcción de la realidad</p>

Obligatoria	<b>GÉNEROS PERIODÍSTICOS I</b>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>4.3. Elementos de interés de la noticia</li> <li>5. Géneros Periodísticos</li> <li>5.1. Aspectos fundamentales</li> <li>5.2. Clasificación</li> <li>5.3. Funciones</li> <li>6. Nota informativa</li> <li>6.1. En la prensa</li> <li>6.1.1. Clasificación</li> <li>6.1.2. Técnicas de investigación</li> <li>6.1.3. Estructura</li> <li>6.1.4. Redacción</li> <li>6.2. En la radio</li> <li>6.2.1. Clasificación</li> <li>6.2.2. Técnicas de investigación</li> <li>6.2.3. Estructura</li> <li>6.2.4. Redacción</li> <li>6.3. En la televisión</li> <li>6.3.1. Clasificación</li> <li>6.3.2. Técnicas de investigación</li> <li>6.3.3. Estructura</li> <li>6.3.4. Redacción</li> <li>7. Entrevista</li> <li>7.1. En la prensa</li> <li>7.1.1. Clasificación</li> <li>7.1.2. Técnicas de investigación</li> <li>7.1.3. Estructura</li> <li>7.1.4. Redacción</li> <li>7.2. En la radio</li> <li>7.2.1. Clasificación</li> <li>7.2.2. Técnicas de investigación</li> <li>7.2.3. Estructura</li> <li>7.2.4. Redacción</li> <li>7.3. En la Televisión</li> <li>7.3.1. Clasificación</li> <li>7.3.2. Técnicas de investigación</li> <li>7.3.3. Estructura</li> <li>7.3.4. Redacción</li> </ul>
Obligatoria	<b>TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN I</b>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Desarrollos teóricos del funcionalismo. (Corrientes, Escuelas y Autores)</li> <li>1.1. Qué es el funcionalismo</li> <li>1.2. El conductismo en la comunicación</li> <li>1.3. El contexto norteamericano para el estudio "científico" de la comunicación</li> <li>1.4. El Paradigma de Laswell y la teoría de los efectos</li> <li>1.5. Lazarsfeld y los primeros estudios empíricos. The peopel´s choice</li> <li>1.6. El análisis de contenido y la investigación administrativa de la comunicación</li> <li>1.7. La escuela de Yale</li> <li>1.8. La teoría matemática de la comunicación: Schannon</li> <li>1.9. Schramm y la Mass Communication Researche</li> <li>1.10. La "escuela canadiense" Marshall Mc Luhan y Jean Clouthier</li> <li>1.11. La agenda setting y la espiral del silencio</li> <li>1.12. La escuela de Palo Alto: Watzlawic y Bastón</li> <li>2. Desarrollo teóricos del estructuralismo (Corrientes, Escuelas y Autores)</li> <li>2.1. Qué es el estructuralismo</li> <li>2.2. La antropología, la lingüística y la comunicación</li> <li>2.3. La teoría de los sistemas y la comunicación</li> <li>2.4. La teoría estructuralista de la comunicación (Abraham Moles)</li> <li>2.5. La sociología de la cultura de masas (Burgelin, Eco, Morin)</li> <li>2.6. De la semiología a la semiótica: Barthes, Eco, Greimas</li> <li>3. Desarrollo teórico del asignaturalismo histórico (Corrientes, Escuelas y Autores)</li> <li>3.1. Qué es el asignaturalismo histórico</li> <li>3.2. La teoría marxista de la ideología</li> <li>3.3. La Escuela de Francfort</li> <li>3.4. La escuela neo-marxista inglesa: Hall, Curran, Smith</li> <li>3.5. La teoría izquierdista de la comunicación: Enzesberger</li> <li>3.6. Las corrientes latinoamericanas:</li> <li>3.6.1. Ideología, marxismo, medio y mensajes: Ludovico Silva</li> </ul>

			<p>3.6.2. Los medio y el imperialismo: Mattelart y Schiller</p> <p>3.6.3. La comunicación alternativa y el cambio social: del cono sur a México</p> <p>4. Nuevas perspectivas para el estudio de la comunicación</p> <p>4.1. La sociología de las interacciones sociales</p> <p>4.2. La ednometodología</p> <p>4.3. La economía política de los medios</p> <p>4.4. La geopolítica</p> <p>4.5. La prospectiva</p>
Obligatoria	<b>HISTORIA DE MÉXICO Y PROCESOS DE COMUNICACIÓN III</b>	4	<p>1. La segunda guerra mundial. Consecuencias políticas y económicas para México y América Latina</p> <p>2. Agudización del modelo de desarrollo dependiente</p> <p>3. La transferencia de capitales y su influencia en el desarrollo de los medios de comunicación: prensa, cine y televisión</p> <p>4. El surgimiento de la televisión y de las telecomunicaciones</p> <p>5. La reestructuración de la industria cinematográfica</p> <p>6. Las empresas trasnacionales y el desarrollo de la industria cultural</p> <p>7. Nueva legislación de los medios de comunicación en México y el mundo</p> <p>7.1. La regulación jurídica y el ejercicio periodístico en la época actual.</p> <p>7.2. Ética profesional y derecho a la información.</p> <p>7.3. Regulación jurídica y medios audiovisuales.</p>
Obligatoria	<b>TEORÍA DE LA IMAGEN</b>	4	<p>1. El discurso de la imagen en la comunicación</p> <p>2. Imagen y representación de la realidad</p> <p>3. Funciones del discurso de la imagen (estética, informativa, simbólica, relacional, etc.)</p> <p>4. Estructura del discurso de la imagen</p> <p>4.1. Código icónico</p> <p>4.2. Código técnico</p> <p>5. Sintaxis de la imagen fija</p> <p>6. El discurso de la imagen y su manejo ideológico</p> <p>7. El papel social de las distintas formas del discurso de la imagen según su origen y evolución</p> <p>8. Formas del discurso de la imagen, características y elementos distintivos</p> <p>8.1. Fotografía</p> <p>8.2. Caricatura</p> <p>8.3. Historieta y fotonovela</p> <p>8.4. Cartel publicitario</p> <p>9. Análisis de imágenes fijas.</p>
Obligatoria	<b>PROCESOS Y TÉCNICAS INFORMACIONALES</b>	4	<p>1. Fundamentos de Sistema Operativo DOS y Windows</p> <p>1.1. Definiciones y Conceptos de cómputo: Los componentes físicos del sistema (hardware) y los componentes lógicos del sistema (software). Qué es y cómo funciona.</p> <p>1.2. Sistema operativo. Línea de comandos, componentes de los comandos.</p> <p>1.3. Archivos y directorios.</p> <p>1.4. DOS Shell.</p> <p>1.5. Preparación de discos y archivos de texto.</p> <p>1.6. Administración de archivos y redireccionamiento.</p> <p>1.7. Mantenimiento de discos.</p> <p>1.8. Computadora y periféricos.</p> <p>1.9. Estructuración de la información.</p> <p>1.10. Los discos duros.</p> <p>2. Fundamentos de Windows.</p> <p>2.1. Antecedentes de Windows: Definición. Instalación. Manejo del ratón. Las Ventanas. Los menús. Otros elementos de comunicación: barras de desplazamiento, botones de opción, casillas de verificación, listas, cuadros de texto, cuadros de diálogo.</p> <p>2.2. El administrador de programas.</p> <p>2.3. La ventana principal.</p> <p>2.4. El administrador de archivos.</p> <p>2.5. Intercambio de datos.</p> <p>2.6. Accesorios: Write, Paintbrush, Manejador de archivos, Reloj, Calculadora, Agenda, Grabadora de macros, Mapa de caracteres, Grabadora de sonido.</p> <p>3. Redes</p> <p>3.1. Introducción y definición.</p> <p>3.2. Componentes de las redes.</p> <p>3.3. Tamaños de las redes: Redes de área local (LAN). Redes de área</p>

		<p>amplia (WAN).</p> <p>3.4. Redes de Acceso Público: Internet. Protocolo TCP/IP.</p> <p>3.5. Servicios de Internet: Correo electrónico (E-Mail). Transferencia de archivos (FTP, File Transfer Protocol). Acceso remoto a equipos conectados en la red (Telnet).</p> <p>3.6. El subconjunto gráfico de Internet: World Wide Web.</p> <p>4. Necesidades, canales y fuentes de información: objeto de la información (para qué), tipo de información (qué), canal de información (a través de), fuente de información.</p> <p>5. Sistema de documentación personal.</p> <p>5.1. Categorías de documentos de un sistema de información personal: primarios, secundarios y terciarios</p> <p>5.2. La forma física de los documentos y su almacenamiento.</p> <p>5.4. Administración del flujo de documentos: ingreso o adquisición, identificación, análisis de forma y de contenido, almacenamiento y alta en el sistema de recuperación.</p> <p>5.5. Almacenamiento de datos o noticias sobre documentos que no se posean.</p> <p>5.6. Sistema de documentación temporal para fines especiales.</p> <p>6. El sistema de recuperación de información.</p> <p>6.1. Elementos de bases de datos: registro, campos, etiquetas. Tipo de bases de datos.</p> <p>6.2. El registro catalográfico y referencial: Identificación del registro (número de registro interior, condición del registro, fecha de entrada). Señalador (emplazamiento): forma física del documento (libro, hoja de papel, diapositiva, cassette de audio, videocassette, disco compacto de audio, CD-ROM, disquete de computadora, película, etc.); identificación única (número clasificatorio o número secuencial). Identificación del documento: autor, título, pie de imprenta, etc. Clasificación e indización: clasificadores, palabras clave, descriptores. Resumen. Relación con otros documentos.</p> <p>6.3. Sistemas de búsqueda y recuperación. Bases de datos y sistemas de información en línea.</p> <p>7. Uso del paquete estadístico SPSS.</p> <p>7.1. Operaciones y medidas estadísticas. Tabulación de datos. Medidas de tendencia central: media aritmética, modo, mediana. Medidas de dispersión: rango, desviación media, rango de semi-intercuartiles, desviación estándar, coeficiente de variación. Correlación. Fórmulas y ejemplos.</p> <p>7.2. Muestreo. Muestreo de cuota y de juicio. Muestreo probabilístico: aleatorio, estratificado, polietápico.</p> <p>7.3. Organización y operaciones con los datos. Cuadros de datos. Presentación sincrónica y diacrónica.</p> <p>Tabla de frecuencias. Tablas de contingencia.</p>
Obligatoria	<p><b>PROPAGANDA Y OPINIÓN PÚBLICA</b></p>	<p>4</p> <p>1. Conceptos, funciones y clasificación de la propaganda.</p> <p>1.1. Definiciones y conceptos</p> <p>1.2. Funciones de la propaganda</p> <p>1.3. La propaganda y el Estado</p> <p>1.4. La propaganda como legitimadora del Estado</p> <p>2. Clasificación de la propaganda</p> <p>2.1. Propaganda de integración</p> <p>2.2. Propaganda electoral</p> <p>2.3. Propaganda Negra o psicológica</p> <p>2.4. Propaganda de Agitación</p> <p>2.5. Propaganda de Guerra</p> <p>2.6. Propaganda Religiosa</p> <p>2.7. Contrapropaganda</p> <p>3. Evolución histórica de la propaganda</p> <p>3.1. La propaganda a través de los diversos sistemas sociales</p> <p>3.2. La propaganda en el caso de la Revolución rusa</p> <p>3.3. El fascismo y la propaganda Nazi</p> <p>3.4. La Guerra Fría y estrategias propagandísticas</p> <p>3.5. La propaganda en la etapa Neoliberal</p> <p>3.6. La propaganda en México</p> <p>4. El proceso de comunicación de la propaganda</p> <p>4.1. Receptor</p> <p>4.2. Mensaje</p> <p>4.3. Receptor y atención</p> <p>4.4. Receptor y motivación</p> <p>4.5. Receptor y ritmo</p>



			<ul style="list-style-type: none"> <li>4.6. Receptor y entorno ideológico</li> <li>4.7. Receptor y decodificación</li> <li>4.8. Receptor y conducta</li> <li>5. Persuasión y propaganda <ul style="list-style-type: none"> <li>5.1. La propaganda y el proceso de persuasión</li> <li>5.2. Variables a considerar en el proceso de persuasión</li> <li>5.3. Las características del mensaje persuasivo</li> <li>5.4. La persuasión de las masas</li> <li>5.5. Las condiciones de eficacia persuasiva</li> </ul> </li> <li>6. La propaganda como proceso de la opinión pública <ul style="list-style-type: none"> <li>6.1. Conceptos y definiciones de la opinión pública</li> <li>6.2. Proceso de formación de la opinión pública</li> <li>6.3. Funciones de la opinión pública</li> <li>6.4. Dirección e intensidad de la opinión pública</li> </ul> </li> <li>7. La propaganda como influenciadora de la opinión pública <ul style="list-style-type: none"> <li>7.1. Los grupos</li> <li>7.2. Los líderes</li> <li>7.3. Los medios masivos de comunicación</li> <li>7.4. El rumor</li> </ul> </li> </ul>
Obligatoria	<b>GÉNEROS PERIODÍSTICOS II</b>	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. La crónica</li> <li>2. El reportaje</li> <li>3. La crónica y el reportaje en radio</li> <li>4. La crónica y el reportaje en televisión</li> <li>5. La ética profesional y la responsabilidad social del periodista</li> </ul>
Obligatoria	<b>TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN II</b>	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. La comunicación humana y sus antecedentes</li> <li>2. Comunicación interpersonal <ul style="list-style-type: none"> <li>2.1. Verbal</li> <li>2.2. No verbal</li> </ul> </li> <li>3. Comunicación intragrupal <ul style="list-style-type: none"> <li>3.1. Redes comunicativas</li> <li>3.2. Liderazgo</li> </ul> </li> <li>4. Comunicación intergrupala <ul style="list-style-type: none"> <li>4.1. Relaciones de comunicación</li> <li>4.2. Formas de comunicación</li> </ul> </li> <li>5. Comunicación colectiva. <ul style="list-style-type: none"> <li>5.1. Teorías generales de la Comunicación colectiva <ul style="list-style-type: none"> <li>5.1.1. Teoría científico-social</li> <li>5.1.2. Teoría normativa</li> <li>5.1.3. Teoría operativa</li> <li>5.1.4. Teoría del sentido común</li> </ul> </li> <li>5.2. Perspectivas sobre el origen y desarrollo histórico de los medios de comunicación colectiva (prensa, cine, radio, televisión, y medios telemáticos).</li> <li>5.3. Caracterización de los medios de comunicación colectiva <ul style="list-style-type: none"> <li>5.3.1. Imágenes (y definiciones públicas) de los medios (dimensiones políticas, normativas, de componentes organizativos y técnicos, de condiciones de distribución, recepción y uso , y de relaciones entre emisor y receptor).</li> <li>5.3.2. Definiciones públicas</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>6. La cultura de masas. <ul style="list-style-type: none"> <li>6.1.1. Conceptos de diferentes colectividades (grupo, público, multitud y masa)</li> <li>6.1.2. Definición y elementos de la cultura de masas</li> <li>6.1.3. Rasgos de la institución medios de comunicación (organización, funciones y papel).</li> </ul> </li> <li>7. Los medios de comunicación y su papel en las relaciones sociales <ul style="list-style-type: none"> <li>7.1.1. La transmisión de ideología en los medios de comunicación</li> </ul> </li> <li>8. Las teorías normativas de la estructura y la práctica de los medios de Comunicación <ul style="list-style-type: none"> <li>8.1.1. Teoría autoritaria</li> <li>8.1.2. Teoría de la libertad de Prensa</li> <li>8.1.3. Teoría de la responsabilidad social</li> <li>8.1.4. Teoría soviética</li> <li>8.1.5. Teoría desarrollista</li> <li>8.1.6. Teoría democrático-participativa</li> </ul> </li> <li>9. Las audiencias de los medios de comunicación <ul style="list-style-type: none"> <li>9.1.1. Diversas concepciones de la audiencia (conglomerado, masa, público, mercado)</li> <li>9.1.2. Experiencia social de la audiencia</li> <li>9.1.3. Participación de la audiencia en los medios</li> </ul> </li> </ul>

			10. Los efectos de los medios de comunicación 10.1. Efectos a corto plazo
Obligatoria	<b>HISTORIA CONTEMPORÁNEA Y PROCESOS DE COMUNICACIÓN</b>	5	<p>1. Introducción. La Historia</p> <p>1.1. La historia como disciplina científica</p> <p>1.2. Necesidad de un conocimiento del desarrollo social</p> <p>1.3. Existencia de diferentes concepciones históricas</p> <p>1.4. Justificación del énfasis en la historia del mundo “occidental”, por el predominio actual de éste</p> <p>2. La formación de la sociedad contemporánea</p> <p>2.1. La integración del mundo (a partir del siglo XV)</p> <p>2.2. Nace la industria (acumulación originaria del capital; Revolución Industrial)</p> <p>2.3. Del poder disperso (feudal) al Estado nacional (Revoluciones Inglesas; independencia de Estados Unidos; Revolución Francesa; independencia de América Latina)</p> <p>2.4. La necesidad de la administración pública profesional</p> <p>2.5. El poder político basado en la representación de los ciudadanos</p> <p>3. Las nuevas condiciones sociales, económicas y políticas (Siglo XIX)</p> <p>3.1. La expansión del parlamentarismo y la administración pública</p> <p>3.2. Las nuevas contradicciones (expansión y choque de los estados nacionales; formación de estados nacionales -Italia y Alemania-. (Movimientos sociales: eliminación de privilegios legales; la clase obrera, tendencias socialistas)</p> <p>4. El reparto del mundo, 1860/70-1920</p> <p>4.1. La economía monopolista y la expansión del libre mercado</p> <p>4.2. Los imperios coloniales y las zonas de influencia</p> <p>4.3. La Primera Guerra Mundial; el fortalecimiento de los Estados y de la Administración Pública; el nuevo reparto de las fuerzas internacionales</p> <p>5. La interguerra. 1919-1939.</p> <p>5.1. El retiro del Estado de la economía. La crisis de 1929</p> <p>5.2. Los fascismos</p> <p>5.3. El intento socialista (Revolución soviética; hostilidad mundial; industrialización; logros; represión política)</p> <p>5.4. La Segunda guerra Mundial; las nuevas fronteras</p> <p>6. La posguerra</p> <p>6.1. La nueva organización del mundo. La ONU</p> <p>6.2. La expansión del intento socialista; auge y estancamiento</p> <p>6.3. La “Guerra fría”</p> <p>6.4. El “Tercer Mundo” (la independencia de las colonias; problemas sociales, políticos y económicos)</p> <p>7. Los noventa</p> <p>7.1. El derrumbe del bloque soviético</p> <p>7.2. La globalización económica y política</p> <p>7.3. El retiro del Estado de la dirección de la economía (“Neoliberalismo”; cancelación del “Estado de bienestar”; crisis económicas globales y particulares)</p> <p>7.4. El fin de la guerra fría y la mundialización de los procesos productivos</p> <p>7.5. Reordenamiento mundial y nueva Revolución Industrial</p> <p>7.6. Ubicación de los países en desarrollo en el nuevo orden mundial</p> <p>7.7. Nuevas tecnologías y procesos de internacionalización de la cultura</p> <p>7.8. Políticas actuales del Estado Mexicano en Telecomunicaciones</p> <p>7.9. El tráfico internacional de información y replanteamiento de las soberanías</p> <p>8. Innovación tecnológica y la unidad económica por regiones</p> <p>9. La industria cultural hacia un nivel mundial</p> <p>10. Formas de regulación y control de los medios en México y el mundo</p> <p>11. Aparición de medios de comunicación alternativos o emergentes</p>
			<p>1. El discurso audiovisual en comunicación</p> <p>2. El papel social del discurso audiovisual en su origen y evolución</p> <p>3. La representación de la realidad en el discurso audiovisual</p> <p>4. Características del discurso audiovisual</p> <p>5. Estructura del discurso audiovisual</p> <p>5.1. Código icónico</p> <p>5.2. Códigos fónico y sonoro</p> <p>5.3. Código técnico</p> <p>6. Sintaxis del discurso audiovisual (elementos y niveles)</p>

Obligatoria	<b>DISCURSO AUDIOVISUAL</b>	5	<p>7. Formas del discurso audiovisual</p> <p>7.1. El discurso cinematográfico</p> <p>7.1.1. Funciones</p> <p>7.1.2. Manejo técnico</p> <p>7.1.3. Estructura de la narración</p> <p>7.1.4. Carácter simbólico</p> <p>7.1.5. Tipos de discurso</p> <p>7.1.5.1. Documental</p> <p>7.1.5.2. Ficción</p> <p>7.1.6. Análisis de mensajes cinematográficos.</p> <p>7.2. El discurso televisivo</p> <p>7.2.1. Funciones</p> <p>7.2.2. Manejo técnico</p> <p>7.2.3. Estructura de la narración</p> <p>7.2.4. Géneros del discurso</p> <p>7.2.4.1. Informativo</p> <p>7.2.4.2. Entretenimiento</p> <p>7.2.4.3. Melodrama</p> <p>7.2.4.4. Otros</p> <p>7.2.5. Análisis de mensajes cinematográficos</p> <p>7.3. Otras formas de discurso</p> <p>7.3.1. Video</p> <p>7.3.2. Publicidad y propaganda audiovisual</p> <p>7.3.3. Multimedia</p> <p>8. El discurso de la imagen y su manejo ideológico</p>
Obligatoria	<b>TALLER DE DISEÑO DE PROYECTOS EN COMUNICACIÓN</b>	5	<p>1) identificar y delimitar un fenómeno comunicativo y/o comunicable</p> <p>2) comprenderlo y analizarlo</p> <p>3) elegir los recursos técnicos y humanos que le faciliten las formas de exposición para alcanzar el objetivo propuesto.</p>
Obligatoria	<b>PUBLICIDAD</b>	5	<p>1. La función económica social y legal de la publicidad en el capitalismo</p> <p>1.1. Conceptos y definiciones de la publicidad</p> <p>1.2. Origen y desarrollo histórico de la publicidad</p> <p>1.3. La publicidad en la fase del capitalismo</p> <p>1.4. Dependencia y publicidad en México</p> <p>1.5. La ética y el régimen legal de la publicidad</p> <p>2. Teorías psicológicas aplicadas a la publicidad</p> <p>2.1. El <i>marketing</i> y la motivación</p> <p>2.2. Teoría de las necesidades de Maslow</p> <p>2.3. Conductismo: Estímulo-respuesta</p> <p>2.4. Gestalt: Figura-fondo</p> <p>2.5. Psicoanálisis: Estructura de la personalidad</p> <p>3. Análisis semántico de la publicidad y la comunicación visual</p> <p>3.1. Registro visual y lingüístico</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Denotación</li> <li>- Connotación</li> <li>- Anclaje</li> <li>- Relevo</li> </ul> <p>3.2. Teoría de la imagen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conceptos e ideas de la imagen</li> <li>- La percepción</li> </ul> <p>3.3. La comunicación visual</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Punto, contorno</li> <li>- Tono, dimensión, escala</li> <li>- Textura, movimiento, color</li> </ul> <p>4. La agencia de publicidad</p> <p>4.1. Definición y descripción de una agencia publicitaria</p> <p>4.2. Formas de organización de las agencias de publicidad</p> <p>4.3. Organización y funcionamiento de una agencia publicitaria</p> <p>4.4. Flujo de trabajo de una agencia de publicidad</p> <p>5. La estrategia de mercado, el plan marketing y la segmentación de mercado aplicados a la publicidad.</p> <p>5.1. Investigación de mercados</p> <p>5.2. Clasificación de los estudios de mercado</p> <p>5.3. Las leyes del <i>marketing</i></p> <p>5.4. Estudios publicitarios</p> <p>6. La campaña de publicidad</p> <p>6.1. Historia del producto</p> <p>6.2. Estrategia creativa</p> <p>6.3. Estrategia de medios</p>

			6.4. Ejecución de la campaña
Obligatoria	<b>GÉNEROS PERIODÍSTICOS III</b>	5	<p>1. Periodismo de Opinión.</p> <p>1.1. El mito de la objetividad periodística.</p> <p>1.2. Su interpretación de la realidad y su construcción periodística.</p> <p>2. Persuasión</p> <p>2.1. Informar y persuadir</p> <p>2.2. Límites y condicionamientos de la objetividad informativa</p> <p>3. Políticas de información</p> <p>3.1. La manipulación de la prensa: visible y oculta</p> <p>3.2 Fabricadores y orientadores de la opinión</p> <p>4. Géneros para la opinión</p> <p>4.1. El editorial</p> <p>4.2. Artículo de fondo</p> <p>4.3. Columna</p> <p>4.4. Ensayo</p> <p>4.5. Reseña crítica</p> <p>4.6. Cartón de opinión</p> <p>5. Textos de opinión en radio y televisión</p> <p>6. Ética Profesional y responsabilidad social</p>
Obligatoria	<b>TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN III</b>	5	<p>1. Las tres revoluciones industriales del capitalismo:</p> <p>1.1. La primera revolución industrial (la máquina de vapor) y el surgimiento de la prensa burguesa y la sociedad democrática.</p> <p>1.2. La segunda revolución industrial (la electricidad) y la aparición de los espectáculos masivos.</p> <p>1.2.1. La "refeudalización del poder", la pérdida de legitimidad burguesa.</p> <p>1.2.2. El desarrollo de la prensa industrial sensacionalista.</p> <p>1.2.3. La sociedades de masas (URSS, Italia fascista, Alemania nazi y los Estados Unidos)</p> <p>1.2.4. La cultura de masas frente a la cultura burguesa.</p> <p>1.3. La tercera revolución industrial (los microcircuitos integrados), la globalización informacional y la reterritorialización del poder y del capital.</p> <p>1.3.1. Las redes de comunicación y la redistribución territorial.</p> <p>1.3.2. Comunicación, territorio e identidad.</p> <p>1.3.3. Redes de telecomunicación y producción de nuevos territorios.</p> <p>1.3.4. Identidades y alteridades (sociedades democráticas o sociedades totalitarias)</p> <p>2. La comunicación internacional.</p> <p>2.1. La sociedad mundial como sistema global</p> <p>2.1.1. Dinámica de la sociedad mundial.</p> <p>2.1.2. Transformaciones recientes de la sociedad mundial.</p> <p>2.2.3. El proceso de trasnacionalización.</p> <p>2.2. Trasnacionalización y medios de comunicación</p> <p>2.2.1. Los medios como sector industrial avanzado.</p> <p>2.2.2. Tendencias del complejo industrial de la comunicación.</p> <p>2.2.3. La dinámica trasnacional de la comunicación de masas.</p> <p>2.3.4. Estructura de la comunicación internacional.</p> <p>3. La sociedad informacional.</p> <p>3.1. Economía y sociedad de la información.</p> <p>3.2. Los nuevos mercados en la sociedad de la información.</p> <p>3.3. Programa para la sociedad de la información</p> <p>3.4. Las nuevas empresas y las autorutas de la información.</p> <p>4. Los desafíos de las autorutas de la información.</p> <p>4.1. Los multimedia.</p> <p>4.2. Los intercambios comerciales por vía electrónica.</p> <p>5. De un mundo lento, local y real a un mundo rápido, global y virtual.</p> <p>5.1. Las sociedad virtuales</p> <p>5.2. Las democracias virtuales.</p> <p>5.3. Las empresas virtuales y el teletrabajo</p> <p>5.4. Las universidades virtuales y la circulación del conocimiento.</p> <p>6. Los nuevos territorios de la comunicación.</p> <p>6.1. El reposicionamiento del poder local frente al poder mundial.</p> <p>6.1.1. Un retorno a lo local.</p> <p>6.1.2. La comunicación personal universal: utopía y territorio.</p> <p>6.1.3. Tecnologías de la comunicación y la reconstrucción del lazo social territorial.</p>

<b>OPCION PERIODISMO EN LOS MEDIOS</b>			
Obligatoria	<b>TALLER DE PERIODISMO</b>	6	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fuentes de información</li> <li>2. Técnicas de investigación periodística</li> <li>3. La noticia en los géneros periodísticos</li> <li>4. La información en los géneros periodísticos</li> <li>5. Reporteo y redacción</li> </ol>
Obligatoria	<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA</b>	6	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La investigación social y la investigación periodística. <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. El método y las técnicas de la investigación en ciencias sociales.</li> <li>1.2. El método y las técnicas de la investigación periodística.</li> <li>1.3. Convergencias y divergencias entre la investigación en ciencias sociales y la investigación periodística.</li> </ol> </li> <li>2. El método y las técnicas de la investigación periodística. <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. El objeto de la investigación periodística: la realidad social.</li> <li>2.2. Características teóricas, metodológicas y técnicas del quehacer periodístico en la construcción y la transmisión de los mensajes. <ol style="list-style-type: none"> <li>2.2.1. La observación: <ol style="list-style-type: none"> <li>2.2.1.1. Documental</li> <li>2.2.1.2. De campo</li> </ol> </li> <li>2.2.2. La indagación: <ol style="list-style-type: none"> <li>2.2.2.1. Las fuentes de información: <ol style="list-style-type: none"> <li>2.2.2.1.1. Fuentes vivas</li> <li>2.2.2.1.2. Fuentes documentales</li> </ol> </li> <li>2.2.2.2. Instrumentos para la recolección de la información</li> </ol> </li> </ol> </li> <li>3. El mensaje periodístico: <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. Su construcción.</li> <li>3.2. Su transmisión a través de los distintos medios de difusión.</li> <li>3.3. su recepción.</li> </ol> </li> <li>4. La responsabilidad social del periodista. <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1. Aptitudes y vocación.</li> <li>4.2. Ética periodística.</li> <li>4.3. Libertad de expresión.</li> <li>4.4. Derecho a la información.</li> </ol> </li> </ol> </li></ol>
Obligatoria	<b>PLANEACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS EDITORIALES</b>	6	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aproximación a la Empresa Editorial. <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Concepto de empresa editorial.</li> <li>1.2. Clasificaciones de empresas editoriales</li> <li>1.3. Consideraciones generales de empresa editorial</li> </ol> </li> <li>2. La Empresa de Prensa. <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Aproximación</li> <li>2.2. Concepto.</li> <li>2.3. Consideraciones generales.</li> <li>2.4. Funciones departamentales.</li> <li>2.5. Gastos e ingresos.</li> <li>2.6. Difusión</li> </ol> </li> <li>3. Otras Empresas Informativas. <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. Empresas de Radio.</li> <li>3.2. Empresas de Televisión.</li> <li>3.3. Otras Empresas Informativas.</li> </ol> </li> <li>4. Organización de las Empresas Editoriales. <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1. Organización y gestión.</li> <li>4.2. Funciones y trabajo de conjunto.</li> <li>4.3. Fundamentos de administración para empresas editoriales.</li> </ol> </li> <li>5. Formas jurídicas de una empresa. <ol style="list-style-type: none"> <li>5.1. Asociaciones Civiles.</li> <li>5.2. Sociedades Comerciales.</li> <li>5.3. Otros</li> </ol> </li> </ol>
Obligatoria	<b>ANÁLISIS DE POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN</b>	6	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. MEDIOS <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Hechos y discurso político en los medios de comunicación colectiva.</li> <li>1.2. El discurso político.</li> </ol> </li> <li>2. INFORMACION <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Información y opinión soporte de los mensajes periodísticos en los medios de comunicación colectiva: impresos y audiovisuales</li> </ol> </li> <li>3. POLITICA <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. Cultura política y medios de comunicación colectiva.</li> <li>3.2. Categorías del análisis en política. <ol style="list-style-type: none"> <li>3.2.1. Procesos: como revoluciones, modernizaciones, transiciones democráticas, movimientos, paz y guerra. Estado, sistema político, reino, poder, sistema político, partido político.</li> <li>3.2.2. Factores políticos: constitución, pueblo, estado y régimen político.</li> </ol> </li> </ol> </li> </ol>

			<p>3.3. La información política de sujetos y actores sociales, personales e institucionales.</p> <p>3.3.1. Partidos</p> <p>3.3.2. Actores políticos</p> <p>3.3.3. Elites</p> <p>3.3.4. Clases</p> <p>3.3.5. Intelectuales</p> <p>3.3.6. No gubernamentales.</p> <p>4. Técnicas</p> <p>4.1. Registro</p> <p>Universos de investigación</p> <p>4.2. Unidades de análisis</p> <p>Elaboración de datos</p> <p>Relación lógica de la información política por género y número.</p> <p>4.3. Universo analítico</p> <p>Proyecto</p> <p>Hipótesis de trabajo</p> <p>Inferencia</p> <p>Resultados</p> <p>Informe</p>
Obligatoria	<b>TALLER DE PERIODISMO ESPECIALIZADO I</b>	7	<p>1. Concepto de Información Periodística Especializada</p> <p>1.1. Definición y límites conceptuales.</p> <p>1.2. Relación de la información periodística especializada con otras disciplinas.</p> <p>1.3. La información periodística especializada contra la especialización.</p> <p>2. Géneros y desarrollo de la Información Periodística Especializada.</p> <p>2.1. Antecedentes.</p> <p>2.2. Necesidades.</p> <p>2.3. Disfunciones</p> <p>3. El Emisor Especializado.</p> <p>4. La Especialización de Fuentes.</p> <p>5. Áreas de Especialización para escoger.</p> <p>5.1. Información Política.</p> <p>5.2. Información Económica.</p> <p>5.3. Información Social.</p> <p>5.4. Información Deportiva.</p> <p>5.5. Información de Género.</p> <p>5.6. Información Cultural.</p> <p>5.7. Información Científica.</p> <p>5.8. Otras áreas.</p>
Obligatoria	<b>PERIODISMO Y LENGUAJE NARRATIVO</b>	7	<p>1. Realidad y ficción.</p> <p>1.1. Los personajes.</p> <p>1.2. Los hechos.</p> <p>1.3. El narrador y las personas gramaticales.</p> <p>1.4. La redacción.</p> <p>2. La narración y el relato.</p> <p>2.1. El cuento.</p> <p>2.2. La crónica.</p> <p>2.3. La novela.</p> <p>2.4. El reportaje.</p> <p>2.5. Poesía y teatro.</p> <p>2.6. Diario, testimonio y carta.</p> <p>3. Técnicas.</p> <p>3.1. Técnicas de investigación.</p> <p>3.2. Técnicas narrativas.</p>
			<p>1.1. ¿Qué es el periodismo gráfico?</p> <p>1.1.1. Origen y desarrollo</p> <p>1.1.2. Sus vehículos propios</p> <p>1.1.2.1. El libro</p> <p>1.1.2.2. El diario</p> <p>1.1.2.3. La revista</p> <p>1.1.2.4. El cartel</p> <p>1.2. Sus elementos o componentes</p> <p>1.2.1. La tipografía</p> <p>1.2.2. El color como elemento gráfico</p> <p>1.2.2.1. Sus funciones y naturaleza</p> <p>1.2.2.2. Aspectos psicológicos</p> <p>1.2.2.3. Recomendaciones sobre su uso</p> <p>1.3. Diseño gráfico</p>

Obligatoria	<b>PERIODISMO GRÁFICO</b>	7	<p>1.3.1. El fotograbado</p> <p>1.3.2. Originales de línea y medio tono</p> <p>1.3.3. Las fotografías e ilustraciones</p> <p>2.1. La cámara fotográfica</p> <p>2.1.1. Introducción al arte, a la ciencia y a la técnica</p> <p>2.1.2. Tipos de cámaras</p> <p>2.1.3. Estructura y uso</p> <p>2.1.3.1. La cámara oscura</p> <p>2.1.3.2. Sus funciones</p> <p>2.1.3.3. Equipo</p> <p>2.1.4. La fotomecánica</p> <p>2.1.4.1. Características</p> <p>2.1.4.2. Clases de cámaras</p> <p>2.1.4.3. Uso</p> <p>2.1.5. Copyproof</p> <p>2.2. La película</p> <p>2.2.1. Blanco y negro</p> <p>2.2.1.1. Sus emulsiones</p> <p>2.2.1.2. Velocidades</p> <p>2.2.1.3. Clases de películas</p> <p>2.2.2. Color</p> <p>2.3. El laboratorio</p> <p>2.3.1. Húmedo</p> <p>2.3.2. Seco</p> <p>2.3.3. Químicos</p> <p>2.4. Papeles fotográficos</p> <p>2.4.1. Tipos de papeles</p> <p>2.4.1.1. Características</p> <p>2.4.1.2. Presentación y tamaño</p> <p>2.4.1.3. Uso</p> <p>2.4.2. Composición fotográfica</p> <p>3.1. El reportero gráfico</p> <p>3.1.1. Código y lugar en el trabajo</p> <p>3.1.1.1. El departamento de fotografía</p> <p>3.1.2. Su ubicación en la jefatura de redacción</p> <p>3.1.3. Relación con el reportero-redactor</p> <p>3.1.4. Campo de trabajo</p> <p>3.1.2. Edición de fotografías en una publicación</p> <p>3.1.2.1. El fotomontaje, el retoque y los cortes</p> <p>3.1.2.2. Valoración y selección del asignatural gráfico</p> <p>3.1.2.3. Los pies de grabado</p> <p>3.1.3. El arte de tomar fotografías</p> <p>3.1.3.1. Ante la noticia</p> <p>3.1.3.2. La fotografía instantánea</p> <p>3.1.3.3. La fotografía preparada</p> <p>3.1.3.4. Fuentes de fotografías</p>
Obligatoria	<b>ORGANIZACIÓN DE UNIDADES DE COMUNICACIÓN</b>	7	<p>1. Historia de las Unidades de Comunicación Social (antes oficinas de prensa)</p> <p>1.1. Origen</p> <p>1.2. Momentos representativos</p> <p>2. Funciones de las Unidades de Comunicación Social a nivel institucional</p> <p>2.1. Crear la imagen de la institución</p> <p>2.2. Mantener la imagen institucional</p> <p>2.3. Ética periodística</p> <p>2.4. Derecho a la información</p> <p>3. Organización interna de las Unidades de Comunicación</p> <p>3.1. Departamentos que la conforman (relaciones públicas e información)</p> <p>3.2. Personal especializado y de soporte (responsable, reporteros, analistas, publicirrelacionistas, etc.)</p> <p>3.3. Principales tareas que desarrollan</p> <p>4. Interacción de las Unidades de Comunicación al interior de la institución y hacia el exterior.</p> <p>4.1. Con funcionarios</p> <p>4.2. Con empleados</p> <p>4.3. Con periodistas</p>
			<p>Áreas de especialización para seleccionar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Información Política.</li> <li>• Información Económica.</li> </ul>

Obligatoria	<b>TALLER DE PERIODISMO ESPECIALIZADO II</b>	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información Social.</li> <li>• Información Deportiva.</li> <li>• Información de Género.</li> <li>• Información Cultural.</li> <li>• Información Científica.</li> <li>• Otras áreas.</li> </ul>
Obligatoria	<b>TALLER DE CORRECCIÓN DE ORIGINALES</b>	8	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El corrector de originales <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Ubicación del corrector de originales dentro de la actividad periodística.</li> <li>1.2. Ubicación del corrector de originales en el departamento de redacción.</li> </ol> </li> <li>2. Funciones del corrector de originales. <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Simbología del corrector de originales.</li> <li>2.2. Corrección de originales</li> </ol> </li> <li>3. La situación del corrector de estilo en los medios de comunicación en México.</li> <li>4. Hoja o libro de estilo <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1. Su importancia.</li> <li>4.2. Limitaciones.</li> <li>4.3. Estructura y contenido: <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Normas gramaticales.</li> <li>b) Política editorial de la institución.</li> </ol> </li> <li>4.4. La hoja de estilo en los medios de comunicación.</li> </ol> </li> </ol>
Obligatoria	<b>TALLER DE DISEÑO EDITORIAL</b>	8	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Significado e importancia de la labor editorial. <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Visión general de la industria editorial en México.</li> <li>1.2. Nuevas propuestas editoriales.</li> </ol> </li> <li>2. Empresas editoriales. <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Características.</li> <li>2.2. Departamentos.</li> </ol> </li> <li>2.3. Proceso de producción: viejas y nuevas tecnologías.</li> <li>2.4. El periodista diseñador y su relación con redactores, fotógrafos e inforgrafistas</li> <li>3. Tipografía. <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. Unidades de medida y tamaño.</li> <li>3.2. Tipografía y normas tipográficas.</li> <li>3.3. Cálculo tipográfico.</li> <li>3.4. Retículas y columnas.</li> <li>3.5. Corrección de pruebas.</li> </ol> </li> <li>4. Formación de páginas. <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1. Imposición y dummies.</li> <li>4.2. Preparación de originales mecánicos.</li> <li>4.3. Revisión de pruebas y negativos.</li> <li>4.4. Normas básicas para armar una imagen en la computadora.</li> <li>4.5. Colores y calidad de impresión.</li> </ol> </li> <li>5. Producción. <ol style="list-style-type: none"> <li>5.1. Sistemas de composición y montaje.</li> <li>5.2. Preparación de formas de impresión.</li> <li>5.3. Procesos de impresión.</li> </ol> </li> <li>6. Elaboración de publicaciones por computadora. <ol style="list-style-type: none"> <li>6.1. Procesadores de palabras.</li> <li>6.2. Programas para diseñar y formar publicaciones.</li> </ol> </li> </ol>
Obligatoria	<b>PERIODISMO EN LAS UNIDADES DE COMUNICACIÓN SOCIAL</b>	8	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Valoración de los textos periodísticos <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. En relación a la noticia</li> <li>1.2. En relación a las fuentes</li> <li>1.3. En relación a los intereses de la institución</li> </ol> </li> <li>2. Las Unidades de Comunicación y su quehacer periodístico <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Selección de información</li> <li>2.2. Monitoreo de información</li> <li>2.3. Redacción de boletines</li> <li>2.4. Elaboración de publicaciones de carácter interno</li> <li>2.4. Elaboración de signaturales gráficos y audiovisuales de soporte</li> </ol> </li> </ol>
<b>OPCIÓN PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL</b>			
Obligatoria	<b>TALLER DE GUIÓN I</b>	6	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diagramación, estructuras, formatos, tipos y géneros del guión.</li> <li>2. Procesos y etapas para la redacción del guión.</li> <li>3. Metodología de aproximación al tema y su desarrollo en el guión.</li> <li>4. Investigación modular para el guionismo.</li> <li>5. La forma narrativa y descriptiva en el guión.</li> <li>6. Elementos de continuidad y construcción en el guión.</li> <li>7. Unidades de espacio y tiempo en lo audiovisual.</li> </ol>



			8. Discurso audiovisual (secuencia, escena y plano-visual y sonoro. 9. Sintaxis en lo audiovisual. 10. La acción y el diálogo. 11. Modelos y sistemas de lo informativo audiovisual.
Obligatoria	<b>PRINCIPIOS DE CONSTRUCCIÓN DRAMÁTICA Y ESCÉNICA</b>	6	1. Los principios del drama. 2. el planteamiento, desarrollo y representación del tema. 3. Etapas en el desarrollo de una obra. 4. Fundamentos de la puesta en escena 5. Estructura y significado del movimiento escénico. 6. La idea y la acción en el lenguaje audiovisual.
Obligatoria	<b>TALLER DE APRECIACIÓN ESTÉTICA Y NARRATIVA EN LOS MEDIOS</b>	6	1. Principios generales de la estética. 2. Cultura occidental, cultura popular y otras formas de expresión cultural (principios). 3. Medios de comunicación audiovisual y difusión de la cultura (parámetros). 4. Los géneros de lo informativo en la cultura (vínculos). 5. Técnicas audiovisuales y aportes estéticos (práctica). 6. Escotomizar en lo visual y lo auditivo el fenómeno estético. 7. La apreciación estética como discusión histórica. 8. Arte y naturaleza como imitación, contemplación o representación.
Obligatoria	<b>EL LENGUAJE CINEMATOGRAFICO COMO CULTURA AUDIOVISUAL</b>	6	Unidad I 1. Los principios fundamentales de la teoría cinematográfica. 2. La evolución histórica y conceptual desde la teoría formalista a la teoría semiológica. 3. Las teorías político-sociales latinoamericanas y la vanguardia europea. Unidad II 1. el concepto de plano, escena y secuencia 2. El tiempo y el espacio cinematográficos. 3. La sintaxis cinematográfica 4. Lógica cinematográfica y verosimilitud. Unidad III 1. Nociones de estética cinematográfica. 2. Corrientes del pensamiento estético en el cine. 3. Influencia estética de las escuelas. Unidad IV 1. La noción de género 2. Aproximación a los géneros cinematográficos. 3. Los subgéneros y movimientos del cine.
Obligatoria	<b>TALLER DE GUIÓN II</b>	7	1. Presentar y escribir guiones finales. 2. Desarrollar líneas de tratamiento. 3. Tipificar formatos profesionales. 4. Analizar estructuras dramáticas. 5. Aplicar géneros informativos para medios audiovisuales. 6. Desarrollar estructuras narrativas. 7. Puntualizar géneros literarios en medios audiovisuales. 8. Conceptualizar el universo de la representación literaria en lo audiovisual. 9. Definir la aplicación e influencia de la ficción y lo documental en el universo informativo.
Obligatoria	<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA EN MEDIOS AUDIOVISUALES</b>	7	1. Principios, métodos y técnicas de la investigación periodística. 2. Los géneros periodísticos para medios audiovisuales. 3. La estrategia del tratamiento informativo en medios audiovisuales. 4. Los géneros periodísticos y los escenarios de la radio y la televisión. 5. Recursos metodológicos para la adaptación de los géneros periodísticos al lenguaje audiovisual.
Obligatoria	<b>TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN RADIOFÓNICA</b>	7	1. Las técnicas y procedimientos de producción en radio. 2. Los fundamentos de la realización en radio. 3. Sistemas de grabación para locación y estudio. 4. Formatos informativos en la radio. 5. Elementos y aspectos técnicos de la grabación, edición y postproducción en radio. 6. Fundamentación del trabajo en equipo y división de actividades. 7. Elementos y técnicas de microfónica, musicalización y efectos de sonido. 8. Fundamentos de la grabación en frío y la postproducción creativa. 9. La técnica del audio directo.
			1. Las técnicas y procesos de producción en televisión y video. 2. Los fundamentos de la realización en televisión y video.

Obligatoria	<b>TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN TELEVISIVA</b>	7	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Elementos y aspectos técnicos de la grabación, edición y postproducción en televisión y video.</li> <li>4. Sistemas de registro y grabación en locación y estudio.</li> <li>5. Formatos informativos en televisión y documentales en video.</li> <li>6. Fundamentos del trabajo en equipo y división de actividades.</li> <li>7. Elementos y técnicas de la iluminación de techo y de piso.</li> <li>8. Elementos y técnicas de audiograbación portátil y de estudio.</li> <li>9. La técnica del video directo.</li> </ol>
Obligatoria	<b>TALLER DE CREATIVIDAD AUDIOVISUAL</b>	8	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La imaginación y lo imaginario.</li> <li>2. El valor de la expresión en la cultura.</li> <li>3. El diseño fotográfico y su técnica.</li> <li>4. Los principios de la composición artística</li> <li>5. El universo sonoro y su técnica en el audiovisual.</li> <li>6. La visualización sonora e icónica.</li> <li>7. La narración audiovisual.</li> <li>8. Los elementos conceptuales del ensayo.</li> <li>9. Metodología e instrumentación.</li> <li>10. La técnica del audiovisual o diaporama.</li> </ol>
Obligatoria	<b>TALLER DE PRODUCCIÓN DE RADIO</b>	8	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Principios y características de la producción radiofónica.</li> <li>2. Estructuras y elementos para los planes de producción (brake down).</li> <li>3. Formatos y géneros radiofónicos informativos (estructuras, instrumentos y elementos).</li> <li>4. División de funciones, posiciones y responsabilidades en la producción.</li> <li>5. Diseño de programas y series informativas.</li> <li>6. Manejo de criterios de producción.</li> </ol>
Obligatoria	<b>TALLER DE PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN</b>	8	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Determinar los principios de la producción en televisión y video.</li> <li>2. Estudiar los formatos televisivos y videográficos de lo informativo, con sus elementos, estructuras e instrumentos.</li> <li>3. Diseñar programas y series informativas.</li> <li>4. Establecer funciones, posiciones y responsabilidades de la producción.</li> <li>5. Definir los sistemas y criterios de producción televisiva y videográfica.</li> <li>6. Marcar estructuras y elementos de los planes de producción (brake down).</li> </ol>
Obligatoria	<b>DISEÑO Y ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN</b>	8	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los sistemas y esquemas de organización de la producción.</li> <li>2. Elementos, técnicas y estrategias de la administración de la producción.</li> <li>3. Elementos e instrumentos tecnológicos.</li> <li>4. La administración y organización de recursos humanos.</li> <li>5. Administración y diseño de recursos financieros.</li> <li>6. Fundamentos del rating y la encuesta.</li> <li>7. Fundamentos en la clasificación de archivos y acervos audiovisuales.</li> <li>8. Fases estructurales de la producción.</li> <li>9. Diseño de proyectos de producción.</li> </ol>
<b>OPCIÓN PUBLICIDAD</b>			
Obligatoria	<b>PSICOLOGÍA DE LA PUBLICIDAD</b>	6	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perspectiva Psicológica. <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Análisis Motivacional.</li> <li>1.2. Representación formal o Simbólica.</li> <li>1.3. Retórica y Universo Afectivo.</li> <li>1.4. Percepción y Realidad.</li> <li>1.5. Consciente, Preconsciente, Subconsciente e Inconsciente.</li> <li>1.6. Temperamento, Conducta y Personalidad</li> <li>1.7. Persuasión. <ol style="list-style-type: none"> <li>1.7.1. Lógica y Persuasión.</li> <li>1.7.2. Teoría de la Coherencia y Disonancia Cognitiva.</li> <li>1.7.3. La Actitud y la Conducta</li> <li>1.7.4. Manipulación Subliminal o Virtual.</li> </ol> </li> </ol> </li> <li>2. Perspectiva Sociológica. <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Teoría de los Roles.</li> <li>2.2. El Contexto y el Significado Social.</li> <li>2.3. La Cultura Medio de Identidad e Identificación.</li> <li>2.4. Los Regímenes Publicitarios, Comercial y Social.</li> </ol> </li> <li>3. Perspectiva Semilógica. <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. El Mensaje Referencial y el Mensaje Implícito.</li> <li>3.2. Elementos de Representación, objetos y sujetos en el discurso publicitario.</li> </ol> </li> </ol>

			<p>3.3. La Significación en el orden Lingüístico: Función de Anclaje.</p> <p>3.4. La Significación en el orden Psicológico: Función Simbólica, de acción y analógica</p>
Obligatoria	<b>ANÁLISIS PUBLICITARIO</b>	6	<p>1. La imagen fija</p> <p>1.1. El punto y la línea</p> <p>1.2. Figura y fondo</p> <p>1.3. Las leyes de la percepción visual</p> <p>1.4. Dirección, equilibrio, saturación</p> <p>1.5. El uso del color</p> <p>1.6. El espacio y el tiempo</p> <p>1.7. Connotación y denotación</p> <p>2. Psicología y publicidad</p> <p>2.1. Los mecanismos de defensa</p> <p>2.2. El individuo, el grupo y la masa</p> <p>2.3. La familia y los grupos de referencia y pertenencia</p> <p>2.4. Identificación y diferenciación</p> <p>2.5. Sueños, fantasías, mitos</p> <p>2.6. Mensaje manifiesto y mensaje latente</p> <p>2.7. Manipulación de necesidades</p> <p>2.8. El uso de la sexualidad en la publicidad</p> <p>3. La vida cotidiana</p> <p>3.1. La referencia a la vida cotidiana</p> <p>3.2. La representación social</p> <p>3.3. El imaginario social</p> <p>3.4. La identificación de grupos y clases sociales</p> <p>3.5. La referencia cultural</p> <p>3.6. La confrontación con la realidad</p> <p>4. El análisis de la publicidad radiofónica</p> <p>5. El análisis de la publicidad audiovisual</p> <p>6. Identificación de perfiles de la publicidad mexicana</p> <p>6.1. Publicidad de:</p> <p>6.1.1. detergentes</p> <p>6.1.2. tabacos</p> <p>6.1.3. cervezas</p> <p>6.1.4. automóviles</p> <p>6.1.5. cosméticos</p> <p>6.1.6. artículos de aseo</p> <p>6.1.7. perfumes</p> <p>6.1.8. alimentos</p> <p>6.1.9. refrescos</p>
Obligatoria	<b>ANTROPOLOGÍA DEL CONSUMO</b>	6	<p>1. La sociedad industrial</p> <p>1.1..La sociedad de masas</p> <p>1.2.La modernidad y el consumo</p> <p>2. La organización del consumo</p> <p>2.1. La vida cotidiana</p> <p>2.2. Las necesidades</p> <p>2.3. La formación de gustos, estilos y hábitos de consumo</p> <p>3. La moda y el individualismo</p> <p>4. El consumo simbólico</p>
Obligatoria	<b>MARCO JURÍDICO DE LA PUBLICIDAD</b>	6	<p>1. Estado, Medios Masivos de Comunicación y Legislación.</p> <p>1.1. La Constitución Política, Libertad de Expresión y Derecho a la Información.</p> <p>1.2. Concepto, Elementos y Organización del Estado.</p> <p>1.3. Poder y procesos legislativos.</p> <p>2. Legislación Publicitaria y Desarrollo Económico.</p> <p>2.1. La Publicidad como elemento del ciclo Producción – Distribución - Consumo.</p> <p>2.2. Los Modelos de Desarrollo Económico, La Reforma del Estado y la Reglamentación Publicitaria.</p> <p>3. Régimen Jurídico de la Publicidad.</p> <p>3.1. Evolución del Régimen Jurídico de la Publicidad 1932-1993.</p> <p>3.2. Ley Federal de Radio y Televisión y su Reglamento.</p> <p>3.3. Ley Federal de Protección al Consumidor.</p> <p>3.4. Ley General de Salud y el Reglamento de la Ley General de Salud en asignatura de Control Sanitario de la Publicidad.</p> <p>3.5. Autorregulación: el Código de la Ética Publicitaria y la Sociedad Interamericana para la Libertad de Expresión Comercial (SILEC). El Consejo Nacional de Autorregulación (CONAR).</p> <p>4. Regulación de la Publicidad de Bebidas Alcohólicas y del Tabaco.</p> <p>4.1. Análisis de casos.</p>

			<p>5. Regulación de la Publicidad de Medicamentos y Alimentos de bajo aporte nutricional</p> <p>5.1. Análisis de Casos.</p> <p>6. Régimen Internacional de la Publicidad y Nuevas Formas Publicitarias.</p> <p>6.1. Régimen Internacional de la Publicidad</p> <p>6.2. Aspectos Legales para la Publicidad Comparativa</p> <p>6.3. Análisis de casos.</p>
Obligatoria	<b>TALLER DE CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD</b>	7	<p>1. Clasificación y tipos de campañas</p> <p>1.1. Definiciones y clasificaciones</p> <p>1.2. Tipos de campañas comerciales (análisis comparativo)</p> <p>1.3. Elementos que intervienen para elaborar un plan de campaña</p> <p>2. Investigación de mercado aplicada</p> <p>2.1. Objetivos de la mercadotecnia comercial</p> <p>2.2. Estrategias y segmentación del mercado</p> <p>2.3. Las leyes del marketing</p> <p>3. Briefing y la estrategia creativa</p> <p>3.1. El brief o historial del producto</p> <p>3.2. Concepto del producto o servicio</p> <p>3.3. Objetivos de comunicación en la campaña comercial</p> <p>3.4. Guías de ejecución</p> <p>3.5. Creación del concepto publicitario</p> <p>4. Estrategia de medios</p> <p>4.1. Investigación de medios</p> <p>4.2. Plan de medios</p> <p>4.3. Aplicación y producción</p> <p>5. Mantenimiento y sostenimiento de la campaña</p> <p>5.1. Elementos de control y evaluación</p> <p>5.2 Seguimiento y valoración</p>
Obligatoria	<b>ESTRATEGIAS DE MEDIOS</b>	7	<p>1. Estrategia de medios</p> <p>1.1. La función de los medios</p> <p>1.2. Objetivos mercadotécnicos</p> <p>1.3. Objetivo de los medios</p> <p>1.4. Investigación de medios</p> <p>1.5. Plan de medios</p> <p>1.6. Competencia</p> <p>2. La televisión</p> <p>2.1. La televisión como medio publicitario</p> <p>2.2. Tipos de publicidad por televisión</p> <p>2.3. Audiencia</p> <p>2.4. Medición de públicos (rating)</p> <p>2.5. Tarifas</p> <p>3. La radio</p> <p>3.1. La radio como medio publicitario</p> <p>3.2. Tipos de publicidad por radio</p> <p>3.3. Clasificación de estaciones</p> <p>3.4. Audiencia</p> <p>3.5. Medición de público (rating)</p> <p>3.6. Tarifas</p> <p>4. Periódicos</p> <p>4.1. Los periódicos como medio publicitario</p> <p>4.2. Tipos de periódicos</p> <p>4.3. Anunciantes</p> <p>4.4. Pautas de circulación y lectura</p> <p>4.5. Tarifas</p> <p>5. Revistas</p> <p>5.1. Las revistas como medio publicitario</p> <p>5.2. Tipos de revistas</p> <p>5.3. Anunciantes</p> <p>5.4. Pautas de circulación y lectura</p> <p>5.5. Tarifas</p> <p>6. Correo directo y otros medios</p> <p>6.1. El correo directo como medio publicitario</p> <p>6.2. Tipos de correo directo</p> <p>6.3. Tipos de usuarios</p> <p>6.4. Directorios</p> <p>6.5. Tarifas</p> <p>7. Propuesta de una estrategia de medios</p> <p>7.1. Investigación de medios</p> <p>7.2. Plan de medios o programación de medios</p>

			7.3. Competencia
Obligatoria	<b>COMUNICACIÓN E IDENTIDAD COMUNITARIA RURAL</b>	7	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identidad y territorio</li> <li>2. Identidad local e identidad regional</li> <li>3. Interacción social e identidad de grupo en el ámbito rural.</li> <li>4. Importancia de la interacción social en la estructuración de la identidad de grupo.</li> <li>5. Ámbitos (espacios) de interacción social en las sociedades rurales.</li> <li>6. Comunicación en identidad.</li> <li>7. Procesos de comunicación en las sociedades rurales.</li> <li>8. Influencia de los medios en la identidad comunitaria.</li> <li>9. Cambios identitarios</li> <li>10. Pérdida o adopción de una nueva identidad.</li> <li>11. Conformación de grupos rurales (asociaciones civiles y gubernamentales, laborales y políticas, grupos de disidencia -civiles y políticos-, religiosos, sindicatos, bandas, etc.)</li> </ol>
Obligatoria	<b>INVESTIGACIÓN DEL MERCADO</b>	7	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Qué es un Mercado? <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Concepto de mercado</li> <li>1.2. La competencia</li> <li>1.3. Las audiencias</li> </ol> </li> <li>2. Investigación de Mercado <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Penetración del mercado</li> <li>2.2. El entorno de la mercadotecnia comercial y social</li> <li>2.3. Procesos sociales y culturales del mercado</li> </ol> </li> <li>3. Segmentación del mercado <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. Significado de la segmentación del mercado</li> <li>3.2. Requerimiento de una segmentación eficiente</li> <li>3.3. Demográfico, psicológico y sociológico</li> </ol> </li> <li>4. Estudios cuantitativos <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1. Entrevista personal</li> <li>4.2. Entrevista por teléfono</li> <li>4.3. Entrevista por correo</li> <li>4.4. Paneles de consumidores</li> <li>4.5. Paneles de establecimientos</li> </ol> </li> <li>5. Estudios cualitativos <ol style="list-style-type: none"> <li>5.1. Observación</li> <li>5.2. Entrevista en profundidad</li> <li>5.3. Asociación libre</li> <li>5.4. Simulación</li> </ol> </li> <li>6. Perfil de audiencia <ol style="list-style-type: none"> <li>6.1. Pretest</li> <li>6.2. Postest</li> <li>6.3. Advertising Awareness</li> <li>6.4. Advertising Assessment</li> </ol> </li> </ol>
Obligatoria	<b>TALLER DE CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD SOCIAL</b>	8	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Clasificación y tipos de campañas publicitarias <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Definición y clasificaciones</li> <li>1.2. Tipos de campañas sociales (análisis comparativo)</li> <li>1.3. Campañas sociales para cambiar la conducta del público</li> </ol> </li> <li>1.4. Elementos que intervienen para elaborar un plan de campaña</li> <li>2. Análisis de la situación. <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Situación económica, política y social.</li> <li>2.2. Investigación y selección de la población destinataria</li> </ol> </li> <li>2.3. Encuesta base</li> <li>2.4. Plataforma de redacción</li> <li>3. Estrategia creativa. <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. Concepto de servicio promocionado</li> <li>3.2. Objetivos de comunicación en la campaña social</li> <li>3.3. Guías de ejecución</li> <li>3.4. Creación del concepto publicitario social</li> </ol> </li> <li>4. Estrategia de medios <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1. Investigación de medios</li> <li>4.2. Plan de medios</li> <li>4.3. Aplicación y producción</li> </ol> </li> <li>5. Mantenimiento y sostenimiento de la campaña <ol style="list-style-type: none"> <li>5.1. Elementos de control y evaluación</li> </ol> </li> <li>5.2. Seguimiento y valoración</li> </ol>
			<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El proceso creativo <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. La creatividad en la publicidad comercial y social</li> <li>1.2. Visualización de la idea</li> <li>1.3. Conceptualización en palabras e imágenes - Plan de trabajo creativo</li> </ol> </li> </ol>

Obligatoria	<b>TALLER DE CREATIVIDAD</b>	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>2. Creación del texto</li> <li>2.1. Estructura del texto</li> <li>2.2. Tipos de texto</li> <li>2.3. Slogan y Gingle</li> <li>2.4. Textos para radio</li> <li>2.5. Textos para televisión</li> <li>3. Marcas y envases</li> <li>3.1. Qué es una marca</li> <li>3.2. Marcas y productos y servicios</li> <li>3.3. Empaques y envases</li> <li>3.4 Aspectos legales</li> <li>4. Medios impresos</li> <li>4.1. Diseño y comunicación</li> <li>4.2. Arte y boceto</li> <li>4.3. Lo figurativo, lo abstracto y lo simbólico</li> <li>4.4. Selección del proceso de impresión</li> <li>4.5. Formas de reproducción</li> <li>5. Medios audiovisuales</li> <li>5.1. Metodología creativa</li> <li>5.2. Recursos audiovisuales y creatividad</li> <li>5.3. El sonido y la imagen; elementos formativos, realistas y fenomenológicos y semánticos</li> <li>5.4. Producción audiovisual</li> <li>6. Elaboración del Plan de Trabajo Creativo</li> <li>6.1. Audiencia meta</li> <li>6.2. Objetivos y estrategia</li> <li>6.3. Plataforma de redacción</li> </ul>
Obligatoria	<b>COMUNICACIÓN E IDENTIDAD COMUNITARIA URBANA</b>	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Identidad y pertenencia</li> <li>2. Interacción social e identidad de grupo.</li> <li>3. Urbanización e interacción social.</li> <li>4. Urbanización e identidad de grupo.</li> <li>5.- Comunicación e identidad.</li> <li>6. Procesos de comunicación en las sociedades urbanas.</li> <li>7. Pérdida o adopción de una nueva identidad.</li> <li>8. Conformación de grupos urbanos (asociaciones civiles y gubernamentales, laborales y políticas, grupos de disidencia -civiles y políticos-, religiosos, sindicatos, bandas, etc.)</li> <li>9. Efectos de la globalización en la identidad dentro de las comunidades urbanas.</li> </ul>
Obligatoria	<b>GLOBALIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y SU IMPACTO SOCIAL</b>	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. La sociedad industrial contemporánea</li> <li>2. La globalización y las economías neoliberales</li> <li>3. El mundo como un mercado único</li> <li>4. La globalización de las comunicaciones</li> <li>5. La concentración en la publicidad</li> <li>6. Publicidad global, publicidad nacional</li> <li>7. Hábitos y formas de consumo</li> </ul>
<b>OPCIÓN COMUNICACIÓN POLITICA</b>			
Obligatoria	<b>TEORÍA DE LAS INSTITUCIONES</b>	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Teoría del Estado.</li> <li>1.1. El concepto de estado</li> <li>1.2. Doctrinas sobre el estado</li> <li>2. Derecho Constitucional y sistemas de gobierno</li> <li>2.1. Órganos de estado</li> <li>2.2. Funciones del estado</li> <li>3. Historia de las instituciones</li> <li>3.1. Las instituciones políticas y sociales</li> <li>4. La administración pública en la sociedad burguesa</li> <li>4.1. La clase política y la organización estatal</li> </ul>
Obligatoria	<b>COMUNICACIÓN POLÍTICA</b>	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Historia y comunicación política</li> <li>1.1. La comunicación en el mundo antiguo</li> <li>1.2. El estado, la ideología y la prensa en la sociedad burguesa</li> <li>2. Las burocracias y el control político</li> <li>2.1. El concepto de burocracia</li> <li>2.2. La burocracia y el control social</li> <li>2.3. La teoría de la racionalización</li> <li>3. la comunicación política y el sistema político.</li> <li>3.1. La legitimación de decisiones políticas</li> <li>3.2. El sistema de valores dominante y la comunicación política</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Los tipos de dominación política</li> <li>1.1. Feudal</li> <li>1.2. Liberal</li> </ul>

Obligatoria	<b>TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO POLÍTICO</b>	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>1.3. Fascismo</li> <li>1.4. Socialismo</li> <li>1.5. Burguesa</li> <li>1.6. Democrático</li> <li>2. Las clases sociales y sus modelos de comportamiento</li> <li>2.1. Teoría de las elites</li> <li>2.2. La burocrática</li> <li>2.3. La teoría estructural-funcionalista</li> <li>2.4. La estructura de clases en el estado contemporáneo</li> <li>2.5. La teoría crítica</li> <li>3. Las formas políticas de manifestación</li> <li>3.1. Grupos de presión y de opinión</li> <li>3.2. Partidos políticos</li> <li>3.3. Movimientos sociales</li> <li>4. Los medios de comunicación y su comportamiento político</li> <li>4.1. Medios de comunicación monopólicos</li> <li>4.2. Medios de comunicación burocráticos</li> <li>4.3. Medios de comunicación alternativos</li> <li>5. Elecciones</li> </ul>
Obligatoria	<b>COMUNICACIÓN Y SISTEMA POLÍTICO MEXICANO</b>	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Política</li> <li>1.1. Evolución del estado, sistema político o régimen político mexicano, en los últimos treinta años.</li> <li>1.2. Organizaciones políticas vigentes en el sistema político mexicano.</li> <li>1.3. Presupuestos constitucionales del régimen legal del estado en México.</li> <li>1.3.1. El presidencialismo</li> <li>1.3.2. Poderes establecidos</li> <li>1.3.3. El federalismo</li> <li>1.4. Presupuestos políticos del estado o sistema político</li> <li>1.4.1. Legitimidad</li> <li>1.4.2. Poder</li> <li>1.4.3. Ideología</li> <li>1.5. Los actores y sujetos políticos</li> <li>1.5.1. Gobierno</li> <li>1.5.2. Los partidos</li> <li>1.5.3. Las organizaciones no gubernamentales</li> <li>1.5.4. Movimientos</li> <li>1.5.5. Alzamientos y rebeliones</li> <li>1.6. El presidencialismo del sistema político mexicano</li> <li>1.6.1 La crisis del desarrollo del estado mexicano, a partir de 1968.</li> <li>1.6.2. La crisis del estado mexicano a la pérdida del camino del "desarrollo estabilizador".</li> <li>1.6.3. La transición del estado de la Revolución al estado modernizador o neoliberal</li> <li>1.6.4. Categorías del análisis en política</li> <li>1.6.5. Procesos: como movimientos, revoluciones, modernizaciones, transiciones democráticas, paz y guerra.</li> <li>1.6.6. Instituciones: Estado, sistema político, reino, poder, sistema político, partido político.</li> <li>1.7. Sujetos y actores sociales, personales e institucionales.</li> <li>1.7.1. Partidos</li> <li>1.7.2. Actores políticos</li> <li>1.7.3. Elites</li> <li>1.7.4. Clases</li> <li>1.7.5. intelectuales</li> <li>1.7.6. No gubernamentales</li> <li>2. Comunicación</li> <li>2.1. Los medios de comunicación colectiva en México y la cultura de la época.</li> <li>2.2. Desarrollo de los medios de comunicación colectiva en los últimos treinta años</li> <li>2.3. Las formas de expresión de los actores y sujetos políticos en los medios de comunicación social</li> <li>2.3.1. El discurso político</li> <li>2.4. Cultura política y medios de comunicación colectiva en México</li> <li>3. Elecciones.</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Definición y tipología del conflicto.</li> <li>2. Las alianzas y las rupturas. Formas y mecanismos para su detección.</li> <li>3. Los sujetos en conflicto y/o en negociación.</li> </ul>

Obligatoria	<b>TEORÍA DEL CONFLICTO Y LA NEGOCIACIÓN</b>	7	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Los espacios y los tiempos del conflicto y la negociación.</li> <li>5. Los métodos y las técnicas para la identificación de los sujetos (individuales o sociales), sus intereses y sus objetivos en los espacios y en los tiempos del conflicto.</li> <li>6. Los actores individuales o colectivos.</li> <li>6.1. Los objetivos y metas a corto, mediano y largo plazo de los actores.</li> <li>6.2. Sujeto manipulador y sujeto operador de un conflicto o de una alianza.</li> <li>7. Los valores en disputa: económicos, políticos o culturales.</li> <li>8. Los terceros involucrados: sus objetivos y metas a corto, mediano y largo plazo.</li> <li>9. El establecimiento de nuevas alianzas como resultado de un conflicto.</li> <li>9.1. Los espacios del conflicto y la negociación.</li> <li>10. Acuerdos y desacuerdos (tensiones y distensiones)</li> <li>11. La estrategia, las tácticas y la logística en el flujo de información.</li> <li>12. Los medios y los mensajes: mediaciones logísticas o mediaciones tácticas.</li> <li>13. Estudio de caso. Un reporte de actividades: <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Una bitácora del seguimiento de un conflicto y una negociación.</li> <li>b) Un análisis propositivo de las soluciones encontradas (mecanismos de aplicación).</li> </ol> </li> </ol>
Obligatoria	<b>PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN</b>	7	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conceptualización de problemas y problemática.</li> <li>2. Naturaleza de los problemas en sistemas humanos y sociales. <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. De la base objetiva del problema, al contexto o entorno social del problema</li> <li>2.2. Los sujetos involucrados (los sujetos del problema, los sujetos decisores, los terceros involucrados)</li> <li>2.3. Los objetivos de los sujetos</li> <li>2.4. Los cursos de acción disponibles</li> </ol> </li> <li>3. Los diferentes tipos de variables del problema (exógenas y endógenas).</li> <li>4. Tipos de problema. <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1. Dilemas</li> <li>4.2. Problemas de decisión</li> <li>4.3. Problemas de diseño estratégico</li> </ol> </li> <li>5. Metodología para resolver problemas de decisión.</li> <li>6. Metodología para el diseño estratégico.</li> <li>7. Diferencias entre políticas y estrategias.</li> <li>8. Políticas normativas.</li> <li>9. Naturaleza e implantación de la planeación estratégica.</li> <li>10. La organización para la planeación estratégica.</li> <li>11. Consideraciones clave en la planeación estratégica.</li> <li>12. Implantación de la planeación.</li> <li>13. Planeación estratégica en la comunicación política.</li> <li>14. Planeación estratégica en la comunicación organizacional.</li> </ol>
Obligatoria	<b>COMUNICACIÓN PERSUASIVA Y LIDERAZGO</b>	7	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tendencias de la comunicación persuasiva</li> <li>2. La persuasión en la comunicación individual, grupal y social</li> <li>3. Los medios de comunicación y la persuasión pública</li> <li>4. La persuasión de los medios en las organizaciones</li> <li>5. Sociología de los grupos</li> <li>6. Psicología de los grupos y de los públicos</li> <li>7. Comunicación grupal</li> <li>8. Sociología del líder y de sus seguidores</li> <li>9. Análisis comparativo de grupos y líderes en acción</li> <li>10. Análisis de casos de comunicación grupal, detección de los líderes</li> </ol>
			<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Principios teóricos de la comunicación política <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Organizaciones políticas vigentes en el sistema político mexicano.</li> <li>1.2. Los actores y sujetos políticos</li> <li>1.3. Sujetos y actores sociales, personales e institucionales.</li> <li>1.4. Categorías de análisis político</li> <li>1.5. Procesos e instituciones: <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Procesos culturales y la naturaleza de la cultura. <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Definiciones</li> <li>2.2. Elementos que conforman las culturas</li> <li>2.3. Sistemas culturales de creencias <ol style="list-style-type: none"> <li>2.3.1. Interpretaciones culturales de necesidades básicas <ol style="list-style-type: none"> <li>2.3.2. Valores universales y específicos <ol style="list-style-type: none"> <li>2.3.2.1. Racionalidad</li> </ol> </li> </ol> </li> </ol> </li> </ol> </li> </ol> </li> </ol> </li> </ol>



Obligatoria	<b>PROCESOS CULTURALES EN LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN MÉXICO</b>	7	<ul style="list-style-type: none"> <li>2.3.2.2. Lo bueno y lo malo</li> <li>2.3.2.3. Felicidad</li> <li>2.3.2.4. Concepto de tiempo</li> <li>2.3.2.5. Los límites del espacio</li> <li>2.3.3. Orientación de los valores</li> <li>2.3.3.1. Hacia sí mismo (individualismo individualidad e interdependencia)</li> <li>2.3.3.2. Hacia la familia</li> <li>2.3.3.3. Hacia la sociedad</li> <li>3. Estrategias de la comunicación política</li> <li>3.1. Las formas de expresión de los actores y sujetos políticos en los medios de comunicación social</li> <li>3.2. La comunicación política y el proselitismo político</li> <li>3.1. La comunicación política y las organizaciones no políticas</li> <li>4. Procesos culturales y comunicación política</li> <li>4.1. Credibilidad del comunicador</li> <li>4.2. Opinión y liderazgo.</li> <li>4.3. Actores culturales en la comunicación política.</li> <li>4.4. Los mensajes y la comunicación política</li> <li>4.4.1. El lenguaje de una cultura</li> <li>4.4.1.1. Lo verbal y lo no verbal</li> <li>4.4.1.2. Estructuras de los argumentos</li> <li>4.4.1.3. Lenguaje, retórica y patrones de pensamiento</li> <li>4.4.2. Lenguaje y valores</li> <li>4.4.2.1. Comunicación, diferencias y respeto</li> <li>4.4.2.2. Valores, tabúes y comunicación</li> <li>5. Cultura política y medios de comunicación colectiva en México</li> <li>5.1. Los medios como amplificadores, divulgadores y reproductores de los mensajes políticos.</li> <li>5.2. La comunicación política y cambio social.</li> <li>5.2.1. La difusión de prácticas y valores ajenos</li> <li>5.2.2. La difusión de innovaciones técnicas y sociales</li> <li>5.2.3. Los medios como promotores de la participación política.</li> </ul>
Obligatoria	<b>ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN EMERGENTE</b>	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Comunicación política y sociedad</li> <li>2. Participación social y escenarios políticos</li> <li>3. Comunicación emergente y control político</li> <li>4. Sociedad transicional y cambio político</li> <li>5. Institucionalización de las relaciones de poder emergente</li> <li>6. Comunicación emergente y opinión pública</li> </ul>
Obligatoria	<b>DISEÑO DE CAMPAÑAS POLÍTICAS</b>	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Clasificación y tipos de campañas publicitarias</li> <li>1.1. Definiciones</li> <li>1.2. Clasificación</li> <li>1.3. Tipos de campañas</li> <li>1.4. Campañas sociales para cambiar la conducta del público</li> <li>1.5. Elementos que intervienen para elaborar un plan de campaña</li> <li>2. Análisis de la situación y diagnóstico</li> <li>2.1. Situación económica, política y social</li> <li>2.2. Diagnóstico</li> <li>2.3. Encuesta base</li> <li>2.4. Plataforma de redacción</li> <li>3. Organización</li> <li>3.1. Etapas</li> <li>3.2. Zonificación</li> <li>3.3. Temporalidad</li> <li>3.4. Recursos humanos</li> <li>3.5. Presupuesto</li> <li>4. Estrategia creativa</li> <li>4.1. Concepto de servicio, promocional</li> <li>4.2. Objetivos de comunicación (sobre la campaña)</li> <li>4.3. Guías de ejecución</li> <li>4.4. Creación del concepto publicitario social</li> <li>4.5. Consideraciones de medios</li> <li>5. Estrategia de medios</li> <li>5.1. Investigación de medios</li> <li>5.2. Plan de medios</li> <li>5.3. Competencia</li> <li>5.4. Presupuesto</li> <li>6. Elaboración y ejecución de un plan de campaña</li> <li>6.1. Análisis de la situación y diagnóstico</li> <li>6.2. Estrategia creativa</li> </ul>

			6.3. Estrategia de medios 6.4. Presupuesto publicitario
Obligatoria	<b>TALLER DE MERCADOTECNIA POLÍTICA</b>	8	<p>1. El nuevo espacio de la comunicación política.</p> <p>1.1. De la propaganda política a la "publicidad" en la política.</p> <p>1.2. De la lucha de clases a la lucha de frases.</p> <p>1.3. De los militantes y los simpatizantes a los electores y consumidores.</p> <p>2. Persuasión y comunicación política.</p> <p>2.1. La persuasión en la comunicación política</p> <p>2.2. Las creencias, los valores y las actitudes de los públicos.</p> <p>2.3. Los constructos del ciudadano, del elector y del consumidor medio.</p> <p>2.4. Las variables de la persuasión.</p> <p>3. La persuasión y la imagen de los actores políticos</p> <p>3.1. Los electores y los elegidos</p> <p>3.2. La credibilidad y el descrédito</p> <p>3.2.1. Los criterios de credibilidad</p> <p>3.3. La mentira y la verdad políticas</p> <p>3.4. Los gobernantes y los gobernados</p> <p>4. El estudio del mercado político</p> <p>4.1. Los perfiles de la audiencia.</p> <p>4.2. Los sondeos</p> <p>4.3. Las encuestas</p> <p>4.4. Las entrevistas</p> <p>5. Los medios de comunicación y la comunicación política</p> <p>5.1. Los medios audio-escrito-visuales como mediadores de la comunicación política.</p> <p>5.1.1. El concepto de opinión pública en la sociedad mediatizada.</p> <p>5.2. Los contenidos audio-escrito-visuales de la comunicación política.</p> <p>5.3. La forma y el fondo de los mensajes.</p> <p>5.4. La estructuración de los contenidos en la estrategia de medios.</p> <p>6. El análisis del contexto</p> <p>6.1. El análisis de coyuntura</p> <p>6.2. El análisis de contenido</p> <p>6.3. El análisis del discurso</p> <p>6.4. Los items de contenido</p> <p>6.4.1. Los principios</p> <p>6.4.2. Los lemas</p> <p>6.4.3. Las propuestas</p> <p>7. La prospectiva y el método de escenarios.</p> <p>7.1. El estado de la cuestión</p> <p>7.1.1. El método de análisis estructural.</p> <p>7.1.2. Técnica del ábaco de Regnier.</p> <p>7.1.3. La técnica del juego de actores.</p> <p>7.1.4. El sistema de matriz de impacto cruzado.</p> <p>7.2. Tendencias y rupturas</p> <p>7.3. Los actores políticos: sus anhelos, sus temores; sus tendencias y sus estrategias.</p> <p>7.4. El método de escenarios</p> <p>8. El marketing político como la táctica de una logística integral.</p>
Obligatoria	<b>ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN POLÍTICA</b>	8	<p>1. La Comunicación - Información Política</p> <p>1.1. El lenguaje</p> <p>1.1.1. Escrito</p> <p>1.1.2. Hablado</p> <p>1.1.3. El lenguaje como mediación</p> <p>1.2. El discurso</p> <p>1.2.1. El texto</p> <p>1.2.2. Coherencia</p> <p>1.2.3. Tratamiento y análisis</p> <p>1.3. El discurso político y su representación en los medios de comunicación</p> <p>1.3.1. Sujeto</p> <p>1.3.2. Espacio</p> <p>1.3.3. Tiempo</p> <p>2. Información</p> <p>2.1. Información y opinión soporte de los mensajes periodísticos en los medios de comunicación colectiva impresos y audiovisuales</p> <p>2.2. Los medios como amplificadores, divulgadores y reproductores de los mensajes políticos.</p> <p>3. Política</p>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>3.1. Cultura política y medios de comunicación colectiva en México</li> <li>3.2. Categorías de análisis político</li> <li>3.3. Procesos e instituciones: <ul style="list-style-type: none"> <li>3.3.1. Evolución del estado, sistema político o régimen político mexicano, en los últimos treinta años.</li> <li>3.3.2. Organizaciones políticas vigentes en el sistema político mexicano. <ul style="list-style-type: none"> <li>3.3.2.1. El presidencialismo</li> <li>3.3.2.2. Poderes establecidos</li> <li>3.3.2.3. El federalismo</li> <li>3.3.2.4. Legitimidad</li> <li>3.3.2.5. Poder</li> <li>3.3.2.6. Ideología.</li> </ul> </li> <li>3.3.3. Los actores y sujetos políticos. <ul style="list-style-type: none"> <li>3.3.3.1. Gobierno</li> <li>3.3.3.2. Los partidos</li> <li>3.3.3.3. Las organizaciones no gubernamentales</li> <li>3.3.3.4. Movimientos</li> <li>3.3.3.5. Alzamientos y rebeliones</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>4. Técnicas <ul style="list-style-type: none"> <li>4.1. Registro <ul style="list-style-type: none"> <li>4.1.1. Manual</li> <li>4.1.2. Electrónico</li> </ul> </li> <li>4.2. Unidades de análisis <ul style="list-style-type: none"> <li>4.2.1. Los datos</li> <li>4.2.2. La información política <ul style="list-style-type: none"> <li>4.2.2.1. Género</li> <li>4.2.2.2. Número</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>4.3. Universo analítico <ul style="list-style-type: none"> <li>4.3.1. En impresos</li> <li>4.3.2. En medios electrónicos</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
<b>OPCIÓN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL</b>			
Obligatoria	<b>COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL</b>	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. La comunicación <ul style="list-style-type: none"> <li>1.1. Qué es la comunicación</li> <li>1.2. Elementos de la Comunicación</li> <li>1.3. Qué es la organización</li> <li>1.4. Qué es la comunicación organizacional</li> </ul> </li> <li>2. Escuelas del comportamiento organizacional <ul style="list-style-type: none"> <li>2.1. Panorámica general</li> <li>2.2. Escuela clásica</li> <li>2.3. Escuela de las relaciones humanas</li> <li>2.4. Escuela de los sistemas sociales</li> </ul> </li> <li>3. El proceso de la comunicación <ul style="list-style-type: none"> <li>3.1. Sistema de clasificación de mensajes</li> <li>3.2. Métodos de difusión orales software</li> <li>3.3. Redes de mensajes</li> <li>3.4. La comunicación no verbal en las organizaciones</li> </ul> </li> <li>4. Formato de interacción en las organizaciones <ul style="list-style-type: none"> <li>4.1. Grupos didácticos en las organizaciones</li> <li>4.2. Los pequeños grupos en las organizaciones</li> <li>4.3. Comunicación pública en las organizaciones</li> </ul> </li> <li>5. Modelos operativos <ul style="list-style-type: none"> <li>5.1. Comunicación descendente</li> <li>5.2. comunicación ascendente</li> <li>5.3. Comunicación horizontal</li> <li>5.4. Comunicación informa.</li> </ul> </li> </ul>
Obligatoria	<b>TEORÍA DE LAS ORGANIZACIONES</b>	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Las organizaciones <ul style="list-style-type: none"> <li>1.1. Definiciones.</li> <li>1.2. Características de las organizaciones.</li> <li>1.3. Tipos de organizaciones.</li> </ul> </li> <li>2. Las organizaciones como sistemas. <ul style="list-style-type: none"> <li>2.1. Contexto y sistemas.</li> <li>2.2. Sistemas abiertos</li> <li>2.3. Sistemas cerrados</li> <li>2.4. La sinergia en las organizaciones.</li> </ul> </li> <li>3. El funcionalismo estructural en las organizaciones. <ul style="list-style-type: none"> <li>3.1. El funcionalismo-estructuralismo.</li> <li>3.2. El sistema social (Parsons).</li> <li>3.3. El sistema abierto (Kate y Kann).</li> </ul> </li> <li>4. Teoría de las organizaciones.</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>4.1. Teoría clásica.</li> <li>4.2. Teoría de sistemas.</li> <li>4.3. Relaciones Humanas.</li> <li>4.4. Sistemas sociales.</li> <li>5. La tecnología y las organizaciones.</li> <li>5.1. El positivismo tecnológico.</li> <li>5.2. Tecnología y alienación.</li> <li>5.3. El sistema sociotécnico.</li> </ul>
Obligatoria	<b>IDENTIDAD CULTURAL E IDENTIDAD CORPORATIVA</b>	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. La cultura, el folklore y la cultura popular</li> <li>2. La transculturación, la aculturación y la imposición cultural</li> <li>3. Las culturas pasivas y las culturas participativas: el origen de la sociedad mexicana y de la sociedad norteamericana .</li> <li>4. La imposición cultural en México</li> <li>4.1. El sometimiento cultural del mexicano: España, la iglesia, la televisión y los Estados Unidos.</li> <li>5. Las alternativas culturales fuera de la cultura oficial</li> <li>6. La identidad nacional y la multiculturalidad del mexicano</li> <li>7. La cultura norteamericana en México</li> <li>8. La cultura mexicana en los Estados Unidos</li> <li>9. La organización social del trabajo en México y los Estados Unidos.</li> <li>10. Los patrones de consumo del mexicano frente a los patrones de consumo norteamericanos.</li> <li>11. La cultura norteamericana por televisión</li> <li>12. El consumo y la cultura del ocio</li> <li>13. La noción de tiempo libre</li> <li>14. La noción de cultura corporativa</li> <li>15. El posicionamiento</li> <li>16. El "hombre organización": el individuo, la familia, la empresa.</li> <li>17. Las estructuras organizacionales de la corporación norteamericana: estructuras mecanicistas (verticales y jerarquizadas); estructuras orgánicas y de responsabilidad compartida.</li> </ul>
Obligatoria	<b>ENTORNO SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES</b>	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Teoría social y escuelas conceptuales</li> <li>1.1. Teoría estructural-funcionalista</li> <li>1.2. Teoría marxista</li> <li>1.3. Estudios empíricos</li> <li>1.4. Teoría crítica</li> <li>2. Los paradigmas teóricos y su aplicación</li> <li>2.1. Estudios sobre estructura social y cultural</li> <li>2.2. Análisis marxista de las clases sociales</li> <li>2.3. Investigaciones empíricas norteamericanas contemporáneas</li> <li>2.4. Análisis de la modernidad y de la acción comunicativa</li> <li>3. Textos para la reinterpretación</li> <li>3.1. Conceptualizaciones contemporáneas del mundo</li> </ul>
Obligatoria	<b>LAS ORGANIZACIONES EMERGENTES</b>	7	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Formaciones sociales emergentes</li> <li>2. Sistema social y organización</li> <li>3. Comunicación y cambio social emergente</li> <li>4. Formalización organizacional</li> </ul>
Obligatoria	<b>ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL</b>	7	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. El proceso de la comunicación en las organizaciones.</li> <li>1.1. Los sistemas y la organización.</li> <li>1.2. La interdependencia.</li> <li>1.3. Las relaciones.</li> <li>1.4. Niveles de comunicación.</li> <li>2. Variables de la comunicación en la organización.</li> <li>2.1. Transaccional.</li> <li>2.2. Personal.</li> <li>2.3. Seriado</li> <li>2.4. Dinámico.</li> <li>3. Posibilidades del lenguaje.</li> <li>3.1. Verbales.</li> <li>3.2. No verbales.</li> <li>4. Clasificación de los mensajes.</li> <li>4.1. Públicos internos.</li> <li>4.2. Públicos externos.</li> <li>4.3. Medios de difusión.</li> <li>4.4. Canales.</li> <li>4.5. Propósitos de flujo.</li> <li>5. Redes de mensajes.</li> <li>5.1. Tipos de redes.</li> <li>5.2. Flujo de los mensajes.</li> <li>5.3. La naturaleza del flujo de los mensajes.</li> </ul>

			5.4. El contenido de los mensajes.
Obligatoria	<b>DIAGNÓSTICO DE LA IMAGEN CORPORATIVA</b>	7	<p>1. Qué es imagen.</p> <p>1.1. Cómo se genera la percepción de la imagen</p> <p>1.2. La representación a través de la imagen.</p> <p>1.3. Leyes de la Gestalt y su aplicación.</p> <p>1.4. Tipología y definiciones de imagen.</p> <p>1.5. Diferencias y semejanzas entre la expresión verbal e icónica.</p> <p>1.6. Funciones y componentes de la imagen.</p> <p>1.7. Génesis histórica de la producción de imágenes.</p> <p>2. La representación icónica: códigos y contextos.</p> <p>2.1. La representación a través de símbolos y sus categorías.</p> <p>2.2. Simbolismo y colores.</p> <p>2.3. La iconicidad y su medición.</p> <p>2.4. La ilusión referencial en la representación icónica, civilización y consumo.</p> <p>2.5. Codificaciones de la imagen.</p> <p>2.6. La imagen como estructura sintagmática.</p> <p>2.7. Contexto cultural y lectura de la imagen.</p> <p>2.8. Géneros de imágenes.</p> <p>3. Estilo, persuasión e imagen.</p> <p>3.1. Qué es el estilo.</p> <p>3.2. Identidad, estilo y sociedad.</p> <p>3.3. El estilo en las corporaciones.</p> <p>3.4. Lenguajes de estilo.</p> <p>3.5. La persuasión en las organizaciones.</p> <p>3.6. Persuasión y comunicación.</p> <p>3.7. Condiciones previas para la persuasión</p> <p>4. Identidad corporativa e institucional.</p> <p>4.1. Identidad conceptual.</p> <p>4.2. Definición de ideas, normas y valores.</p> <p>4.3. Identidad visual y su análisis.</p> <p>4.4. Elementos de la identidad visual.</p> <p>5. Manejo de la identidad corporativa.</p> <p>5.1. Normalización comunicativa.</p> <p>5.2. La comunicación interna y su diagnóstico.</p> <p>5.3. Desarrollo de un sistema de comunicación interna.</p> <p>5.4. Comunicación externa y sus áreas.</p> <p>6. Imagen corporativa.</p> <p>6.1. Rasgos de la imagen corporativa.</p> <p>6.2. análisis de la situación de la imagen.</p> <p>6.3. Estrategias de intervención.</p> <p>6.4. Caso práctico.</p>
Obligatoria	<b>ASESORÍA Y SERVICIOS DE COMUNICACIÓN</b>	7	<p>1. Comunicación: criterios de clasificación</p> <p>1.1. Clasificación general de la comunicación en función de los medios de transmisión</p> <p>1.2. La opinión interna y externa</p> <p>1.3. El uso de la publicidad</p> <p>1.4. El uso de la propaganda</p> <p>1.5. El uso de las R:P:</p> <p>2. Los servicios comerciales para crear la imagen corporativa</p> <p>2.1. La función de la publicidad</p> <p>2.2. La función de la propaganda</p> <p>2.3. La función de las relaciones públicas</p> <p>3. La propaganda como proyección de la imagen corporativa</p> <p>3.1. La propaganda y la filosofía de la organización</p> <p>3.2. Investigación de públicos destinatarios</p> <p>3.3. Tipos de campañas</p> <p>3.4. Los medios propagandísticos</p> <p>4. La publicidad como proyección de la imagen corporativa</p> <p>4.1. La publicidad y la filosofía de la organización</p> <p>4.2. Estudios de mercado</p> <p>4.3. Tipos de campaña</p> <p>4.4. Estrategia creativa y estrategia de medios</p> <p>5. Las relaciones públicas como proyección de la imagen corporativa</p> <p>5.1. Tendencias sociales de las R.P.</p> <p>5.2. Las R.P. y la filosofía de la empresa</p> <p>5.3. La opinión pública</p> <p>5.4. Planeación y programación</p> <p>5.5. Cambio de actitudes</p> <p>5.6. El programa de relaciones públicas</p>

Obligatoria	<b>DISEÑO DE COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES</b>	8	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comunicación y organización</li> <li>2. El cambio en las organizaciones</li> <li>3. Sistemas de comunicación</li> <li>4. Comunicación estratégica</li> <li>5. Diseño de comunicación</li> </ol>
Obligatoria	<b>TALLER DE PLANEACIÓN</b>	8	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La realidad histórica. <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Proceso analítico descriptivo.</li> <li>1.2. Objetivos.</li> <li>1.3. Fases de la investigación.</li> <li>1.4. Evaluación de la identidad histórica.</li> </ol> </li> <li>2. La personalidad de la empresa. <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Descripción.</li> <li>2.2. Diagnóstico.</li> <li>2.3. Metodología.</li> <li>2.4. Indicadores.</li> <li>2.5. Evaluación de la personalidad.</li> </ol> </li> <li>3. La identidad de la empresa. <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. Evaluación de ideas normas y valores.</li> <li>3.2. Diagnóstico.</li> <li>3.3. Metodología.</li> <li>3.4. Indicadores.</li> <li>3.5. Evaluación de la identidad.</li> </ol> </li> <li>5. Programa de comunicación interna. <ol style="list-style-type: none"> <li>5.1. Integración personal.</li> <li>5.2. Medios de comunicación internos.</li> <li>5.3. Liderazgo.</li> </ol> </li> <li>6. Programa de comunicación externa. <ol style="list-style-type: none"> <li>6.1. Publicidad y propaganda.</li> <li>6.2. Relaciones públicas.</li> <li>6.3. Liderazgo.</li> </ol> </li> </ol>
Obligatoria	<b>TALLER DE IMAGEN</b>	8	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Imagen corporativa. <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. La modelización de la imagen.</li> <li>1.2. La representación icónica.</li> <li>1.3. Estilo, persuasión e imagen.</li> <li>1.4. Identidad corporativa.</li> <li>1.5. Imagen corporativa.</li> </ol> </li> <li>2. Cómo se elabora un programa de identidad corporativa. <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Posición de la identidad en las comunicaciones de la empresa.</li> <li>2.2. Cuándo es necesario un programa de identidad.</li> <li>2.3. Las premisas de basxse.</li> <li>2.4. Aplicación de técnicas verbales y visuales de la comunicación.</li> </ol> </li> <li>3. La propaganda como proyección de la imagen corporativa. <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. La propaganda y la filosofía de la organización.</li> <li>3.2. Investigación de públicos destinatarios.</li> <li>3.3. Tipos de campañas.</li> <li>3.4. Los medios propagandísticos.</li> <li>3.5. Plan de campaña.</li> </ol> </li> <li>4. La publicidad como proyección de la imagen corporativa. <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1. La publicidad y la filosofía de la organización.</li> <li>4.2. Estudios de mercado.</li> <li>4.3. tipos de campaña.</li> <li>4.4. Estrategia creativa y estrategia de medios.</li> <li>4.5. Plan de campaña publicitaria.</li> </ol> </li> <li>5. Las relaciones públicas como proyección de la imagen corporativa. <ol style="list-style-type: none"> <li>5.1. Tendencias sociales de las R.P.</li> <li>5.2. Las R.P. y la filosofía de la empresa.</li> <li>5.3. La opinión pública.</li> <li>5.4. Planeación y programación.</li> <li>5.5. Cambio de actitudes.</li> <li>5.6. Diseño de un programa de R.P.</li> </ol> </li> </ol>
			<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El concepto de la organización <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Organización</li> <li>1.2. El factor humano</li> <li>1.3. Hacia la división del trabajo</li> <li>1.4. La autoridad, la responsabilidad, la delegación</li> </ol> </li> <li>2. El individuo <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Fundamentos del comportamiento individual</li> <li>2.2. Percepción y toma individual de decisiones</li> <li>2.3. Valores, actitudes y satisfacción con el puesto</li> <li>2.4. Conceptos de motivación básica</li> </ol> </li> </ol>

Obligatoria	<b>GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES</b>	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>3. El grupo</li> <li>3.1. Fundamentos del comportamiento de los grupos</li> <li>3.2. Comprensión de los equipos de trabajo</li> <li>3.3. Comunicación</li> <li>3.4. El liderazgo</li> <li>3.5. El poder y la política</li> <li>4. El sistema organizacional</li> <li>4.1. Los fundamentos de la estructura organizacional</li> <li>4.2. Tecnología, diseño del trabajo y tensión</li> <li>4.3. Políticas y prácticas de recursos humanos</li> <li>4.4. La cultura organizacional</li> <li>5. Dinámica y condición de grupos</li> <li>5.1. Formación e integración de un grupo</li> <li>5.2. Comunicaciones</li> <li>5.3. Formación de la sensibilidad</li> <li>5.4. Desarrollo personal</li> <li>5.5. Liderazgo e influencias</li> <li>5.6. Relaciones y conflictos intergrupales</li> <li>5.6. Valores grupales y valores de la sociedad</li> </ul>
<b>OPTATIVAS</b>			
Optativa	<b>AGENCIAS INFORMATIVAS</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Las Agencias de Prensa.</li> <li>1.1. Definición</li> <li>1.2. Clasificación y Descripción.</li> <li>2. Breve Historia.</li> <li>2.1 Havas, Wolff y Reuter</li> <li>2.2. La Alianza de las Agencias</li> <li>2.3. Las Agencias en Estados Unidos (AP, UP, INS,UPI)</li> <li>2.4 ROSTA. La Agencia TASS en la Unión Soviética</li> <li>3. Las Agencias Regionales (PANA, POOL de agencias de los países no alineados, ASIN, ALASEI)</li> <li>3.1. Características</li> <li>3.2. Tecnología</li> <li>3.3. Tratamiento Informativo</li> <li>4. Agencias Nacionales</li> <li>4.1 Características (Cobertura, Capacidad, Recursos)</li> <li>4.2 Limitaciones</li> <li>4.3. Tratamiento Informativo</li> <li>5. Problemas de la comunicación</li> <li>5.1. El Libre Flujo Informativo</li> <li>5.2 EL NOII y el NOMIC.</li> <li>5.3. El Informe de Mc Bride</li> <li>6. Dominio de las grandes agencias en la prensa mundial (AP, Reuter's, AFP y UPI)</li> <li>6.1 Otras agencias en la competencia (DPA, EFE, IPS, TANJUG, XINHUA, ANSA, PRELA, APN, INA, etc.)</li> <li>7. Las agencias en México</li> <li>7.1 Las primeras agencias (INFORMEX Y NOTIMEX)</li> <li>7.2 Agencias de diarios (Excélsior, El Sol de México, El Universal)</li> <li>7.3. Operaciones</li> <li>7.4. Penetración</li> <li>8. El Manual de Estilo</li> <li>8.1. Características Generales de Captura, Procedimiento y Transmisión de información.</li> <li>8.2 Organización interna de las agencias.</li> <li>8.3. Reporteros, corresponsales y oficinas nacionales y en el extranjero.</li> <li>8.4 Télex, Fax y sistemas electrónicos.</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>1. La imagen periodística</li> <li>1.1. Antecedentes de la fotografía periodística</li> <li>1.1.1.Nacimiento de la fotografía</li> <li>1.1.2 Surgimiento de la fotografía en los medios impresos</li> <li>1.1.3 La fotografía como periodismo</li> <li>1..2.La percepción de la fotografía periodística</li> <li>1.2.1 La expresión de la fotografía</li> <li>1.2.2 Los componentes visuales de la imagen periodística</li> <li>1.2.3 La fotografía periodística y el texto escrito</li> <li>1..3.El contenido de la fotografía periodística</li> <li>1.3.1 Análisis del discurso fotográfico</li> <li>1.3.2 Elementos icónicos de la imagen fotográfica</li> <li>1.3.3 Códigos semánticos de la fotografía periodística</li> </ul>

Optativa	<b>FOTOGRAFÍA PERIODÍSTICA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1.3.4 Contexto cultural y periodístico</li> <li>2. Usos y función de la fotografía periodística</li> <li>2.1. La persuasión en la fotografía periodística</li> <li>2.1.1 La fotografía como persuasión</li> <li>2.1.2 Procedimientos de la manipulación visual</li> <li>2.1.3 Alteración de la realidad.</li> <li>2.1.4 La objetividad en la fotografía periodística</li> <li>2.2. El papel de la fotografía periodística en la actualidad.</li> <li>2.2.1 La fotografía periodística ¿arte o información?</li> <li>2.2.1 La imagen fotográfica como elemento y complemento de lo escrito.</li> <li>2.2.3 La fotografía periodística como instrumento político.</li> <li>2.3. El valor ideológico de la fotografía periodística</li> <li>2.3.1 Contexto histórico y cultural de la producción de fotografía periodística</li> <li>2.3.2 La imagen periodística frente a la sociedad y opinión pública.</li> <li>2.3.3 Autocensura y censura.</li> </ul>
Optativa	<b>FOTOGRAFÍA PUBLICITARIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. La Publicidad</li> <li>1.1. Definiciones de publicidad</li> <li>1.2. Proceso histórico</li> <li>1.3. Alcance cultural y social</li> <li>1.4. La publicidad en la comunicación</li> <li>2. La imagen en la publicidad</li> <li>2.1. La función de la fotografía publicitaria</li> <li>2.1.1. Principales tipos de imágenes</li> <li>2.1.2. Características de la imagen publicitaria</li> <li>2.1.3. Recursos en la realización de la fotografía publicitaria</li> <li>2.2. El discurso de la fotografía publicitaria</li> <li>2.2.1. La gramática de la imagen publicitaria</li> <li>2.2.2. Los componentes visuales de la fotografía publicitaria</li> <li>2.2.3. Elementos icónicos de la imagen en la publicidad</li> <li>3. Usos y función de la fotografía publicitaria</li> <li>3.1. La fotografía como publicidad</li> <li>3.1.1. La función de la fotografía en la publicidad</li> <li>3.1.2. La fotografía publicitaria como persuasión ante el consumidor</li> <li>3.1.3. La objetividad en la fotografía publicitaria</li> <li>3.2. La fotografía publicitaria en la actualidad</li> <li>3.2.1. Invasión de la imagen en la publicidad</li> <li>3.2.2. La imagen como el mejor recurso en la publicidad</li> <li>3.2.3. La fotografía publicitaria, característica de la sociedad moderna.</li> <li>3.3. La creatividad en la fotografía publicitaria</li> <li>3.3.1. La originalidad de la imagen triunfo de la publicidad</li> <li>3.3.2. El concepto de creatividad en la fotografía publicitaria</li> <li>3.3.3. Elementos que logran la creatividad</li> <li>3.3.4. La fotografía publicitaria como creatividad</li> <li>3.3.5. La simbología en la imagen publicitaria</li> <li>3.4. La visión interdisciplinaria de la fotografía publicitaria</li> <li>3.4.1. El enfoque psicológico de la imagen publicitaria</li> <li>3.4.2. La sociología de la fotografía publicitaria</li> <li>3.4.3. La interpretación semiológica de la imagen</li> <li>3.4.4. De la semiología a la retórica de la imagen publicitaria</li> </ul>
Optativa	<b>LA HISTORIA COMO REPORTAJE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Elementos conceptuales</li> <li>1.1. Sobre el periodismo</li> <li>1.1.1. Lo noticioso, la noticia, el hecho periodístico.</li> <li>1.1.2. Clasificaciones de los géneros periodísticos y su ejercicio real en los medios.</li> <li>1.1.3. El reportaje características, clasificación, tipos de investigación, fuentes de información, estilo (reportaje dinámico, reportaje profundo, reportaje histórico).</li> <li>1.1.4. Flexibilidad y creatividad en los reportajes.</li> <li>1.1.5. Características del reportaje en los principales medios de comunicación</li> <li>1.1.6. El reportaje histórico: características, vínculos con el reportaje profundo.</li> <li>1.2. Sobre la historia</li> <li>1.2.1. Sobre periodismo</li> <li>1.2.2. Diferentes corrientes y enfoques para abordar la historia, el materialismo histórico, la historia oral, historicismo, existencialismo.</li> <li>1.2.3. Métodos históricos, método crítico, comparativo, cuantitativos.</li> <li>1.2.4. Historia y comunicación: problemáticas comunes, vinculación</li> </ul>



			<p>con el periodismo.</p> <p>2. Elementos metodológicos</p> <p>2.1. El reportaje histórico</p> <p>2.1.1 Selección temática (ubicación periodística).</p> <p>2.1.2. Delimitación noticiosa (noticia y contexto histórico)</p> <p>2.1.3. Investigación y sistematización de la información (investigación documental)</p> <p>2.1.4 Estructuración, ordenamiento y jerarquización informativa.</p> <p>2.1.5. Construcción del texto (estilo, redacción).</p> <p>2.1.6. Relaciones entre biografía, crónica e historia.</p> <p>2.1.7 Especificaciones técnicas de acuerdo al medio de comunicación usado.</p> <p>2.2 El análisis histórico</p> <p>2.2.1 Detección-definición del hecho histórico</p> <p>2.2.2 Investigación, fuentes de información, sistematización informativa.</p> <p>2.2.3 Elementos a considerar en el análisis de información historiográfica.</p> <p>2.2.4 Proceso de contextualización histórica en el análisis de coyuntura.</p> <p>2.2.5 Límites del análisis histórico en los hechos de coyuntura.</p> <p>3. La historia como reportaje</p> <p>3.1. Reportaje periodístico de hechos históricos</p> <p>3.1.1 La noticia como historia de cada día.</p> <p>3.1.2 Reportajes y hechos históricos</p> <p>3.1.3 Significar y dar sentido a la realidad, proceso común de la historia y el periodismo, noticia, entrevista, crónica, biografía y contexto en el reportaje histórico.</p> <p>3.2 Procesos históricos reconstruidos con reportajes</p> <p>3.2.1 Visiones históricas basadas en la información periodística y, especialmente en los reportajes.</p> <p>3.2.2 Novela-reportaje o novela verdad, novela y reportaje históricos.</p> <p>3.2.3 Conflictos, sucesos, personajes, cronologías, opiniones y datos, conjugados en la información noticiosa, como herramienta del análisis histórico (jerarquización de los materiales, estructura expositivo-narrativa.</p> <p>3.2.4. Comunicación política, periodismo y procesos históricos.</p>
Optativa	<b>PROSPECTIVA ESTRATÉGICA</b>		<p>1. La prospectiva ¿para qué?</p> <p>1.1. La teoría de los sistemas en el campo de la prospectiva.</p> <p>2. La evolución de la estrategia y de la administración de recursos. Escuela Clásica de 1920.</p> <p>3. El estado del conocimiento: variables, gérmenes de futuro, tendencias.</p> <p>4. La prospectiva: una indisciplina intelectual.</p> <p>5. Los talleres de prospectiva estratégica.</p> <p>6. El método de escenarios</p> <p>7. El análisis estructural.</p> <p>8. Técnica del juego de actores.</p> <p>9. El Ábaco de Regnier.</p> <p>10 Análisis morfológico.</p> <p>11. Método de expertos y cuantificación.</p> <p>12. Las opciones estratégicas</p>
Optativa	<b>RELACIONES PÚBLICAS</b>		<p>1. Conceptos generales</p> <p>1.1. ¿Qué son las relaciones públicas?</p> <p>1.2 Su evolución</p> <p>1.3 Sus propósitos</p> <p>1.4 Su práctica cotidiana</p> <p>1.5 Las relaciones públicas como sistema de comunicación</p> <p>2. Nexos de las relaciones públicas con otros sistemas de comunicación</p> <p>2.1 Con el periodismo</p> <p>2.2 Con la publicidad</p> <p>2.3 Con la propaganda</p> <p>2.4 Con la educación</p> <p>3. Como se elabora un programa de relaciones públicas</p> <p>3.1. Estudio de la institución</p> <p>3.2 Estudio de los público</p> <p>3.3 Determinación de las necesidades</p> <p>3.4 Determinación de los canales de comunicación</p> <p>3.5 Determinación de las señales</p>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>3.6 Distribución</li> <li>3.7 Evaluación</li> <li>4. Los canales de comunicación y las relaciones públicas. <ul style="list-style-type: none"> <li>4.1 El trato directo</li> <li>4.2 La correspondencia postal</li> <li>4.3 Los periódicos murales</li> <li>4.4 Los periódicos y revistas internos.</li> <li>4.5 Los canales de comunicación reflejos</li> <li>4.6 Los canales de evasión</li> <li>4.7 Radio</li> <li>4.8 Cine</li> <li>4.9 Televisión</li> <li>4.10 Las cintas fijas</li> <li>4.11 Conferencias y cursos</li> <li>4.12 Otros: carteles, folletos, libros, memorias, técnicas, etcétera.</li> </ul> </li> <li>5. Organización de una oficina de relaciones públicas. <ul style="list-style-type: none"> <li>5.1 De una institución del sector privado</li> <li>5.2 De una institución del sector público</li> <li>5.3 De un medio de comunicación masiva</li> </ul> </li> </ul>
Optativa	<b>SOCIOLOGÍA DE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Sociología de la Comunicación. <ul style="list-style-type: none"> <li>1.1. Antecedentes y desenvolvimiento de la Sociología.</li> <li>1.2. Enfoque funcionalista.</li> <li>1.3 Enfoque estructuralista.</li> <li>1.4 Enfoque materialista-histórico.</li> </ul> </li> <li>2. La Radio y la Televisión. <ul style="list-style-type: none"> <li>2.1 Surge la radio, crece y se desarrolla.</li> <li>2.2 Nace la televisión, su desarrollo y su avance.</li> <li>2.3 El poder de la radio como forma de persuasión y propaganda.</li> <li>2.4 El alcance de la televisión como medio de alienación masiva.</li> </ul> </li> <li>3. Los elementos sociales de la comunicación radiofónica y televisiva. <ul style="list-style-type: none"> <li>3.1 Emisores <ul style="list-style-type: none"> <li>3.1.1 Concesionarios</li> <li>3.1.2 Anunciantes.</li> <li>3.1.3 Conductores</li> <li>3.1.4 Locutores.</li> <li>3.1.5 Grupo gobernante</li> <li>3.1.6 Líderes de Opinión.</li> </ul> </li> <li>3.2 Receptores <ul style="list-style-type: none"> <li>3.2.1 El público y la estratificación social.</li> <li>3.2.2 La comunicación en cadena.</li> </ul> </li> <li>3.3 Las instituciones participantes. <ul style="list-style-type: none"> <li>3.3.1 Estado</li> <li>3.3.2 Empresa Privada.</li> <li>3.3.3 Empresas estatales y de educación superior.</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>4. El mensaje <ul style="list-style-type: none"> <li>4.1. Contenido-Información. <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Información socio-política nacional</li> <li>b) Información sociopolítica-internacional.</li> <li>c) Información económica.</li> <li>d) Información deportiva.</li> <li>e) Información de espectáculos.</li> <li>f) Información policiaca o de nota roja.</li> </ul> </li> <li>4.2. Contenido-Entretenimiento. <ul style="list-style-type: none"> <li>4.2.1.. Humorística.</li> <li>4.2.2. Dramática.</li> <li>4.2.3. Espectáculos.</li> <li>4.2.4. Deportes.</li> </ul> </li> <li>4.3. Comentarios <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Puntos de vista.</li> <li>b) Opinión editorial.</li> </ul> </li> <li>4.5.. Contenido Cultura y Educación. <ul style="list-style-type: none"> <li>4.5.1. Documentales.</li> <li>4.5.2. Didácticos sistematizados.</li> <li>4.5.3. Didácticos no sistematizados.</li> <li>4.5.4. Otros.</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>5. Efectos. <ul style="list-style-type: none"> <li>5.1. Controlables <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Imposición de las ideologías de la clase dominante.</li> <li>b) Imposición de ideologías transnacionales.</li> <li>c) Lucrativos.</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>d) Mediatizadores.</li> <li>e) De legitimación.</li> <li>f) De enajenación.</li> <li>g) Estereotipos y prejuicios raciales y de otro tipo.</li> <li>h) Uniformación de opiniones.</li> <li>i) Incitación a la violencia.</li> <li>j) Manipulación.</li> <li>k) Aislamiento y desarticulación social.</li> </ul> <p>5.2. No Controlables.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Actitud crítica.</li> <li>b) Mejor conocimiento de la realidad.</li> </ul> <p>5.3. Difusos</p>
Optativa	<b>SOCIOLOGÍA DEL CINE</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Cine y sociedad. <ul style="list-style-type: none"> <li>1.1 El cine como fenómeno social</li> <li>1.2 El cine en la sociedad</li> <li>1.3 La sociedad en el cine.</li> </ul> </li> <li>2. Sociología de la producción cinematográfica. <ul style="list-style-type: none"> <li>2.1. La industria cinematográfica: producción, distribución y exhibición. <ul style="list-style-type: none"> <li>Origen</li> <li>Evolución</li> </ul> </li> <li>2.2. La estructura actual de la producción capitalista. <ul style="list-style-type: none"> <li>Estados Unidos</li> <li>Inglaterra</li> <li>Francia</li> <li>Italia</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>3. Sociología del público cinematográfico. <ul style="list-style-type: none"> <li>3.1 La función del público (acerca del anónimo receptor de la obra cinematográfica): los que "van al cine" y los que "van a ver una película".</li> <li>3.2 La asistencia al cine como institución social <ul style="list-style-type: none"> <li>Entretenimiento, diversión y ocio</li> <li>Formación</li> <li>Información</li> </ul> </li> <li>3.3 El cine como influencia (imagen de la sociedad que lo produce)</li> <li>3.4 El cine como institución sociocultural</li> <li>3.5 El cine como instrumento y transmisor de ideología (imagen-mercancía)</li> </ul> </li> <li>4. Sociología y valores en el cine. <ul style="list-style-type: none"> <li>4.1. La imagen y el éxito de taquilla</li> <li>4.2 El cine como formador de estereotipos</li> <li>4.3 Los valores en la industria y en el arte cinematográficos.</li> <li>4.4 La crítica cinematográfica (valor social de la crítica)</li> </ul> </li> </ul>

*G) Análisis en número de asignaturas y en porcentaje de créditos del grupo de asignaturas propias de la disciplina (básica y avanzadas) y del grupo de asignaturas de disciplinas afines.*

ASIGNATURAS DE LA FORMACIÓN INICIAL POR ÁREA DE CONOCIMIENTO				
AREA	MATERIAS	CREDITOS	TOTAL CREDITOS	% DE CREDITOS
REDACCIÓN	5	8	40	16.67
METODOLOGÍA	5	8	40	16.67
LENGUAJES	5	8	40	16.67
TEORÍAS	5	8	40	16.67
HISTORIAS	5	8	40	16.67
MATERIAS COMPLEMENTARIAS	5	8	40	16.67
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>48</b>	<b>240</b>	<b>100</b>

ASIGNATURAS POR TIPO DE MATERIA Y OPCIÓN TERMINAL							
TIPO DE MATERIA	FORMACIÓN INICIAL	CRÉDITOS	OPCIÓN PERIODISMO EN LOS MEDIOS	CRÉDITOS	TOTAL MATERIAS	TOTAL CRÉDITOS	TOTAL %
METODOLÓGICA	4	32	3	24	7	56	14.89
TÉCNICO INSTRUMENTAL	6	48	8	64	14	112	29.79
TEÓRICA	7	56	0	0	7	56	14.89
TEÓRICA ANALÍTICA	13	104	3	24	16	128	34.04
OPTATIVAS	0	0	3	24	3	24	6.38
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>240</b>	<b>17</b>	<b>136</b>	<b>47</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

ASIGNATURAS POR TIPO DE MATERIA Y OPCIÓN TERMINAL							
TIPO DE MATERIA	FORMACIÓN INICIAL	CRÉDITOS	OPCIÓN PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	CRÉDITOS	TOTAL MATERIAS	TOTAL CRÉDITOS	TOTAL %
METODOLÓGICA	4	32	5	40	9	72	19.15
TÉCNICO INSTRUMENTAL	6	48	7	56	13	104	27.66
TEÓRICA	7	56	1	8	8	64	17.02
TEÓRICA ANALÍTICA	13	104	1	8	14	112	29.79
OPTATIVAS	0	0	3	24	3	24	6.38
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>240</b>	<b>17</b>	<b>136</b>	<b>47</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

ASIGNATURAS POR TIPO DE MATERIA Y OPCIÓN TERMINAL							
TIPO DE MATERIA	FORMACIÓN INICIAL	CRÉDITOS	OPCIÓN PUBLICIDAD	CRÉDITOS	TOTAL MATERIAS	TOTAL CRÉDITOS	TOTAL %
METODOLÓGICA	4	32	3	24	7	56	14.89
TÉCNICO INSTRUMENTAL	6	48	3	24	9	72	19.15
TEÓRICA	7	56	2	16	9	72	19.15
TEÓRICA ANALÍTICA	13	104	6	48	19	152	40.43
OPTATIVAS	0	0	3	24	3	24	6.38
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>240</b>	<b>17</b>	<b>136</b>	<b>47</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

ASIGNATURAS POR TIPO DE MATERIA Y OPCIÓN TERMINAL							
TIPO DE MATERIA	FORMACIÓN INICIAL	CRÉDITOS	OPCIÓN COM. POLITICA	CRÉDITOS	TOTAL MATERIAS	TOTAL CRÉDITOS	TOTAL %
METODOLÓGICA	4	32	4	32	8	64	17.02
TÉCNICO INSTRUMENTAL	6	48	2	16	8	64	17.02
TEÓRICA	7	56	2	16	9	72	19.15
TEÓRICA ANALÍTICA	13	104	6	48	19	152	40.43
OPTATIVAS	0	0	3	24	3	24	6.38
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>240</b>	<b>17</b>	<b>136</b>	<b>47</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

ASIGNATURAS POR TIPO DE MATERIA Y OPCIÓN TERMINAL							
TIPO DE MATERIA	FORMACIÓN INICIAL	CRÉDITOS	OPCIÓN COM. ORGANIZACIONAL	CRÉDITOS	TOTAL MATERIAS	TOTAL CRÉDITOS	TOTAL %
METODOLOGICA	4	32	3	24	7	56	14.89
TÉCNICO INSTRUMENTAL	6	48	4	32	10	80	21.28
TEORICA	7	56	4	32	11	88	23.40
TEORICA ANALÍTICA	13	104	3	24	16	128	34.04
OPTATIVAS	0	0	3	24	3	24	6.38
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>240</b>	<b>17</b>	<b>136</b>	<b>47</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

### Requisitos y opciones de titulación

En este rubro, el Plan de estudios dice que, además de cubrir los requisitos generales marcados por la Legislación Universitaria, artículos 18, 19, 20 y 21 del Reglamento General de Exámenes, el alumno deberá en el caso específico de Ciencias de la Comunicación:

- Acreditar en el Centro de Estudios de Lenguas Extranjeras (CELE) el examen de comprensión de lectura de dos idiomas (inglés o francés obligatorio y cualquier otro idioma), o bien el dominio de uno (inglés o francés).
- La prueba escrita del examen profesional también podrá ser presentada en la modalidad de tesina, siempre y cuando sea el producto de la práctica profesional vinculada con esta especialidad, en los últimos cinco años.

**Artículo 18.-** Los objetivos de los exámenes profesionales y de grado son: valorar en conjunto los conocimientos generales del sustentante en su carrera o especialidad; que este demuestre su capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos y que posea criterio profesional.

**Artículo 19.-** En el nivel de licenciatura, el título se expedirá, a petición del interesado, cuando haya cubierto el plan de estudios respectivo y haya sido aprobado en el examen profesional correspondiente. El examen profesional comprenderá una prueba escrita y una oral. Los Consejos Técnicos de las Facultades o Escuelas podrán resolver que la prueba oral se sustituya por otra prueba escrita. Cuando la índole de la carrera lo amerite habrá, además, una prueba práctica.

**Artículo 20.-** La prueba escrita podrá ser una tesis o, en los casos establecidos por el Consejo Técnico correspondiente:

- a) un trabajo elaborado en un seminario, laboratorio o taller, que forme parte del plan de estudios respectivo;
- b) un informe satisfactorio sobre el servicio social, si este se realiza después de que el alumno haya acreditado todas las asignaturas de la carrera correspondiente, y si implica la práctica profesional.

**Artículo 21.-** El examen profesional oral podrá versar principalmente sobre la tesis, o sobre conocimientos generales de la carrera o especialidad, según lo determine el Consejo Técnico correspondiente; pero en todo caso deberá ser una exploración general de los conocimientos del estudiante, de su capacidad para aplicarlos y de su criterio profesional. Podrá realizarse en una o varias sesiones, según lo establezca el Consejo Técnico. El examen sobre conocimientos generales se ajustará a los lineamientos aprobados por el mismo Consejo.

### **Actividades de monitoreo del cumplimiento de los planes de estudio (reuniones con profesores, exámenes departamentales por materias, otras)**

“En términos de la evaluación y actualización del Plan de Estudios 1997, se tiene contemplado la generación de instrumentos de medición que permitan hacer una evaluación integral periódica del funcionamiento del nuevo plan: la modificación y actualización de los programas de las asignaturas, el seguimiento de los estudiantes y de la labor docente.”<sup>36</sup>

En el Informe de Actividades 2000 de la Facultad se expone que “los Planes de Estudio de licenciatura están en una fase de evaluación que ha sido contemplada como una actividad permanente por la División de Estudios Profesionales. En este sentido, el trabajo colegiado ha sido orientado a la evaluación de los contenidos temáticos por asignatura, a fin de realizar ajustes que enriquezcan el Plan de Estudios y mantengan la correspondencia entre sus contenidos, la formación profesional y los cambios en los mercados laborales.” El trabajo colegiado se realiza a través de los diez ejes o seminarios del Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación.

De acuerdo con la información proporcionada por dicho Centro y la obtenida de los informes anuales de la FCPyS de los últimos cuatro años, la evaluación de los planes se ha basado en reuniones colegiadas por materia que han enriquecido los contenidos de las asignaturas de los primeros semestres por el cruce interdisciplinario y la experiencia de profesores de otras disciplinas.

<sup>36</sup> Plan de Estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación 1997. FCPyS. Pág. 22.

En el Informe 2001 de la Facultad se reportan los siguientes avances respecto a la evaluación de los planes de estudio en general:

- Se convocó a los profesores integrantes de cada área a fin de recibir y analizar sus comentarios sobre los planes y programas de estudio.
- Se procedió a la revisión de los programas de estudio de diversas asignaturas.
- En algunos casos se reelaboraron algunos programas con últimas modificaciones.
- Se organizaron varios eventos académicos que han permitido vincular la perspectiva profesional con la perspectiva académica.
- Se promovió la participación de los estudiantes en la organización de encuestas sobre las áreas terminales y los seminarios de titulación a fin de lograr una mejor programación de las mismas.
- se avanzó principalmente en la actualización de los programas de las asignaturas acorde a las necesidades académicas de la institución, a fin de elevar y consolidar el nivel de formación de los estudiantes.

En particular, en la Comisión para la Revisión y Adecuación del Plan de Estudios 1997 de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, reporta hasta 2003, la revisión de objetivos, contenidos y bibliografía de cuatro asignaturas del área de teorías, cuatro de metodología, cinco de redacción, dos de lenguajes, cinco de historias, cinco de comunicación organizacional y dos de las materias complementarias. El resultado de estos trabajos se ve reflejado en la reestructuración, actualización y, si el caso lo amerita, la creación de los programas de las asignaturas. Asimismo, dicha Comisión reportó correcciones editoriales al Plan de estudios.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> Oficio dirigido al Consejo Asesor Interno, Miembros de la Comisión para la Revisión y Adecuación del Plan de Estudios 1997 de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y al Coordinador del Centro de Estudios de la Comunicación, donde se reportan los avances en la revisión del plan de estudios.

## 2.4 PROCESO DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE

### **Métodos, técnicas y recursos didácticos (experiencias de aprendizaje) utilizados dentro y fuera del aula**

En cuanto a los métodos de enseñanza en la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, el plan de estudios contempla las siguientes opciones:

- Exposición oral
- Exposición audiovisual
- Ejercicios dentro del aula
- Ejercicios fuera del aula
- Seminario
- Lecturas obligatorias
- Trabajos de investigación
- Prácticas de taller
- Prácticas de campo
- Otros

Cabe señalar que las opciones utilizadas, sin excepción, en todas las asignaturas son: exposición oral, ejercicios dentro del aula, ejercicios fuera del aula, lecturas obligatorias y trabajos de investigación; las demás opciones complementan a las asignaturas que así lo requieran. En las asignaturas de carácter metodológico se utilizan básicamente la exposición oral, ejercicios dentro del aula, ejercicios fuera del aula, lecturas obligatorias y trabajos de investigación. En las materias teóricas, además de las anteriores, se utilizan exposición audiovisual, seminario y en algunos casos las prácticas de campo. En las técnico-instrumentales se utilizan las mismas opciones que en las metodológicas y sólo en algunas asignaturas se tienen prácticas de taller y/o prácticas de campo. Finalmente, en las teórico-analíticas se usan: la exposición oral, ejercicios dentro y fuera del aula, el seminario, lecturas obligatorias y trabajos de investigación.

Los recursos didácticos que ofrece la FCPyS para la enseñanza a los alumnos de Ciencias de la Comunicación son: aulas para la proyección de audiovisuales, cabinas de radio, foros de televisión, sala de edición de video, laboratorio de fotografía, laboratorio de cómputo, préstamo de equipo de proyección de diapositivas, acetatos, audio y video.

Los alumnos pueden participar en los proyectos de investigación de la Facultad a través de un programa que se ofrece en toda la UNAM, el “Programa de Becas para la Elaboración de Tesis de Licenciatura” el cual permite a los alumnos que participan en proyectos de investigación realizar su tesis.



BECAS LICENCIATURA "PROBETEL "					
BECAS	2000	2001	2002	2003	TOTAL
ALUMNOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	5	7	9	10	31

Fuente: Informe de Actividades 2003 de la FCPyS.

En cuanto a cursos extracurriculares, éstos no están programados directamente en el Plan de Estudios de la Licenciatura, sin embargo la Facultad organiza semestralmente, a través de la Coordinación de Extensión Universitaria, talleres extracurriculares dirigidos a los alumnos y al público en general. Los temas de los talleres son tanto académicos, como culturales y artísticos; algunos se programan todos los semestres y otros esporádicamente. Cada semestre se organizan entre 15 y 20 grupos para los talleres, un taller puede programarse hasta dos veces al año y puede tener hasta cuatro grupos en ese periodo. Los talleres de locución, manejo técnico en cabina, corrección de estilo y fotografía son algunos de los que se ofrecen a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación.

A continuación se presenta una lista de los talleres programados durante el año 2003.

- |  |                                   |
|--|-----------------------------------|
| 1. Análisis de los Lenguajes<br>Cinematográficos<br>Contemporáneos | cine y la TV                      |
| 2. Capoeira Angola   | 17. La dirección de actores II    |
| 3. Coro  | 18. Lengua y Cultura Náhuatl - I  |
| 4. Creación Literaria  | 19. Lengua y Cultura Náhuatl - II |
| 5. Creación Narrativa  | 20. Liderazgo político            |
| 6. Cultura Nahuatl I   | 21. Locución I                    |
| 7. Danza Contemporánea   | 22. Locución II                   |
| 8. Dirección Cinematográfica                                       | 23. Narrativa cinematográfica     |
| 9. Documental Político   | 24. Oratoria                      |
| 10. El trabajo del director de cine                                | 25. Producción para Cine y T.V.   |
| 11. Flamenco   | 26. Producción Radiofónica        |
| 12. Guitarra Clásica   | 27. Producción y Publicidad       |
| 13. Hábitos y Técnicas de Estudio                                  | 28. Proyectos de Investigación    |
| 14. Hawaiano y Tahitiano   | 29. Redacción                     |
| 15. Introducción a la fotografía                                   | 30. Redacción y Metodología       |
| 16. La dirección de actores en el                                  | 31. Samba                         |
| 34.  | 32. Tango                         |
|  | 33. Teatro                        |

Otra de las opciones académicas que ofrece la Facultad a sus alumnos son los cursos de idiomas. Estos cursos están a cargo de la Coordinación de Idiomas, la cual tiene como objetivo, "apoyar a través de la impartición de cursos de lenguas extranjeras, la formación académica de los alumnos y ofrecer al mismo tiempo a los estudiantes la oportunidad de

cumplir con la acreditación de idiomas, requerida por los planes de estudio. Los cursos de idiomas son programados en horarios accesibles para que no interfieran con las clases normales de los alumnos”.<sup>38</sup>

La Coordinación de Idiomas también programa cursos extracurriculares con el propósito de reforzar y poner en práctica los conocimientos adquiridos en el aula. Estos cursos están dirigidos a toda la comunidad de la Facultad. Adicionalmente, la Coordinación cuenta con un programa de asesorías para atender dudas de los alumnos. Es importante señalar que está en proceso la instalación de la mediateca para apoyar el aprendizaje de los idiomas.

<b>IDIOMAS</b>				
<b>GRUPOS PROGRAMADOS</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
DOMINIO DE INGLÉS	3	16	21	38
DOMINIO DE FRANCÉS	5	5	5	11
COMPRENSIÓN DE LECTURA INGLÉS	4	4	4	10
COMPRENSIÓN DE LECTURA FRANCÉS	7	7	10	15
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>32</b>	<b>40</b>	<b>74</b>

Fuente: Informe de Actividades 2003 de la FCPyS.

<b>IDIOMAS</b>				
<b>ALUMNOS INSCRITOS</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
DOMINIO DE INGLÉS	58	347	432	434
DOMINIO DE FRANCÉS	100	91	133	130
COMPRENSIÓN DE LECTURA INGLÉS	82	111	112	164
COMPRENSIÓN DE LECTURA FRANCÉS	157	245	240	250
<b>TOTAL</b>	<b>397</b>	<b>794</b>	<b>917</b>	<b>978</b>

Fuente: Informe de Actividades 2003 de la FCPyS.

### **Procedimientos de evaluación del aprendizaje**

El plan de estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales incluye como formas de evaluación para cada asignatura las siguientes:

- Exámenes parciales
- Exámenes finales
- Trabajos y tareas fuera del aula
- Participación en clase
- Asistencia a prácticas
- Informe de investigación
- Otros

<sup>38</sup> Servicios que ofrece tu Facultad. Folleto. FCPyS. 2001. Pág. 22.

En todas las asignaturas se utilizan las primeras cuatro formas sin excepción; algunas asignaturas además incluyen asistencia a prácticas o informe de investigación, y en menor proporción algunas incluyen ambas opciones. Independientemente de lo anterior, cada profesor puede establecer otras formas de evaluación tales como la asistencia a clase, trabajos especiales, etc. De igual forma el profesor determina el porcentaje que representa cada una de las opciones de evaluación para obtener la calificación final. Las escalas de calificación utilizadas son numéricas y van de 5 a 10.

El *Reglamento General de Exámenes (RGE)* dice en su Artículo 3 que “la calificación aprobatoria se expresará en cada curso, prueba o examen, mediante los números 6, 7, 8, 9 y 10. La calificación mínima para acreditar una materia será 6 (seis). Cuando el estudiante no demuestre poseer los conocimientos y aptitudes suficientes en la materia, se expresará así en los documentos correspondientes anotándose 5 (cinco), que significa: no acreditada. En el caso que el alumno no se presente al examen de la materia, se anotará NP, que significa: no presentado.”

En el Artículo 2 del *RGE* se establece que los profesores estimarán la capacitación de los estudiantes en las siguientes formas:

- a) apreciación de los conocimientos y aptitudes adquiridos por el estudiante durante el curso, mediante su participación en las clases y su desempeño en los ejercicios prácticos y trabajos obligatorios, así como en los exámenes parciales. Si el profesor considera que dichos elementos son suficientes para calificar al estudiante, lo eximirá del examen ordinario. Los consejos técnicos señalarán las asignaturas en que sea obligatoria la asistencia;
- b) examen ordinario;
- c) examen extraordinario.

Los exámenes ordinarios los podrán presentar “los estudiantes inscritos que habiendo cursado la materia no hayan quedado exentos... Se considerará cursada la materia cuando se hayan presentado los exámenes parciales, los ejercicios y los trabajos, y realizado las prácticas obligatorias de la asignatura.”<sup>39</sup>

Existen dos periodos de exámenes ordinarios, uno se realiza la semana inmediata al termino de los cursos y la segunda la semana siguiente.

Respecto a los exámenes extraordinarios, el Artículo 14 del mismo Reglamento dice que éstos tienen por objeto calificar la capacitación de los sustentantes que no hayan acreditado las materias correspondientes cuando:

---

<sup>39</sup> Artículo 10. Reglamento General de Exámenes. Legislación Universitaria de la UNAM. Pág. 297.

- a) habiéndose inscrito en la asignatura, no hayan llenado los requisitos para acreditarla;
- b) siendo alumnos de la universidad, no hayan estado inscritos en la asignatura correspondiente, o no la hayan cursado;
- c) habiendo estado inscritos dos veces en una asignatura, no puedan inscribirse nuevamente;
- d) hayan llegado al límite de tiempo en que pueden estar inscritos en la universidad.

Finalmente cabe señalar que los estudiantes tienen derecho a presentar hasta dos materias por semestre mediante exámenes extraordinarios y sólo un número mayor previa autorización de la Dirección de la Facultad y de la Dirección General de Administración Escolar de la UNAM.

### **Asignaturas de mayor índice de reprobación y acciones tomadas al respecto**

Cada semestre la Secretaría de Servicios Escolares de la Facultad elabora un reporte de los porcentajes de aprobación y reprobación de las asignaturas programadas. En el Plan de Estudios de Ciencias de la Comunicación las asignaturas del primero al quinto semestres corresponden a la formación inicial de la carrera y del sexto al noveno semestres son asignaturas organizadas por opción terminal. La Facultad cuenta con información sobre aprobación y reprobación de seis generaciones que han cursado, hasta 2003, la carrera de Ciencias de la Comunicación con el plan de estudios de 1997. A la fecha, seis generaciones cursaron el primer y segundo semestres; cinco generaciones el tercer y cuarto semestres; cuatro generaciones el quinto y sexto semestres, tres generaciones el séptimo y octavo semestres. El noveno se cursó por primera vez en el semestre 2002-I, en el cual egresó la primera generación de los Planes de estudio 1997 y en el semestre 2003-I egresó la segunda generación.

Los cuadros siguientes muestran las asignaturas de los nuevos planes de estudio y los porcentajes promedio de aprobación y reprobación en cada una de ellas. Los semestres con base en los cuales se sacaron dichos promedios fueron los siguientes: 1998-1 y 2, 1999-1 y 2, 2000-1 y 2, 2001-1 y 2, 2002-1 y 2, 2003-1 y 2. Los datos se obtuvieron de los reportes de aprobación-reprobación expedidos por la Secretaría de Servicios Escolares de la Facultad. Para calcular los promedios, se sumaron los porcentajes obtenidos cada semestre y se hizo la división entre el número de semestres revisados. Las asignaturas sombreadas en los cuadros son las que tuvieron el mayor porcentaje de reprobación en ese semestre.

<b>PORCENTAJES DE APROBACIÓN Y REPROBACIÓN 1998-2003</b>			
<b>PRIMER SEMESTRE</b>			
<b>Clave</b>	<b>Asignatura</b>	<b>Aprobación</b>	<b>Reprobación</b>
1102	Economía y Comunicación	83.5%	16.5%
1104	Estado, sistema y poder político	86%	14%
1109	Introducción al estudio de la ciencia	84%	16%
1111	Introducción al estudio del lenguaje	83.5%	16.5%
1116	Taller de expresión oral y escrita	88%	12%
1120	Sociedad y comunicación	85%	15%

<b>PORCENTAJES DE APROBACIÓN Y REPROBACIÓN 1998-2003</b>			
<b>SEGUNDO SEMESTRE</b>			
<b>Clave</b>	<b>Asignatura</b>	<b>Aprobación</b>	<b>Reprobación</b>
1206	Geopolítica y comunicación	87%	13%
1209	Introducción a las teorías de la comunicación	85%	15%
1211	Metodología de la investigación en comunicación	84%	16%
1213	Historia de México y procesos de comunicación I	86%	14%
1216	Taller de redacción	87%	13%
1218	Teoría del discurso	85%	15%

<b>PORCENTAJES DE APROBACIÓN Y REPROBACIÓN 1999-2003</b>			
<b>TERCER SEMESTRE</b>			
<b>Clave</b>	<b>Asignatura</b>	<b>Aprobación</b>	<b>Reprobación</b>
1306	Géneros periodísticos I	83%	17%
1314	Historia de México y procesos de comunicación II	84%	16%
1315	Psicología y comunicación	86%	14%
1316	Semiótica	86%	14%
1317	Técnicas de investigación en comunicación	84%	16%
1321	Teorías de la comunicación I	84%	16%

<b>PORCENTAJES DE APROBACIÓN Y REPROBACIÓN 1999-2003</b>			
<b>CUARTO SEMESTRE</b>			
<b>Clave</b>	<b>Asignatura</b>	<b>Aprobación</b>	<b>Reprobación</b>
1409	Géneros periodísticos II	81%	19%
1414	Historia de México y procesos de comunicación III	82%	18%
1415	Procesos y técnicas informacionales	85%	15%
1416	Propaganda y opinión pública	87%	13%
1420	Teoría de la imagen	86%	14%
1421	Teorías de la comunicación II	84%	16%

<b>PORCENTAJES DE APROBACIÓN Y REPROBACIÓN 2000-2003</b>			
<b>QUINTO SEMESTRE</b>			
<b>Clave</b>	<b>Asignatura</b>	<b>Aprobación</b>	<b>Reprobación</b>
1503	Discurso audiovisual	87%	13%
1507	Géneros periodísticos III	83%	17%
1515	Historia contemporánea y procesos de comunicación	86.5%	13.5%
1516	Publicidad	88.5%	11.5%
1519	Taller de diseño de proyectos en comunicación	83%	17%
1523	Teorías de la comunicación III	84.5%	15.5%

En los siguientes cuadros, la información se organizó por opción terminal, por lo que se incluyen las asignaturas del sexto al noveno semestres. Es importante mencionar que los **Seminarios de tesis I y II** impartidos en octavo y noveno semestre respectivamente, son la misma asignatura para las cinco opciones terminales, razón por la cual el porcentaje aparece siempre igual. De igual forma que en los cuadros de arriba, las asignaturas sombreadas son las que presentaron el mayor número de reprobados.

<b>ASIGNATURAS DE MAYOR REPROBACIÓN POR OPCIÓN Y SEMESTRE (2000-2003)</b>				
<b>OPCIÓN PERIODISMO EN LOS MEDIOS</b>				
<b>Clave</b>	<b>Asignatura</b>	<b>Semestre</b>	<b>Aprobación</b>	<b>Reprobación</b>
1601	Análisis de políticas de comunicación	6	89%	11%
1620	Metodología de la investigación periodística	6	86%	14%
1621	Planeación y organización de empresas editoriales	6	87%	13%
1633	Taller de periodismo	6	84%	16%
1718	Organización de unidades de comunicación	7	84%	16%
1719	Periodismo gráfico	7	90%	10%
1720	Periodismo y lenguaje narrativo	7	87%	13%
1731	Taller de periodismo especializado I	7	84%	16%
1813	Periodismo en las unidades de comunicación social	8	85%	15%
<b>1821</b>	<b>Seminario de tesis I</b>	<b>8</b>	<b>81%</b>	<b>19%</b>
1824	Taller de corrección de originales	8	92%	8%
1826	Taller de diseño editorial	8	85%	15%
1829	Taller de periodismo especializado II	8	88%	12%
<b>1901</b>	<b>Seminario de tesis II</b>	<b>9</b>	<b>76%</b>	<b>24%</b>

<b>ASIGNATURAS DE MAYOR REPROBACIÓN POR OPCIÓN Y SEMESTRE (2000-2003)</b>				
<b>OPCIÓN PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL</b>				
<b>Clave</b>	<b>Asignatura</b>	<b>Semestre</b>	<b>Aprobación</b>	<b>Reprobación</b>
1618	Lenguaje cinematográfico como cultura audiovisual	6	88.5%	11.5%
1625	Principios de construcción dramática y escénica	6	92.5%	7.5%
1630	Taller de apreciación estética y narrativa en los medios	6	86%	14%
1631	Taller de guión I	6	88%	12%
1716	Metodología de la investigación periodística en los medios audiovisuales	7	81%	19%
1730	Taller de guión II	7	84%	16%
1733	Técnicas de producción y realización radiofónica	7	90%	10%
1734	Técnicas de producción y realización televisiva	7	90%	10%
1806	Diseño y organización de la producción	8	86%	14%
<b>1821</b>	<b>Seminario de tesis I</b>	<b>8</b>	<b>81%</b>	<b>19%</b>
1825	Taller de creatividad audiovisual	8	90%	10%
1831	Taller de producción de radio	8	86%	14%
1832	Taller de producción de televisión	8	87%	13%
<b>1901</b>	<b>Seminario de tesis II</b>	<b>9</b>	<b>76%</b>	<b>24%</b>

<b>ASIGNATURAS DE MAYOR REPROBACIÓN POR OPCIÓN Y SEMESTRE (2000-2003)</b>				
<b>OPCIÓN PUBLICIDAD</b>				
<b>Clave</b>	<b>Asignatura</b>	<b>Semestre</b>	<b>Aprobación</b>	<b>Reprobación</b>
1602	Análisis publicitario	6	89.5%	10.5%
1603	Antropología del consumo	6	85%	15%
1619	Marco jurídico de la publicidad	6	94%	6%
1627	Psicología de la publicidad	6	88.5%	11.5%
1704	Comunicación e identidad comunitaria rural	7	90%	10%
1708	Estrategia de medios	7	90%	10%
1712	Investigación del mercado	7	90%	10%
1729	Taller de campañas de publicidad	7	92%	8%
1803	Comunicación e identidad comunitaria urbana	8	91%	9%
1810	Globalización de la comunicación y su impacto social	8	91%	9%
<b>1821</b>	<b>Seminario de tesis I</b>	<b>8</b>	<b>81%</b>	<b>19%</b>
1823	Taller de campañas de publicidad social	8	89%	11%
1833	Taller de creatividad	8	86%	14%
<b>1901</b>	<b>Seminario de tesis II</b>	<b>9</b>	<b>76%</b>	<b>24%</b>

<b>ASIGNATURAS DE MAYOR REPROBACIÓN POR OPCIÓN Y SEMESTRE (2000-2003)</b>				
<b>OPCIÓN COMUNICACIÓN POLÍTICA</b>				
<b>Clave</b>	<b>Asignatura</b>	<b>Semestre</b>	<b>Aprobación</b>	<b>Reprobación</b>
1605	Comunicación política	6	82%	18%
1609	Comunicación y sistema político mexicano	6	83%	17%
1634	Teoría de las instituciones	6	80%	20%
1636	Teoría del comportamiento político	6	74%	26%
1705	Comunicación persuasiva y liderazgo	7	85%	15%
1721	Planeación estratégica de la comunicación	7	79%	21%
1725	Procesos culturales y comunicación política en México	7	87%	13%
1735	Teoría del conflicto y la negociación	7	77%	23%
1801	Análisis de la comunicación emergente	8	92%	8%
1802	Análisis de la información política	8	86%	14%
1805	Diseño de campañas políticas	8	87%	13%
<b>1821</b>	<b>Seminario de tesis I</b>	<b>8</b>	<b>81%</b>	<b>19%</b>
1828	Taller de marketing político	8	84%	16%
<b>1901</b>	<b>Seminario de tesis II</b>	<b>9</b>	<b>76%</b>	<b>24%</b>

<b>ASIGNATURAS DE MAYOR REPROBACIÓN POR OPCIÓN Y SEMESTRE (2000-2003)</b>				
<b>OPCIÓN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL</b>				
<b>Clave</b>	<b>Asignatura</b>	<b>Semestre</b>	<b>Aprobación</b>	<b>Reprobación</b>
1606	Comunicación organizacional	6	87%	13%
1611	Entorno social de las organizaciones	6	93%	7%
1617	Identidad cultural e identidad corporativa	6	92.5%	7.5%
1635	Teoría de las organizaciones	6	87%	13%
1702	Asesoría y servicios de comunicación	7	87%	13%
1707	Diagnóstico de la imagen corporativa	7	87%	13%
1709	Estrategias de comunicación organizacional	7	89%	11%
1714	Las organizaciones emergentes	7	87%	13%
1807	Diseño de comunicación en las organizaciones	8	92%	8%
1809	Gestión de la comunicación en las organizaciones	8	92%	8%
<b>1821</b>	<b>Seminario de tesis I</b>	<b>8</b>	<b>81%</b>	<b>19%</b>
1827	Taller de imagen	8	92%	8%
1830	Taller de planeación	8	89%	11%
<b>1901</b>	<b>Seminario de tesis II</b>	<b>9</b>	<b>76%</b>	<b>24%</b>

<b>PORCENTAJES DE APROBACIÓN Y REPROBACIÓN EN MATERIAS OPTATIVAS 2003</b>			
<b>Clave</b>	<b>Nombre de la asignatura</b>	<b>Aprobación</b>	<b>Reprobación</b>
<b>SEMESTRE 2003-1</b>			
0064	Políticas públicas en comunicación	66%	34%
0065	Introducción a la fotografía	69%	31%
0090	Estruct. Comunic. en los Mov. Soc.	88%	12%
0351	La historia como reportaje	60%	40%
0393	Literatura y sociedad II	85%	15%
0395	Literatura y sociedad IV	87%	13%
0610	Psicoanálisis y sociedad	79%	21%
0871	Sociología del cine Mex. II	79%	21%
0966	Periodismo por radio	57%	43%
0970	Anal. Difus. De la Imagen en Prod. Aud.	74%	26%
0971	La Inf. Pol. Y la Real. Latin. S XXI	50%	50%
1003	La historia como reportaje	66%	34%
1005	Relaciones públicas	83%	17%
1007	Sociología del cine	77%	23%
1629	Sociols. Urbans. D. A. Cd. De Mex.	63%	37%
2800	Tecnologías de la información y comunicación	-	-
<b>SEMESTRE 2003-2</b>			
0053	Clases sociales, ideología y medios de comunicación colectiva	0%	100%
0065	Introducción a la fotografía	87%	13%
0066	Diseño publicitario	79%	21%
0067	Caricatura política	17%	83%
0068	Psicología de las organizaciones	72%	28%
0345	Imagen y periodismo	100%	0%
0383	La industria cultural en México I	0%	100%
0392	Literatura y sociedad I	61%	39%
0642	Periodismo de la ciencia	62%	38%



0755	Sociología del cine	865	14%
0836	Taller de literatura y periodismo	81%	19%
0870	Sociología del cine I	34%	62%
0959	Derecho a la información	86%	14%
0960	Arte y comunicación	78%	22%
0963	Diagnóstico organizacional	100%	0%
0964	El periodismo realid. Latinoam. S. XX	100%	0%
0965	Estadística para la investigación en comunicación	100%	0%
0966	Periodismo por radio	100%	0%
0967	Periodismo por televisión	89%	11%
0968	Regulación de los medios electrónicos	96%	4%
0969	Teoría de sistemas aplicada a comunicación organizacional	90%	10%
1000	Agencias informativas	100%	0%
1002	Fotografía publicitaria	75%	25%
1003	La historia como reportaje	0%	100%
1004	Prospectiva estratégica	100%	0%
1007	Sociología del cine	73%	27%

Nota: En las asignaturas optativas se tomó sólo las de 2003 por ser éste el primer semestre en que ya no se programaron materias del plan de estudios anterior, lo cual permitió ver el total de optativas correspondientes al plan 1997. En el caso de estas asignaturas, los porcentajes pueden variar mucho debido a que hay grupos incluso con uno o dos alumnos solamente, por eso se muestran casos de 0% de aprobación y 100% de reprobación.

Como parte de las acciones tomadas al respecto de los porcentajes de reprobación, se creó el *Programa de Fortalecimiento a los Estudios de Licenciatura* a nivel de la UNAM, el cual tiene como objetivos generales mejorar el desempeño escolar de los alumnos e incrementar la eficiencia de los estudios de licenciatura, y cuyos ejes sobre los cuales trabaja este programa son:

...el apoyo a los alumnos con problemas de rezago, la actualización permanente de los programas de estudio, la atención a cuestiones que frenan la titulación, la implantación de sistemas de tutorías apoyadas en el personal de carrera de la Facultad, la creación de grupos de investigación con participación de estudiantes a través de los proyectos de investigación con financiamiento institucional, así como la aplicación del "Programa Emergente de Regularización Escolar" que permite a los alumnos que adeudan materias del sistema escolarizado recurrirlas en el Sistema Universidad Abierta.<sup>40</sup>

La aplicación del Programa Emergente de Regularización Escolar tiene como objetivo:

revertir las tendencias negativas e impactar significativamente en el aprendizaje de los estudiantes. Sustentado en la infraestructura académica y material disponible, pretende apoyar a los alumnos optimizando sus tiempos y hábitos de estudio, promoviendo su capacidad para aprender de manera independiente, reconstruyendo,

<sup>40</sup> Informe de Actividades 2002 de la FCPyS. Pág. 1.

en el corto plazo, su trayectoria escolar y favoreciendo la conclusión de su carrera en los tiempos establecidos por los planes de estudio.<sup>41</sup>

El *Programa de Fortalecimiento a los Estudios de Licenciatura* está basado en seis estrategias básicas:

- Diagnóstico
  - Riesgo de abandono y rezago extremo
  - Rezago alto e intermedio
  - Rezago recuperable
  - Regulares
- Seguimiento académico
- Sistema de tutorías
- Mejoramiento de los servicios escolares y bibliotecarios
- Actividades preventivas y remediadoras
- Orientación institucional y académica

Para la ejecución de las dos primeras estrategias se realizó un estudio de trayectorias escolares en las que se elaboraron reportes de las asignaturas de mayor reprobación y el documento *Reporte de avance curricular por carrera. Generaciones 2000, 2001, 2002 y 2003*, de los nuevos planes de estudio, es decir, el porcentaje de avance de los estudiantes respecto al número de créditos que deben tener cubiertos.

Por otra parte, en 2002 a través de la División de Educación Continua y Vinculación, se diseñó “un programa específico a fin de apoyar a los egresados de sistema escolarizado o SUA (Plan 1976) que aún no han concluido sus estudios y desean hacerlo. El programa consiste en impartir las materias de forma intensiva y escolarizada, con una duración de 25 horas durante diez o quince días.”<sup>42</sup> Con este programa, llamado *Si debes tres materias*, los estudiantes además tienen la ventaja de que si su calificación es aprobatoria, es asentada directamente en actas, sin tener que presentar examen extraordinario. Es un programa permanente y se abrirán las asignaturas conforme exista una demanda de cuatro alumnos mínimo para cada materia. En el año 2002 se programaron 23 materias y en 2003 cuatro. El siguiente cuadro muestra el número de alumnos registrados en 2002 por carrera, algunos de ellos están en espera de que se abran las materias:

<b>Programa de regularización “Si debes tres materias”</b>	
<b>CARRERAS</b>	<b>ALUMNOS</b>
Administración Pública	25
Ciencias de la Comunicación	34
Ciencia Política	33
Relaciones Internacionales	54
Sociología	12

Nota: Cada alumno registrado debe más de tres materias.

<sup>41</sup> *Ibid.* Pág. 13.

<sup>42</sup> “Si debes tres materias”. Documento de la División de Educación Continua y Vinculación de la FCPyS. 2002. Pág. 1.

## 2.5 ALUMNADO

### Proceso de admisión de estudiantes (actividades de promoción, publicidad, convocatorias)

La Dirección General de Administración Escolar de la UNAM es la instancia encargada de las actividades de promoción para la admisión de estudiantes al nivel licenciatura en la UNAM. La UNAM emite dos convocatorias al año para el ingreso a licenciatura, una en el mes de marzo y la otra en el mes de junio o julio, siendo ésta última la que más registro de aspirantes tiene. Estas convocatorias son para el ingreso a todas las licenciaturas de la Universidad.

Las convocatorias son publicadas en los principales diarios del país y en la página Web de la UNAM ([www.unam.mx](http://www.unam.mx)) en la opción de "Admisión". Es importante señalar que en la dirección <http://www.escolar.unam.mx> los interesados tienen que hacer su preregistro por Internet y posteriormente acudir personalmente a hacer su registro en las oficinas correspondientes (Av. del IMAN número 7).

Asimismo, la Universidad emite también una convocatoria para ingreso a la licenciatura por "Pase Reglamentado", esta convocatoria está dirigida exclusivamente a los estudiantes de la Escuela Nacional Preparatoria y el Colegio de Ciencias y Humanidades, quienes tienen ingreso por esta vía al nivel licenciatura con sólo cubrir los requisitos establecidos en la Legislación Universitaria y realizando los trámites correspondientes.



# Ingreso a Licenciatura

---

## Pase Reglamentado

### Ciclo Escolar 2003-2004



**Convocatoria**

- Colegio de Ciencias y Humanidades
- Escuela Nacional Preparatoria

**28 de abril, 2003**

**Lista de Carreras**

**28 de abril, 2003**

**Registro de Aspirantes**

**12 al 30 de mayo, 2003**

Principio del formulario  
Final del formulario

---

**EXAMEN  
DE  
ADMISION**



**LICENCIATURA**  
**CICLO ESCOLAR**  
**2003 - 2004**  
**CONCURSO JUNIO 2003**

**Convocatoria**

Publicación 11 de mayo del 2003

**Prerregistro**

12 al 23 de mayo del 2003

**Concluir Trámite de Registro, en el Local de Registro**

19 al 30 de mayo del 2003

**Examen**

14 y 15 de junio del 2003

**Publicación de Resultados**

---

### **Requisitos de ingreso (exámenes de selección, desempeño académico previo, tiempo de dedicación, cursos propedéuticos o de homologación de conocimientos, otros)**

El Artículo 7 del Reglamento General de Estudios Técnicos y Profesionales de la Legislación Universitaria de la UNAM establece que: para poder inscribirse por primera vez para cursar estudios profesionales en la UNAM, es necesario haber cubierto el plan de estudios del bachillerato y cumplir con lo establecido en el Reglamento General de Inscripciones. La Comisión de Admisión y Selección de Alumnos establecerá los requisitos de admisión adicionales para cada una de las carreras.

Asimismo, el Artículo 2 del Reglamento General de Inscripciones de la Legislación Universitaria dice:

Para ingresar a la universidad es indispensable:

- a) solicitar la inscripción de acuerdo con los instructivos que se establezcan;
- b) haber obtenido en el ciclo de estudios inmediato anterior un promedio mínimo de siete o su equivalente;
- c) ser aceptado mediante concurso de selección, que comprenderá una prueba escrita y que deberá realizarse dentro de los periodos que al efecto se señalen

En la UNAM existe una excepción para no presentar el examen de admisión, es el caso de los estudiantes egresados de la Escuela Nacional Preparatoria y del Colegio de Ciencias y Humanidades (dependencias de la Universidad). Los egresados de estas dependencias tienen derecho al pase reglamentado, esos estudiantes al cubrir sus créditos de bachillerato con un promedio mínimo de siete tienen asegurado su ingreso a la licenciatura, solo deben realizar los trámites correspondientes para solicitar su carrera y posteriormente inscribirse.

En este sentido, una vez establecido el cupo para cada carrera o plantel y la oferta de ingreso establecida para el concurso de selección, los aspirantes serán seleccionados según el siguiente orden:<sup>43</sup>

- a) alumnos egresados de la Escuela Nacional Preparatoria y del Colegio de Ciencias y Humanidades que hayan concluido sus estudios en un máximo de cuatro años, contados a partir de su ingreso, con un promedio mínimo de siete.
- b) Aspirantes con promedio mínimo de siete en el ciclo de bachillerato, seleccionados en el concurso correspondiente, a quienes se asignará carrera y plantel, de acuerdo con la calificación que hayan obtenido en el concurso y hasta el límite del cupo establecido.

En cualquier caso se mantendrá una oferta de ingreso a egresados de bachilleratos externos a la UNAM.

A continuación se presenta la convocatoria que publica la UNAM con los requisitos de ingreso.

---

<sup>43</sup> Artículo 8. "Reglamento General de Inscripciones". Legislación Universitaria de la UNAM. Pág. 286.

# Examen de Admisión

# L I C E N C I A T U R A

CICLO ESCOLAR  
2003 - 2004



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
SECRETARÍA GENERAL  
DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIÓN ESCOLAR

# C O N V O C A T O R I A

Para ingresar a Nivel Licenciatura. Sistema Escolarizado.  
Ciclo Escolar 2003 - 2004

La Universidad Nacional Autónoma de México convoca, conforme a lo dispuesto en su Ley Orgánica, Estatuto General y Reglamentos Generales de Inscripciones y de Incorporación y Revalidación de Estudios, a todas las personas interesadas en cursar una carrera a nivel licenciatura, dentro del sistema escolarizado en alguna de sus facultades y escuelas, a realizar los trámites de registro al concurso de selección, que se llevará a cabo los días 14 y 15 de junio del presente año, de acuerdo con los siguientes requisitos y fechas:

## REGISTRO DE ASPIRANTES

1. Con el propósito de reducir los tiempos en el Local de Registro, los aspirantes deberán hacer un prerregistro por Internet, en la dirección electrónica <http://www.escolar.unam.mx>, del 12 y hasta el 23 de mayo, para después completar su trámite en el Local de Registro del 19 al 30 de mayo, de acuerdo a la inicial de su apellido paterno.
2. Los aspirantes que no cuenten con las posibilidades para hacer su prerregistro por internet, podrán hacer su registro en las fechas programadas (según cuadro).
3. Los aspirantes con prerregistro que no terminen su trámite en el Local de Registro **no tendrán derecho a examen.**
4. El registro de aspirantes será del 19 al 30 de mayo del presente año, en el horario de 9:00 a 17:00 horas en forma ininterrumpida, en el Local de Registro, ubicado en Ave. del IMÁN número 7.
5. Los aspirantes deberán registrarse personalmente, nadie se deberá registrar más de una vez.

## FECHAS PARA EL REGISTRO DE ASPIRANTES

Ciclo 2003 - 2004

SISTEMA ESCOLARIZADO	
DÍAS DE ATENCIÓN	LETRAS INICIALES
MAYO 19	A, B
MAYO 20	C
MAYO 21	D, E, F
MAYO 22	G
MAYO 23	H, I, J, K, L
MAYO 26	M
MAYO 27	N, Ñ, O, P, Q
MAYO 28	R
MAYO 29	S, T, U
MAYO 30	V, W, X, Y, Z

### REQUISITOS

1. Presentar copia certificada o fotocopia legible del acta de nacimiento, sin tachaduras o enmendaduras y sin enmascarar.
2. Pagar la cantidad de \$190.00 (ciento noventa pesos) en las cajas de la Tesorería de la UNAM instaladas en el mismo Local de Registro, por derecho al concurso y guía de estudio.
3. Todos los aspirantes que resulten aceptados, deberán comprobar, con certificado original de estudios, haber concluido el ciclo de bachillerato con promedio mínimo de 7.0 (**siete**), al momento de recibir la carta de aceptación.
4. Los aspirantes con estudios previos de normal (realizados antes de 1975), de vocacional de dos años, **CEDUCT** o cursados en el extranjero que resulten aceptados, deberán presentar, además del original de la equivalencia y de la revalidación de estudios, la **Forma F - 69** que expide la Dirección General de Incorporación y Revalidación de Estudios de la UNAM. El trámite de equivalencia o de revalidación de estudios se iniciará a partir del lunes 12 de mayo y deberá quedar concluido a más tardar en agosto del presente año.
5. Los aspirantes que resulten aceptados a las carreras que se imparten en la Escuela Nacional de Música y la de Letras Modernas (Alemanas, Francesas, Inglesas e Italianas), que se imparte en la Facultad de Filosofía y Letras, deberán entregar adicionalmente al certificado de estudios, constancia de acreditación del curso propedéutico o del examen de colocación según sea el caso. Para la carrera de Enseñanza de Inglés que se imparte en la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán, es requisito adicional presentar y aprobar el examen de suficiente dominio de inglés en las fechas que se informarán en el Local de Registro.
6. La Universidad también imparte las carreras de Ingeniería en Telecomunicaciones, Informática, Ingeniería Mecatrónica, Ciencias Genómicas e Investigación Biomédica Básica que no tienen primer ingreso directo;

quienes estén interesados en cursar estas carreras deberán acudir al Local de Registro para mayor información.

**7.** Para los alumnos que solicitan cambio de carrera y/o plantel, procederá el trámite si resultan seleccionados, siempre y cuando su aceptación se realice dentro del plazo de duración del plan de estudios correspondiente a la carrera en la que están inscritos.

**8.** Los egresados de la UNAM que concluyeron y se graduaron de una primera carrera y no satisfagan los requisitos que establece el Reglamento General de Inscripciones para cursar una segunda carrera, podrán presentarse al concurso, en igualdad de condiciones, con el fin de obtener un lugar en alguna de ellas. Deberán acreditar su situación académica con acta de examen profesional, título o cédula profesional.

### **INDICACIONES IMPORTANTES**

**1.** Se incluye una referencia a la demanda y selección del pasado concurso de julio de 2002, con objeto de que los aspirantes cuenten con un criterio más para la elección de la carrera que desean estudiar.

**2.** Se recomienda a los aspirantes utilizar el sistema público de transporte para su llegada al Local. La Universidad proporcionará servicio gratuito de transportación del Metro Universidad al Local de Registro y viceversa.

### **RESULTADOS**

**1.** La relación de todos los aspirantes, de acuerdo al número de comprobante de la **boleta-credencial**, por entidad académica o plantel y por carrera, será publicada el **domingo 27 de Julio de 2003** en un número extraordinario de la Gaceta UNAM que será distribuida en los puestos de periódicos del área metropolitana de la Ciudad de México, los resultados podrán ser consultados en la **dirección electrónica** <http://www.escolar.unam.mx> y en Tramitel a los teléfonos **56 22 55 68 al 72**.

**2.** Si desea conocer el diagnóstico de su desempeño en el concurso, podrá hacerlo por Internet en la dirección electrónica que aparece en el punto número uno; proporcionando el número de folio de su **boleta-credencial** y su fecha de nacimiento.

**Oferta de lugares por Carrera y Plantel  
para el Concurso de Selección de Junio 2003**



**SISTEMA ESCOLARIZADO**



Respecto a los cursos propedéuticos o de homologación el Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación, en particular, no realiza este tipo de cursos. Sin embargo, la FCPyS ofrecía a los alumnos de primer ingreso de sus cuatro licenciaturas, dos cursos propedéuticos: Lenguajes cuantitativos (matemáticas) y Comprensión de lectura y redacción; a estos cursos se invitaba a todos los alumnos, pero no eran de carácter obligatorio. Para el ingreso del año lectivo 2003, los dos cursos fueron sustituidos por uno sólo titulado "Introducción al desarrollo universitario en Ciencias Políticas y Sociales, estrategias de aprendizaje".

<b>CURSOS PROPEDEUTICOS</b>	<b>GRUPOS ALUMNOS</b>		<b>GRUPOS ALUMNOS</b>		<b>GRUPOS ALUMNOS</b>		<b>GRUPOS ALUMNOS</b>	
<b>LECTURA Y REDACCION</b>	<b>2000</b>		<b>2001</b>		<b>2002</b>		<b>2003*</b>	
CIENCIA POLÍTICA Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	6	142	6	142	6	138	6	73
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	12	372	12	372	12	199	12	150
RELACIONES INTERNACIONALES	6	180	6	180	6	185	6	80
SOCIOLOGÍA	4	100	4	100	4	464	4	51
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>794</b>	<b>28</b>	<b>794</b>	<b>28</b>	<b>986</b>	<b>28</b>	<b>354</b>

\*Los cursos propedéuticos fueron cambiados por el curso "Introducción al Desarrollo Universitario en Ciencias Políticas y Sociales, Estrategias de Aprendizaje"

Fuente: Informe de Actividades 2003 de la FCPyS.

<b>CURSOS PROPEDEUTICOS</b>	<b>GRUPOS ALUMNOS</b>		<b>GRUPOS ALUMNOS</b>		<b>GRUPOS ALUMNOS</b>		<b>GRUPOS ALUMNOS</b>	
<b>LENGUAJE CUANTITATIVO (MATEMÁTICAS)</b>	<b>2000</b>		<b>2001</b>		<b>2002</b>		<b>2003*</b>	
CIENCIA POLÍTICA Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	6	126	6	126	6	135	6	73
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	12	386	12	386	12	207	12	150
RELACIONES INTERNACIONALES	6	188	6	188	6	193	6	80
SOCIOLOGÍA	4	114	4	114	4	464	4	51
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>814</b>	<b>28</b>	<b>814</b>	<b>28</b>	<b>999</b>	<b>28</b>	<b>354</b>

\*Los cursos propedéuticos fueron cambiados por el curso "Introducción al Desarrollo Universitario en Ciencias Políticas y Sociales, Estrategias de Aprendizaje"

Fuente: Informe de Actividades 2003 de la FCPyS.

Por otra parte, la Dirección General de Evaluación Educativa de la UNAM, solicita a la Facultad la aplicación de Exámenes de Diagnóstico a los alumnos de primer ingreso a la licenciatura, estos exámenes son de dos tipos: de conocimiento y de español-inglés.

<b>EXAMENES DE DIAGNOSTICO</b>				
<b>EXAMENES DE CONOCIMIENTO</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
CIENCIA POLÍTICA Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	154	206	154	75
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	338	414	338	149
RELACIONES INTERNACIONALES	178	200	178	114
SOCIOLOGÍA	98	117	98	52
<b>TOTAL</b>	<b>768</b>	<b>937</b>	<b>768</b>	<b>390</b>

Fuente: Informe de Actividades 2003 de la FCPyS.

<b>EXAMENES DE DIAGNOSTICO</b>				
<b>ESPAÑOL - INGLÉS</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
CIENCIA POLÍTICA Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	157	204	157	74
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	331	404	331	151
RELACIONES INTERNACIONALES	184	206	184	120
SOCIOLOGÍA	99	117	99	45
<b>TOTAL</b>	<b>771</b>	<b>931</b>	<b>771</b>	<b>390</b>

Fuente: Informe de Actividades 2003 de la FCPyS.

La Facultad ofrece también actividades de bienvenida a los alumnos, destacan las conferencias de bienvenida por parte de las autoridades de la dependencia (incluidos los coordinadores de cada carrera), visita guiada a las instalaciones del plantel, la presentación del coro, bailes de flamenco, tango, hawaiano, etc.; así como la distribución de diversos materiales informativos sobre los servicios que ofrece Facultad a la comunidad estudiantil.

### **Cantidad promedio de alumnos por grupo**

En la carrera de Ciencias de la Comunicación de la FCPyS el promedio de alumnos por grupo durante los primeros cinco semestres, los cuales corresponden a la formación inicial de la carrera, va de 44 a 62 alumnos. En los semestres subsecuentes la variación es mayor, el promedio es de entre 14 y 44 alumnos por grupo, ésto se debe a que existen cinco áreas terminales y la cantidad de alumnos en cada área varía dependiendo de la matrícula por opción, lo cual a su vez, determina el número de grupos programados. Asimismo, cabe señalar que en el caso de los seminarios de tesis el promedio de alumnos por grupo es de 16 alumnos en el primer seminario y, 14 alumnos en el segundo.

Los cuadros que a continuación se presentan incluyen información de los semestres 2002-1, 2002-2 y 2003-1, 2003-2; la razón por la que se tomaron sólo éstos, es porque en el semestre 2002-1 se programó por primera vez el noveno semestre, con lo cual en adelante se programan ya, todos los semestres (del primero al noveno) del Plan de estudios 1997. Los cuadros muestran el número de grupos programados, el total de inscritos y finalmente el promedio de alumnos por grupo.

PROMEDIO DE ALUMNOS POR GRUPO							
Clave	Nombre de la asignatura	Grupos	Inscritos	Promedio	Grupos	Inscritos	Promedio
<b>PRIMER SEMESTRE</b>		<b>Sem. 2002-1</b>			<b>Sem. 2003-1</b>		
1102	Economía y Comunicación	12	618	52	12	646	54
1104	Estado, sistema y poder político	12	616	51	12	640	53
1109	Introducción al estudio de la ciencia	12	621	52	12	632	53
1111	Introducción al estudio del lenguaje	12	622	52	12	645	54
1116	Taller de expresión oral y escrita	12	623	52	12	635	53
1120	Sociedad y comunicación	12	611	51	12	641	53

PROMEDIO DE ALUMNOS POR GRUPO							
Clave	Nombre de la asignatura	Grupos	Inscritos	Promedio	Grupos	Inscritos	Promedio
<b>SEGUNDO SEMESTRE</b>		<b>Sem. 2002-2</b>			<b>Sem. 2003-2</b>		
1206	Geopolítica y comunicación	13	618	48	13	629	48
1209	Introducción a las teorías de la comunicación	13	636	49	13	633	49
1211	Metodología de la investigación en comunicación	13	615	47	13	621	48
1213	Historia de México y de procesos de comunicación I	13	619	48	13	575	44
1216	Taller de redacción	13	619	48	13	614	47
1218	Teoría del discurso	13	621	48	13	628	48

PROMEDIO DE ALUMNOS POR GRUPO							
Clave	Nombre de la asignatura	Grupos	Inscritos	Promedio	Grupos	Inscritos	Promedio
<b>TERCER SEMESTRE</b>		<b>Sem. 2002-1</b>			<b>Sem. 2003-1</b>		
1306	Géneros periodísticos I	11	608	55	11	626	57
1314	Historia de México y de procesos de comunicación II	12	589	49	12	607	51
1315	Psicología y comunicación	11	601	55	11	611	56
1316	Semiótica	11	593	54	11	619	56
1317	Técnicas de investigación en comunicación	11	581	53	11	627	57
1321	Teorías de la comunicación I	11	608	55	11	623	57

PROMEDIO DE ALUMNOS POR GRUPO							
Clave	Nombre de la asignatura	Grupos	Inscritos	Promedio	Grupos	Inscritos	Promedio
<b>CUARTO SEMESTRE</b>		<b>Sem. 2002-2</b>			<b>Sem. 2003-2</b>		
1409	Géneros periodísticos II	13	598	46	12	599	50
1414	Historia de México y procesos de comunicación III	12	609	51	12	595	50
1415	Procesos y técnicas informacionales	12	578	48	12	581	48
1416	Propaganda y opinión pública	12	583	49	12	578	48
1420	Teoría de la imagen	12	587	49	12	600	50
1421	Teorías de la comunicación II	12	589	49	12	584	49

PROMEDIO DE ALUMNOS POR GRUPO							
Clave	Nombre de la asignatura	Grupos	Inscritos	Promedio	Grupos	Inscritos	Promedio
<b>QUINTO SEMESTRE</b>		<b>Sem. 2002-1</b>			<b>Sem. 2003-1</b>		
1503	Discurso audiovisual	9	407	55	9	544	60
1507	Géneros periodísticos III	9	501	56	9	537	60
1515	Historia contemporánea y procesos de comunicación	9	486	54	9	543	60
1516	Publicidad	9	491	55	10	538	54
1519	Taller de diseño de proyectos en comunicación	9	494	55	9	551	61
1523	Teorías de la comunicación III	9	487	54	9	560	62

PROMEDIO DE ALUMNOS POR GRUPO							
Opción Periodismo en los Medios							
Clave	Nombre de la asignatura	Grupos	Inscritos	Promedio	Grupos	Inscritos	Promedio
<b>SEXTO SEMESTRE</b>		<b>2002-2</b>			<b>2003-2</b>		
1601	Análisis de políticas de comunicación	4	118	30	3	107	36
1620	Metodología de la investigación periodística	3	117	39	3	115	38
1621	Planeación y organización de empresas editoriales	3	109	36	3	107	36
1633	Taller de periodismo	4	117	29	4	113	28
<b>SÉPTIMO SEMESTRE</b>		<b>2002-1</b>			<b>2003-1</b>		
1718	Organización de unidades de comunicación	3	84	28	4	115	29
1719	Periodismo gráfico	3	91	30	3	109	36
1720	Periodismo y lenguaje narrativo	3	90	30	3	111	37

1731	Taller de periodismo especializado I	4	91	23	5	111	22
<b>OCTAVO SEMESTRE</b>		<b>2002-2</b>			<b>2003-2</b>		
1813	Periodismo en las unidades de comunicación social	3	90	30	4	96	24
1821	Seminario de tesis I	30	455	15	29	469	16
1824	Taller de corrección de originales	3	90	30	3	101	34
1826	Taller de diseño editorial	3	99	33	3	102	34
1829	Taller de periodismo especializado II	3	99	33	4	105	26
<b>NOVENO SEMESTRE</b>		<b>2002-1</b>			<b>2003-1</b>		
1901	Seminario de tesis II	29	390	13	31	419	14

<b>PROMEDIO DE ALUMNOS POR GRUPO</b>							
<b>Opción Producción Audiovisual</b>							
<b>Clave</b>	<b>Nombre de la asignatura</b>	<b>Grupos</b>	<b>Inscritos</b>	<b>Promedio</b>	<b>Grupos</b>	<b>Inscritos</b>	<b>Promedio</b>
<b>SEXTO SEMESTRE</b>		<b>2002-2</b>			<b>2003-2</b>		
1618	Lenguaje cinematográfico como cultura audiovisual	4	160	40	4	175	44
1625	Principios de construcción dramática y escénica	4	175	44	4	176	44
1630	Taller de apreciación estética y narrativa en los medios	4	160	40	4	183	46
1631	Taller de guión I	5	159	32	5	181	36
<b>SÉPTIMO SEMESTRE</b>		<b>2002-1</b>			<b>2003-1</b>		
1716	Metodología de la investigación periodística en los medios audiovisuales	4	119	30	4	157	39
1730	Taller de guión II	5	108	22	6	166	28
1733	Técnicas de producción y realización radiofónica	5	129	26	5	149	30
1734	Técnicas de producción y realización televisiva	5	105	21	5	154	31
<b>OCTAVO SEMESTRE</b>		<b>2002-2</b>			<b>2003-2</b>		
1806	Diseño y organización de la producción	4	109	27	4	142	36
1821	Seminario de tesis I	30	455	15	29	469	16
1825	Taller de creatividad audiovisual	4	111	28	4	142	36
1831	Taller de producción de radio	6	118	20	6	148	25
1832	Taller de producción de televisión	6	104	17	5	143	29
<b>NOVENO SEMESTRE</b>		<b>2002-1</b>			<b>2003-1</b>		
1901	Seminario de tesis II	29	390	13	31	419	14

PROMEDIO DE ALUMNOS POR GRUPO							
Opción Publicidad							
Clave	Nombre de la asignatura	Grupos	Inscritos	Promedio	Grupos	Inscritos	Promedio
<b>SEXTO SEMESTRE</b>		<b>2002-2</b>			<b>2003-2</b>		
1602	Análisis publicitario	4	138	35	4	128	32
1603	Antropología del consumo	4	137	34	4	132	33
1619	Marco jurídico de la publicidad	3	123	41	4	121	30
1627	Psicología de la publicidad	4	126	32	4	128	32
<b>SÉPTIMO SEMESTRE</b>		<b>2002-1</b>			<b>2003-1</b>		
1704	Comunicación e identidad comunitaria rural	4	137	34	4	126	32
1708	Estrategia de medios	4	123	31	4	134	34
1712	Investigación del mercado	5	132	26	4	124	31
1729	Taller de campañas de publicidad	4	127	32	5	124	25
<b>OCTAVO SEMESTRE</b>		<b>2002-2</b>			<b>2003-2</b>		
1803	Comunicación e identidad comunitaria urbana	4	116	29	4	120	30
1810	Globalización de la comunicación y su impacto social	4	115	29	4	116	29
1821	Seminario de tesis I	30	455	15	29	469	16
1823	Taller de campañas de publicidad social	4	124	31	4	118	30
1833	Taller de creatividad	4	122	31	7	123	18
<b>NOVENO SEMESTRE</b>		<b>2002-1</b>			<b>2003-1</b>		
1901	Seminario de tesis II	29	390	13	31	419	14

PROMEDIO DE ALUMNOS POR GRUPO							
Opción Comunicación Política							
Clave	Nombre de la asignatura	Grupos	Inscritos	Promedio	Grupos	Inscritos	Promedio
<b>SEXTO SEMESTRE</b>		<b>2002-2</b>			<b>2003-2</b>		
1605	Comunicación política	2	48	24	2	41	20
1609	Comunicación y sistema político mexicano	2	46	23	2	44	22
1634	Teoría de las instituciones	2	54	27	2	48	24
1636	Teoría del comportamiento político	2	48	24	2	55	28
<b>SÉPTIMO SEMESTRE</b>		<b>2002-1</b>			<b>2003-1</b>		
1705	Comunicación persuasiva y liderazgo	2	69	35	2	62	31
1721	Planeación estratégica de la comunicación	2	33	17	2	51	25
1725	Procesos culturales y comunicación política en México	2	34	17	2	78	39

1735	Teoría del conflicto y la negociación	2	34	17	2	48	24
<b>OCTAVO SEMESTRE</b>		<b>2002-2</b>			<b>2003-2</b>		
1801	Análisis de la comunicación emergente	2	32	16	2	39	20
1802	Análisis de la información política	2	34	17	3	39	13
1805	Diseño de campañas políticas	2	38	19	2	38	19
1821	Seminario de tesis I	30	455	15	29	469	16
1828	Taller de marketing político	2	5	3	2	34	17
<b>NOVENO SEMESTRE</b>		<b>2002-1</b>			<b>2003-1</b>		
1901	Seminario de tesis II	29	390	13	31	419	14

<b>PROMEDIO DE ALUMNOS POR GRUPO</b>							
<b>Opción Comunicación Organizacional</b>							
<b>Clave</b>	<b>Nombre de la asignatura</b>	<b>Grupos</b>	<b>Inscritos</b>	<b>Promedio</b>	<b>Grupos</b>	<b>Inscritos</b>	<b>Promedio</b>
<b>SEXTO SEMESTRE</b>		<b>2002-2</b>			<b>2003-2</b>		
1606	Comunicación organizacional	3	65	22	3	94	31
1611	Entorno social de las organizaciones	3	69	23	3	96	32
1617	Identidad cultural e identidad corporativa	3	69	23	3	94	31
1635	Teoría de las organizaciones	3	68	23	3	100	33
<b>SÉPTIMO SEMESTRE</b>		<b>2002-1</b>			<b>2003-1</b>		
1702	Asesoría y servicios de comunicación	3	84	28	3	73	24
1707	Diagnóstico de la imagen corporativa	3	87	29	3	78	26
1709	Estrategias de comunicación organizacional	4	87	22	3	76	25
1714	Las organizaciones emergentes	4	81	20	3	78	26
<b>OCTAVO SEMESTRE</b>		<b>2002-2</b>			<b>2003-2</b>		
1807	Diseño de comunicación en las organizaciones	4	77	19	3	63	21
1809	Gestión de la comunicación en las organizaciones	3	74	25	3	63	21
1821	Seminario de tesis I	30	455	15	29	469	16
1827	Taller de imagen	4	76	19	3	66	22
1830	Taller de planeación	4	73	18	3	66	22
<b>NOVENO SEMESTRE</b>		<b>2002-1</b>			<b>2003-1</b>		
1901	Seminario de tesis II	29	390	13	31	419	14

<b>PROMEDIO DE ALUMNOS POR GRUPO OPTATIVAS*</b>				
<b>Clave</b>	<b>Nombre de la asignatura</b>	<b>Grupos</b>	<b>Inscritos</b>	<b>Promedio</b>
<b>OPTATIVAS</b>		<b>Sem. 2003-1</b>		
0064	Políticas públicas en comunicación	1	29	29
0065	Introducción a la fotografía	6	148	25
0090	Estruct. Comunic. en los Mov. Soc.	2	25	13
0351	La historia como reportaje	2	5	3
0393	Literatura y sociedad II	3	53	18
0395	Literatura y sociedad IV	1	15	15
0610	Psicoanálisis y sociedad	2	88	44
0871	Sociología del cine Mex. II	4	29	7
0966	Periodismo por radio	1	7	4
0970	Anal. Difus. De la Imagen en Prod. Aud.	1	27	27
0971	La Inf. Pol. Y la Real. Latin. S XXI	1	36	36
1003	La historia como reportaje	2	45	23
1005	Relaciones públicas	4	133	33
1007	Sociología del cine	6	114	19
1629	Sociols. Urbans. D. A. Cd. De Mex.	1	125	125
2800	Tecnologías de la información y comunicación	1	0	0
<b>OPTATIVAS</b>		<b>Sem. 2003-2</b>		
0053	Clases sociales, ideología y medios de comunicación colectiva	1	1	1
0065	Introducción a la fotografía	1	32	32
0066	Diseño publicitario	2	91	46
0067	Caricatura política	1	6	6
0068	Psicología de las organizaciones	2	43	22
0345	Imagen y periodismo	1	1	1
0383	La industria cultural en México I	1	2	2
0392	Literatura y sociedad I	1	18	18
0642	Periodismo de la ciencia	1	13	13
0755	Sociología del cine	3	7	2
0836	Taller de literatura y periodismo	5	80	16
0870	Sociología del cine I	2	26	13
0959	Derecho a la información	2	28	14
0960	Arte y comunicación	3	104	35
0963	Diagnóstico organizacional	2	10	5
0964	El periodismo realid. Latinoam. S. XX	1	6	6
0965	Estadística para la investigación en comunicación	1	1	1
0966	Periodismo por radio	1	13	13
0967	Periodismo por televisión	3	18	6
0968	Regulación de los medios electrónicos	3	24	8
0969	Teoría de sistemas aplicada a comunicación organizacional	2	20	10
1000	Agencias informativas	2	1	-
1002	Fotografía publicitaria	4	59	15
1003	La historia como reportaje	1	1	1
1004	Prospectiva estratégica	2	23	12
1007	Sociología del cine	5	88	18

\* Se consideraron sólo los semestres 2003-1 y 2003-2 porque en ese año dejaron de programarse materias del plan de estudios anterior, de las cuales varias fueron retomadas como optativas para el nuevo plan.



## Requisitos de permanencia (oportunidades para acreditar una asignatura y periodo para cubrir todos los créditos)

En cuanto a los requisitos de permanencia la Legislación Universitaria establece en el *Reglamento General de Inscripciones* que

los límites de tiempo para estar inscrito en la Universidad con los beneficios de todos los servicios educativos y extracurriculares, serán: cuatro años para cada uno de los ciclos del bachillerato; en el ciclo de licenciatura, un 50% adicional a la duración del plan de estudios respectivo, y en las carreras cortas, las materias específicas deberán cursarse en un plazo que no exceda al 50% de la duración establecida en el plan de estudios respectivo.<sup>44</sup>

Por otra parte, se establece que el tiempo límite para el cumplimiento de la totalidad de los requisitos de licenciatura, será el doble del tiempo establecido en el plan de estudios correspondiente, al término del cual se causará baja en la institución, es decir que si la carrera dura cuatro años y medio, como es el caso de Ciencias de la Comunicación, el alumno tiene como máximo nueve años para poder cubrir los créditos correspondientes.

## Actividades de reconocimiento al buen desempeño académico

Entre las actividades de reconocimiento al buen desempeño académico la FCPyS otorga anualmente *Diplomas de Aprovechamiento* a los alumnos con los tres mejores promedios. Los mejores promedios anuales por generación hasta el semestre 2002-2 son los incluidos en el siguiente cuadro.

ALUMNOS QUE OBTUVIERON DIPLOMA DE APROVECHAMIENTO			
GENERACION	PERIODO	ALUMNO	PROMEDIO
1	1998 2002-1	Juan Gabriel Nadal Palazón	9.91
1	1998 2002-1	Eduardo Fernando Aguado Cruz	9.82
1	1998 2002-1	Ana Cecilia Guadarrama Navarrete	9.82
1	1998 2002-1	Nube Estrada Zepeda	9.78
1	1998 2002-1	Ingrid Jennifer González Torres	9.78
2	1999 2002-2	Georgina Rodríguez Palacios	9.93
2	1999 2002-2	Elizabeth Fabiola Guizar García	9.77
2	1999 2002-2	Claudia Espitia Ortiz	9.75
2	1999 2002-2	Tania Rubio Gamboa	9.75
2	1999 2002-2	Citlaly Aguilar Campos	9.75
3	2000 2002-2	Erica Mora Garduño	9.91
3	2000 2002-2	Daisy Paniagua Saavedra	9.91
3	2000 2002-2	Laura Noemí Pérez Cristino	9.88
3	2000 2002-2	Alejandra Ponce de León Contreras	9.82
4	2001 2002-2	Víctor Núñez Jaime	10.00
4	2001 2002-2	Juan Pablo Anaya Zarco	10.00
4	2001 2002-2	Bárbara Erandy Gutiérrez Nájera	9.91

<sup>44</sup> Artículo 22. "Reglamento General de Inscripciones". Op. cit. Pág. 290.

4	2001 2002-2	Liliana Esmeralda Arellano Vázquez	9.91
4	2001 2002-2	Martha Angélica Santos Ugarte	9.87
5	2002 2002-2	María Elena Hernández Rodríguez	10.00
5	2002 2002-2	Jorge Enrique González Herrera	10.00
5	2002 2002-2	Diana Gutiérrez Pérez	9.83
5	2002 2002-2	María Guadalupe Gómez Velázquez	9.83
5	2002 2002-2	Galvy Ilvey Cruz Valencia	9.83
5	2002 2002-2	Leonardo Alejandro Nájera Rodríguez	9.75
5	2002 2002-2	Oscar Gerardo Martínez Juárez	9.75
5	2002 2002-2	Abigail Gallegos Barragán	9.75
5	2002 2002-2	Cynthia Viviana Talavera Pérez	9.75
5	2002 2002-2	Laura Hanzel Teuffer Zúñiga	9.75

Fuente: Secretaría de Servicios Escolares de la FCPyS.

Asimismo, se otorga la *Medalla Gabino Barreda* a los alumnos que hayan concluido todos los créditos de la carrera con el mejor promedio. En el semestre 2002-1 apenas egresó la primera generación del nuevo plan de estudios, en la licenciatura de Ciencias de la Comunicación el alumno Juan Gabriel Nadal Palazón fue el acreedor a dicha medalla. El otorgamiento de ambos reconocimientos (los diplomas de aprovechamiento y la Medalla Gabino Barreda) se rigen por el *Reglamento del Reconocimiento al Mérito Universitario*, incluido en la Legislación Universitaria.

Otros apoyos a los alumnos son: el Programa de Becas para la Elaboración de Tesis de Licenciatura (PROBETEL), las becas que ofrece Fundación UNAM (económicas y alimenticias) y los apoyos de intercambio académico para cursar asignaturas en otras instituciones de educación superior tanto nacionales, como extranjeras.

INTERCAMBIO ACADÉMICO ESTUDIANTIL					
BECADOS	2000	2001	2002	2003	TOTAL
ESTUDIANTES DE LA FACULTAD EN EL EXTRANJERO	4	11	13	27	55

Fuente: Informe de Actividades 2003 de la FCPyS.

### **Actividades de apoyo al aprendizaje (tutorías, círculos de estudio, programas de alto rendimiento académico, otros)**

Como parte de las actividades de apoyo al aprendizaje se creó en la Universidad el *Programa de Fortalecimiento a los Estudios de Licenciatura de la UNAM*, el cual contempla las estrategias, acciones e instrumentos incluidos en el siguiente cuadro.

<b>Estrategias del Programa de Fortalecimiento a los Estudios de Licenciatura</b>	
<b>ACCIONES</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>
<b>DIAGNÓSTICO</b>	
Detección de alumnos con riesgo de fracaso escolar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistema de seguimiento de avance académico</li> <li>• Diagnóstico de tutores</li> </ul>
Identificación de indicadores sociales, económicos y personales asociados a los diferentes grados de riesgo académico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta piloto</li> </ul>
<b>SISTEMA DE TUTORÍAS</b>	
Tutoría individual y colectiva	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orientación: Institucional, académica y personal</li> <li>• Canalización de alumnos a servicios especializados</li> </ul>
<b>ACTIVIDADES PREVENTIVAS Y REMEDIADORAS</b>	
<p><b>a) Prevención e intervención tempranas, semestres 1° a 3°</b></p> <p>Integración a la institución</p> <p>Atención a las deficiencias en conocimientos y habilidades</p> <p>Apoyo a la permanencia</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación de la Universidad y de la entidad</li> <li>• Cobertura, continuidad, impacto</li> <li>• Información sobre la entidad y las actividades académicas, culturales y deportivas de la institución</li> <li>• Información sobre la carrera</li> <li>• Tutoría individual o colectiva</li> <li>• Cursos propedéuticos de asignaturas críticas</li> <li>• Talleres de habilidades básicas</li> <li>• Orientación personal</li> <li>• Becas</li> </ul>
<p><b>b) Atención a diferentes grados de rezago escolar</b></p> <p>Regularización académica</p> <p>Atención a problemas asociados al rezago escolar</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tutoría individual y colectiva</li> <li>• Cursos de regularización (sabatinos, intersemestrales, SUA, en línea)</li> <li>• Oferta permanente de asignaturas de alta reprobación</li> <li>• Tutoría individual y colectiva</li> <li>• Orientación personal</li> <li>• Becas</li> </ul>
<p><b>c) mejoramiento del egreso y la titulación, semestres 7° a 9°</b></p> <p>Apoyo a los alumnos con rezago recuperable</p> <p>Orientación sobre servicio social y titulación</p> <p>Apoyo para la titulación</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tutoría individual y colectiva</li> <li>• Campaña permanente para promover la titulación</li> <li>• Difusión de opciones de titulación</li> <li>• Difusión del Sistema Universitario de Posgrado</li> <li>• Talleres y seminarios de titulación</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programa de becas para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Proyectos de Investigación</li> </ul>
<p><b>d) Estimulación académica, semestre 1° a 9°</b></p> <p>Orientación académica sistemática</p> <p>Difusión de actividades extraordinarias</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Difusión de programas institucionales específicos (programas para intercambios, becas, otros)</li> <li>Página del alumno, folletos, carteles, campañas de difusión en medios impresos y electrónicos</li> </ul>
<b>ORIENTACIÓN INSTITUCIONAL Y ACADÉMICA</b>	
<p>Fortalecer los mecanismos de información y orientación de las entidades académicas</p> <p>Articular en nuevos formatos la información institucional y académica relevante para el alumno</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Páginas electrónicas de las entidades académicas</li> <li>Folletos</li> <li>Carteles</li> <li>Página del alumnos (UNAM, Facultades y escuelas, trámites escolares, titulación, servicio social, bibliotecas, apoyos o becas, actividades académicas, deportes, cultura, nuestra ciudad)</li> </ul>
<b>MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS ESCOLARES Y BIBLIOTECARIOS</b>	
<p>Optimizar las facilidades para acceder a las bibliotecas universitarias</p> <p>Reforzar la difusión del Sistema Integral de Admón. Escolar</p> <p>Incrementar la automatización de los trámites escolares</p> <p>Mejorar las áreas de la administración escolar</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Credencial única</li> <li>Talleres de búsqueda de información (presenciales y en línea)</li> <li>Digitalización de textos</li> <li>Anuncios en la página del alumno</li> <li>Sistemas en línea en Facultades y Escuelas</li> <li>Talleres para el personal de servicios escolares</li> <li>Campaña de sensibilización</li> <li>Remodelación de áreas</li> </ul>
<b>SEGUIMIENTO ACADÉMICO</b>	
<p>Diagnosticar semestralmente la trayectoria escolar de los alumnos</p> <p>Evaluar proceso y resultados del sistema de tutorías y de las actividades preventivas y remediadoras</p> <p>Identificar los factores asociados al rezago escolar</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sistema de seguimiento de avance académico</li> <li>Guía de evaluación</li> <li>Asesoría técnica</li> <li>Encuesta</li> </ul>

Fuente: Documento del Programa de Fortalecimiento a los Estudios de Licenciatura. UNAM.

El Programa de Fortalecimiento a los Estudios de Licenciatura de la UNAM tiene entre sus estrategias el Sistema de Tutoría, el cual tiene por objeto prevenir y remediar los

problemas ya diagnosticados a través de acciones pedagógicas personalizadas o grupales y así contribuir a la formación integral de los alumnos. Cabe señalar que el Sistema de Tutoría está en vías de ser implementado en la FCPyS.

## 2.6 INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO

La Facultad de Ciencias Políticas y Sociales está ubicada en el circuito Mario de la Cueva de Ciudad Universitaria, cerca de la Zona Cultural de la Universidad. La Facultad está compuesta por seis edificios:

1. Edificio "A", de aulas
2. Edificio "B", de aulas
3. Edificio "C", de gobierno (alberga a la Dirección, la Secretaría General, la Secretaría Administrativa, la Secretaría de Personal Académico, la Secretaría de Planeación y Evaluación, la División de Educación Continua y Vinculación, el área Jurídica, la Coordinación de Extensión Universitaria, un cubículo del sindicato del personal académico) y biblioteca.
4. Edificio "D", Auditorio
5. Edificio "E", de investigación: alberga a la División de Estudios Profesionales, cinco Centros de Estudio por Especialidad, dos Centros de Estudio Interdisciplinarios, la Secretaría de Desarrollo Académico, la Coordinación de Informática, la Coordinación de Idiomas, el Programa de Investigación Social Aplicada y cubículos de investigación.
6. Edificio "F", de Posgrado. En el ala derecha alberga también a la División Sistema Universidad Abierta, las salas audiovisuales, la Coordinación de Servicios Audiovisuales, el Departamento de Difusión, el proyecto de Sala de Videoconferencias. En el ala izquierda se ubica la librería, un laboratorio de cómputo, el archivo, el área de fotocopiado y el almacén.

La FCPyS cuenta con dos estacionamientos: uno para alumnos y otro para profesores.

### **Servicios Bibliotecarios**

La Universidad Nacional Autónoma de México, tiene a la disposición de alumnos, profesores e investigadores y al público en general, los recursos y servicios de información de las 138 Bibliotecas de las Facultades, Escuelas, Colegios, Institutos y Centros de Investigación.

También, a través de dirección electrónica de la Dirección General de Bibliotecas (DGB) [www.dgb.unam.mx](http://www.dgb.unam.mx); se puede tener acceso a los *Catálogos en línea*, que contienen los registros bibliográficos y hemerográficos de los materiales de las bibliotecas de la UNAM y de algunas otras instituciones:

LIBRUNAM: Libros existentes en las 138 bibliotecas de la UNAM .

SERIUNAM: Revistas disponibles en las bibliotecas tanto de la UNAM como de otras instituciones de enseñanza superior y de investigación del país.

TESIUNAM: Tesis de egresados de la UNAM y de las universidades incorporadas  
MAPAMEX: Colecciones de mapas y sus características  
A R I E S : Proyectos de investigación de la UNAM y de instituciones nacionales y extranjeras.  
H E L A : Revistas latinoamericanas disponibles en la biblioteca de la subdirección de servicios especializados de la DGB.

Bases de Datos Latinoamericanas principalmente en Español:

C L A S E : Proporciona referencias bibliográficas de artículos publicados en revistas latinoamericanas especializadas en Ciencias Sociales y Humanidades.  
PERIÓDICA: Permite obtener referencias bibliográficas de artículos publicados en revistas latinoamericanas de Ciencia y Tecnología.

La Facultad de Ciencias Políticas y Sociales cuenta con una biblioteca llamada "Biblioteca Isidro Fabela".

*a) Inventario (número de volúmenes, número de títulos, número de suscripciones a publicaciones periódicas, consulta en línea, CD Rom)*

La Biblioteca "Isidro Fabela" (fundada en 1984) y la hemeroteca de la FCPyS dependen de la Coordinación de Servicios Bibliotecarios y Documentales. Esta Coordinación "es la encargada de atender y satisfacer las necesidades de búsqueda, localización y acceso a la información requerida por los estudiantes, profesores e investigadores."<sup>45</sup> La Coordinación pone al servicio de los usuarios información sobre política, sociología, administración, comunicación, relaciones internacionales y ciencias afines, que apoyan tanto a los programas de estudio de nivel licenciatura y posgrado, como a los diferentes programas de investigación y extensión que se desarrollan en la Facultad.

La Coordinación de Servicios Bibliotecarios y Documentales de la Facultad cuenta con cinco áreas: biblioteca, sección de hemeroteca, sección de consulta, área de orientación académica y área de investigaciones documentales.

**Biblioteca:** Tiene un acervo bibliográfico especializado en Ciencias Sociales, el cual puede ser consultado a través de un catálogo electrónico automatizado. Los libros están colocados en estantería abierta, pueden ser revisados en la sala de consulta o bien ser solicitados para préstamo a domicilio.

**Hemeroteca:** Cuenta con publicaciones periódicas nacionales e internacionales sobre las disciplinas que ofrece la Facultad. Además recibe 14 periódicos de circulación nacional. La estantería es cerrada.

**Sección de consulta:** En esta área se ubican las enciclopedias, los diccionarios y las tesis de licenciatura, maestría y doctorado que han sido elaboradas por los egresados, así como colecciones especiales tales como las publicaciones del INEGI. Es estantería cerrada.

---

<sup>45</sup> Servicios que ofrece tu Facultad. Op. cit. Pag. 15

**Área de orientación académica:** Cuenta con 60 bases de datos nacionales e internacionales en disco compacto con referencia de libros, artículos en periódicos y revistas, tesis, documentos especiales, ponencias de congresos, etc. Algunos con resumen de contenido y otros con texto completo. Aquí se proporcionan listas de referencias bibliohemerográficas por tema y se localiza y reproduce información solicitada por el usuario a un bajo costo.

**Área de investigaciones documentales:** produce la base de datos *MECS (México-Ciencias Sociales)* para facilitar la localización de artículos contenidos en publicaciones periódicas mexicanas en el campo de ciencias políticas y sociales.

La biblioteca ocupa un inmueble de 1,564 metros cuadrados ubicados en el primer piso del Edificio "C". Tanto la biblioteca como la hemeroteca ofrecen sus servicios en un horario de lunes a viernes de 9:00 a 20:00 hrs. y sábados de 9:00 a 15:00 hrs.

<b>DISTRIBUCIÓN DE LA BIBLIOTECA EN METROS CUADRADOS</b>	
<b>ÁREAS</b>	<b>METROS CUADRADOS</b>
Áreas administrativas (jefaturas, procesos menores y técnicos)	218
Áreas de colecciones (estantería)	650
Áreas de servicios (mostrador de atención, área de catálogos, salas de lectura, cubículos de estudio, etc.)	696
<b>TOTAL</b>	<b>1,564</b>

Fuente: Coordinación de Servicios Bibliotecarios. 2003.

Esta biblioteca ofrece servicios tales como: estantería abierta (libros), sala de lectura, estantería cerrada (sala de consulta con tesis, diccionarios y enciclopedias, y hemeroteca), sala para máquinas de escribir, préstamo a domicilio, catálogos en línea, área de no adeudo, servicio de préstamo interbibliotecario, trámite de credencial y servicio de fotocopiado exclusivo para material de la biblioteca.

<b>Acervo de la Biblioteca "Isidro Fabela"</b>				
<b>Rubro</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
Acervo total de volúmenes de libros	100,711	106,340	110,188	113,903
Adquisición de volúmenes de libros	4,989	5,629	3,848	3,715
Adquisición de títulos de libros	2,233	1,734	1,346	1,602

Fuente: Informe de Actividades 2003 de la FCPyS.

<b>Hemeroteca</b>				
<b>Rubro</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
Adquisición de fascículos de revistas	791	2,568	2,106	1,865
Total de Revistas	110,727	100,831	102,937	104,802

Fuente: Informe de Actividades 2003 de la FCPyS.



Es importante señalar que está por iniciar el proyecto de reorganización de la biblioteca “Isidro Fabela” y la hemeroteca, con lo cual la institución busca brindar un mejor servicio a los estudiantes y a la comunidad en general, contar con condiciones adecuadas para la conservación del acervo, mejorar la atención a los lectores e introducir nuevos servicios. En general, la Facultad pretende contar con un centro de información y documentación a la altura del siglo XXI.

***b) Cómo participa el personal docente en la selección del acervo***

Desde el año 2001 la Coordinación de Servicios Bibliotecarios y documentales organiza anualmente una exposición de libros a fin de que los profesores conozcan las novedades en materia de ciencias sociales y sugieran la adquisición de determinados títulos. En el año 2002 se realizaron dos ferias de libros a las que asistieron académicos y estudiantes que hicieron sugerencias para la adquisición de determinados títulos; tomando en cuenta estas sugerencias se compraron 718 títulos (1,910 ejemplares) en la primera feria y 444 títulos (1,666 ejemplares), en la segunda. En el año 2003 solo se realizó una feria y se adquirieron 707 títulos.<sup>46</sup>

Además, de manera permanente en la biblioteca hay una libreta donde la comunidad puede anotar los títulos que no encontraron para sugerencia de adquisición y otras sugerencias.

***c) Perfil del responsable de la biblioteca***

La Facultad de Ciencias Políticas y Sociales no cuenta con un perfil del responsable de biblioteca. El actual responsable de la Coordinación de Servicios Bibliotecarios y Documentales es el Lic. Juan Chavarría Calzada, quien tiene licenciatura en bibliotecología por parte del Colegio de Bibliotecología de la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM. Se ha desempeñado en diversos cargos relacionados con bibliotecas y centros de información.

Entre las principales funciones del Coordinador se encuentran:<sup>47</sup>

- Realizar periódicamente investigación de los avances en el campo de la tecnología y desarrollo de la información y sus posibles aplicaciones en la Coordinación con el objeto de mejorar la calidad de los servicios automatizados.
- Llevar a cabo la planeación y el establecimiento de políticas y procedimientos relacionados con el manejo de los recursos financieros, bibliohermerográficos y documentales; así como del personal adscrito a la Coordinación.
- Realizar una evaluación general del estado que guardan los servicios y materiales de la Coordinación.

---

<sup>46</sup> Informes 2002 y 2003 de la Coordinación de Servicios Bibliotecarios, en carpetas de informes anuales por área. SPyE.

<sup>47</sup> Información proporcionada en la Coordinación de Servicios Bibliotecarios de la FCPyS.

- Establecer convenios de préstamo interbibliotecario, canje y/o donación interinstitucional a nivel nacional.

*d) Estadísticas de utilización*

A continuación se presenta la información relativa a usuarios atendidos en la biblioteca y hemeroteca de la Facultad.

<b>ATENCIÓN A USUARIOS DE LA BIBLIOTECA</b>				
<b>Rubro</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
Población atendida	254,061	301,331	295,697	339,657
Promedio diario de atención de lectores	1,460	1,288	1,338	n.d.
Consultas de libros	762,183	903,993	887,091	1,018,971
Promedio diario de consultas de libros	4,380	3,864	4,014	n.d.
<b>En sala de consulta:</b>				
Diccionarios, enciclopedias, tesis, mapas, etc.	21,985	17,195	16,402	19,379

Fuente: Cuadros estadísticos sobre la FCPyS. SPyE.

n.d. No hay dato

<b>ATENCIÓN A USUARIOS DE LA HEMEROTECA</b>				
<b>Préstamo en hemeroteca</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
Revistas	13,255	17,832	16,446	24,270
Periódicos	46,325	51,946	40,268	52,371

Fuente: Cuadros estadístico sobre la FCPyS. SPyE.

## Cómputo

La FCPyS contó en 2003 con una base instalada de 811 computadoras, 294 impresores y nueve servidores. Asimismo tiene cuatro laboratorios de cómputo para apoyar las actividades académicas de los estudiantes y dónde se atiende a 3,854 alumnos por semana. De estos laboratorios, dos son de uso libre para alumnos, uno es de apoyo a la docencia (se imparten clases) y uno más es para impartir cursos de computación (y algunas asignaturas). Los laboratorios están equipados con un total de 104 computadoras, una impresora con capacidad suficiente para atender la demanda de los dos laboratorios de uso libre, y un scanner. Estos laboratorios tienen un horario de lunes a viernes de 7:00 a 22:00 hrs. y sábados 8:00 a 16:00 hrs.

<b>LABORATORIOS Y SU EQUIPAMIENTO</b>			
<b>UBICACIÓN</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>COMPUTADORAS</b>	<b>CARACTERÍSTICAS DE LAS COMPUTADORAS</b>
EDIFICIO "F"	Uso estudiantes, cursos	27	Pentium III y IV, Internet
SALÓN A-111	Uso docente	30	Pentium III y IV, Internet
SALÓN A-105	Uso libre estudiantes	27	Pentium III y IV, Internet
SALÓN A-106	Uso libre estudiantes	20	Pentium III y IV

Fuente: Informe 2003 de la Coordinación de Informática de la FCPyS. SPyE.

Aunado a los laboratorios de la Facultad, los cuales son para uso de los alumnos de todas las carreras, en el CECC está ubicado el Hyperlab (Laboratorio de Infografía e Interactividad), derivado de un proyecto de investigación de innovación a la docencia, el cual tiene como misión “formar a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación en materia de diseño gráfico, la animación digital y diseño asistido.”<sup>48</sup> El Hyperlab tiene 10 computadoras, dos impresoras, dos scanner, un servidor, un video-proyector y dos lap-top. El horario de atención es de 9:00 a 20:00 hrs.

Asimismo, el Aula Multimedia del Centro (derivada de un proyectos de investigación) tiene a disposición de los estudiantes el siguiente equipo: 12 computadoras, una impresora láser a color, un quemador externo de DVD, un quemador de VCD, 2 televisores, dos reproductores de DVD, un video-proyector y una lap-top. En esta aula se produce el programa de radio del CECC por Internet (ComUnica-Radio), para ello cuenta con el siguiente equipo: una cámara diogital de video, dos cámaras digitales de fotografía fija, un mezclador de audio, tres computadoras, una mezcladora de CD, un reproductor y grabador de mini-disc y cuatro micrófonos.<sup>49</sup>

## Aulas

La Facultad cuenta con 75 aulas distribuidas en dos edificios, el “A” y el “B”, dos de esas aulas tienen características para uso de audiovisuales (salones B002 y B005) y tres son laboratorios de cómputo (salones A105, A106 y A111). A continuación se presenta el número, características y condiciones de las aulas en la FCPyS.

Relación de espacios designados (aulas) para impartir clase Facultad de Ciencias Políticas y Sociales						
No. salones	Salón	Características y condiciones				
		Cupo	Total bancas	Ventilas faltantes	Mesa por profesor Si/No	Silla por profesor Si/No
1	A101	60	53	No	Si	Si
2	A102	60	71	No	Si	Si
3	A103	41	46	No	Si	Si
4	A104	Salón ocupado				
5	A105	LABORATORIO DE CÓMPUTO				
6	A106	LABORATORIO DE CÓMPUTO				
7	A107	41	53	No	Si	No
8	A108	41	41	No	Si	No
9	A109	Salón ocupado				
10	A110	Salón ocupado				
11	A111	LABORATORIO DE COMPUTO				
12	A201	60	58	No	Si	Si
13	A202	60	66	No	Si	Si

<sup>48</sup> Página Web del Hyperlab. hyperlab.politicas.unam..mx.

<sup>49</sup> Información proporcionada en el CECC.

14	A203	41	38	No	Si	No
15	A204	12	4	No	Si	No
16	A205	85	57	1	Si	Si
17	A206*	41	40	No	Si	No
18	A207	41	43	No	Si	No
19	A208	41	44	1	Si	Si
20	A209	41	25	No	Si	Si
21	A210	Salón ocupado				
22	A211	41	32	1	Si	Si
23	A212	41	46	2	Si	Si
24	A301	60	63	No	Si	Si
25	A302	60	68	No	Si	Si
26	A303	41	37	No	Si	Si
27	A304	12	7	No	Si	Si
28	A305	85	86	No	Si	Si
29	A306	41	44	No	Si	Si
30	A307	41	46	No	Si	Si
31	A308	41	45	No	Si	Si
32	A309	41	40	No	Si	Si
33	A310	Salón ocupado				
34	A311	41	41	No	Si	Si
35	A312	41	42	No	Si	Si
36	B001	Salón ocupado				
37	B002*	60	42	No	Si	Si
38	B003	Bodega intendencia				
39	B004	41	44	No	Si	Si
40	B005*	80	60	No	Si	Si
41	B006	85	95	Si	Si	Si
42	B007	30	30	No	Si	Si
43	B008	Salón ocupado				
44	B101	25	25	No	Si	Si
45	B102	25	25	1	Si	Si
46	B103	25	25	No	Si	No
47	B104	41	33	No	Si	Si
48	B105	Salón ocupado				
49	B106	41	33	No	Si	Si
50	B107	85	86	No	Si	Si
51	B108	30	41	No	Si	Si
52	B109	41	41	No	Si	Si
53	B110	Salón ocupado				
54	B111	30	33	No	Si	No
55	B112	41	46	No	Si	No
56	B201	41	45	1	Si	No
57	B202	41	46	No	Si	Si
58	B203	41	41	1	Si	Si
59	B204 y 205	30	24	No	Si	Si
60	B206	41	38	No	Si	No
61	B207	85	86	No	Si	Si
62	B208	41	42	1	Si	No
63	B209	41	38	No	Si	Si
64	B210	Salón ocupado				
65	B211	30	35	No	Si	Si
66	B212	41	42	1	Si	Si
67	B301	60	66	No	Si	Si

68	B302	60	66	No	Si	Si
69	B303 y 304	30	21	1	Si	Si
70	B305	41	31	1	Si	No
71	B306	85	85	5	Si	Si
72	B307	85	88	1	Si	Si
73	B308	Salón tomado				
74	B309	30	33	No	Si	Si
75	B310	41	47	1	Si	Si

Fuente: Secretaría de Servicios Escolares y revisión física.

\*Estos dos salones son para uso audiovisual

Nota: Los salones sombreados están ocupados por miembros del Consejo General de Huelga.

### Cubículos para profesores y su equipamiento

Los cubículos para profesores están ubicados en el edificio "E", este edificio alberga a los Centros de Estudios por Especialidad, a dos Centros de Estudios Interdisciplinarios, a la Coordinación de Informática, a la Coordinación de Idiomas, a la Secretaría de Desarrollo Académico, a la División de Estudios Profesionales y al programa de Investigación Social Aplicada.

En dicho edificio hay 89 cubículos para profesores, 48 cubículos para actividades académico-administrativas, 24 cubículos de investigación, nueve salas de juntas, seis salas de cómputo y dos salas de usos múltiples.<sup>50</sup>

El CECC, ubicado en la planta baja del edificio "E", ala derecha, tiene los siguientes espacios:

<b>CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN</b>	
CUBICULOS PARA PROFESORES	15*
CUBICULOS PARA ACTIVIDADES ACADEMICO-ADMINISTRATIVAS	5
SALAS DE JUNTAS	1
SALAS O LABORATORIOS DE COMPUTO	1
OTRAS SALAS**	1
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>

\*Uno de estos cubículos alberga a dos profesores del Centro de Estudios en Administración Pública.

\*\* Aula Multimedia

De los 28 profesores adscritos al CECC, 20 cuentan con un cubículo para realizar sus actividades y 10 de los 12 técnicos académicos están ubicados en algún cubículo (algunos desarrollan actividades académico-administrativas); los cinco técnicos restantes realizan sus actividades en el área de audiovisuales (foros de televisión, cabinas de radio, isla de edición, etc.) La mayoría de los cubículos ubicados en el Centro de Estudios en Ciencias de

<sup>50</sup> Documento "Estudio cubículos 2001". Secretaría de Planeación y Evaluación de la FCPyS.

la Comunicación son ocupados por dos profesores cada uno. Los cubículos de investigación, ubicados en el tercer piso del edificio "E", son individuales, sobre ellos daremos información detallada en el tema de investigación.

<b>PROFESORES DE CARRERA DEL CECC CON CUBÍCULO</b>			
	<b>NOMBRE</b>	<b>No. DE CUBICULO EN EL CECC</b>	<b>No. DE CUBICULO DE INVESTIGACIÓN</b>
1	AGUILAR PLATA AUREA BLANCA	011	No
2	ALVA DE LA SELVA ALMA ROSA	012	No
3	AVILES SOLIS CARMEN	No	<b>AGENCIA DE NOTICIAS</b>
4	CALVIMONTES Y CALVIMONTES JORGE	003	No
5	CROVI DRUETTA DELIA MARIA	007	No
6	FERNANDEZ CHRISTLIEB MARIA FATIMA	004	No
7	FIGUEIRAS TAPIA FRANCISCO	010	No
8	GARCIA CALDERON CAROLA	005	No
9	GONZALEZ ARRIAGA JOSE ANTONIO	006	No
10	GONZALEZ CASANOVA Y DEL VALLE HENRIQUE	017b	No
11	GONZALEZ REYNA MARIA SUSANA	No	9
12	LOPEZ VILLEGAS VIRGINIA	No	13
13	MEZA BACA ROBERTO ROY	017a	No
14	MOLINA Y VEDIA DEL CASTILLO SILVIA	No	4
15	PEREDO CASTRO FRANCISCO MARTIN	005	No
16	RESENDIZ RODRIGUEZ RAFAEL C.	001	No
17	REYES CASTRO VIRGINIA	012	No
18	ROMERO ALVAREZ MARIA DE LOURDES	017c	No
19	TOUSSAINT ALCARAZ FLORENCE V.	003	No
20	YEPEZ HERNANDEZ MARGARITA	004	No

<b>TÉCNICOS ACADÉMICOS DEL CECC CON CUBÍCULO</b>			
	<b>NOMBRE</b>	<b>No. DE CUBICULO EN EL CECC</b>	<b>No. DE CUBICULO DE INVESTIGACIÓN</b>
1	AMADOR BECH JULIO ALBERTO	007	No
2	CHAVEZ RIVADENEYRA LUCIA	003	No
3	CRUZ ALCALDE MA. ANGELES	013	No
4	DAVALOS OROZCO FEDERICO	018	No
5	GUTIERREZ GONZALEZ EMMA	013	No
6	LOPEZ DE LA C. VALLE CORAL	010	No
7	MUNGUIA RODRIGUEZ FERNANDO	002	No
8	TAPIA CAMPOS MARTHA LAURA	011	No
9	SÁNCHEZ ARROYO JACQUELINE	015	No
10	TREJO AGUILAR MARTHA ERIKA	015	No

Respecto al equipamiento de los cubículos, estos tienen escritorio, silla, computadora y nodo para acceder al sistema de red de la Facultad e Internet. Algunos otros tienen, adicionalmente, alguna gaveta o archivero.

La Facultad no cuenta con salas para profesores de asignatura, sin embargo todos los profesores pueden hacer uso de las instalaciones de su Centro de adscripción como salas de juntas, salas de cómputo, etc.

### **Auditorios, salas audiovisuales y de teleconferencias<sup>51</sup>**

La FCPyS cuenta con el **Auditorio Ricardo Flores Magón** el cual tiene una capacidad para 320 personas y tiene el siguiente equipo:

- 3 Micrófonos alámbricos
- 2 Micrófonos inalámbricos
- 4 Bafles de 15 pulgadas c/u
- 1 Amplificador
- 1 Deck
- 1 Mezcladora de 12 canales
- 1 Equipo de monitoreo en cabina

En el edificio “F” se encuentran tres **salas**, la Fernando Benítez, la Lucio Mendieta y la Isabel y Ricardo Pozas equipadas de la siguiente manera:

#### **Fernando Benítez**

#### **Lucio Mendieta**

Capacidad de 95 personas sentadas en cada una

- 2 Micrófonos alámbricos
- 1 Sistema de 2 bocinas para sala
- 1 Amplificador de 4 entradas
- 1 Videocasetera en formato VHS
- 1 Videocasetera en formato Beta
- 1 Deck
- 1 Televisión de 27 pulgadas

**Isabel y Ricardo Pozas** (Esta sala funciona también como sala de videoconferencias)

Capacidad de 90 personas sentadas

- 2 Micrófonos alámbricos
- 1 Micrófono Inalámbrico
- 1 Sistema de 2 bocinas para sala
- 1 Amplificador
- 1 mezcladota de 16 canales

---

<sup>51</sup> La información sobre este tema fue proporcionada por la Coordinación de Servicios Audiovisuales de la FCPyS.

- 1 Videocasetera en formato VHS
- 1 Videocasetera en formato Beta
- 1 Deck
- 2 Televisores de 27 pulgadas
- 1 monitor de 7 pulgadas
- 1 puente de monitoreo de 4 pantallas de 5"
- 1 CODEC Sony PCS-3000
- 1 Cámara robótica Sony

En el edificio "B" hay dos salones audiovisuales:

**Salón B-002** con capacidad de 42 personas tiene el siguiente equipo:

Pantalla eléctrica de 210 cms.

1 monitor de 26 pulgadas

Cortinas para oscurecer el salón

**Salón B-005** con capacidad de 60 personas tiene el siguiente equipo:

Pantalla de 180 cms.

1 monitor de 26 pulgadas

Cortinas para oscurecer el salón

La FCPyS tiene una Coordinación de Servicios Audiovisuales, área adscrita al CECC, la cual apoya el proceso de enseñanza-aprendizaje con equipo audiovisual. El objetivo de dicha Coordinación es "proporcionar apoyo técnico y docente para que los alumnos se capaciten en el manejo de los recursos audiovisuales e incorporen estos conocimientos como parte integral de sus actividades académicas en todas las carreras que se imparten en la Facultad."<sup>52</sup> Así, los estudiantes de Ciencias de la Comunicación tienen, además de los servicios mencionados arriba, los siguientes:

#### *Videoteca*

Atiende las solicitudes de material videográfico elaborado por profesores y alumnos de la Facultad, actualmente tiene más de 200 títulos disponibles. En esta área se tramita el préstamo de equipo para salas, salones y auditorio: proyector de acetatos, proyector de transparencias, proyector de cuerpos opacos, pantallas, radiograbadoras, televisiones, videocaseteras VHS, videocaseteras Beta, minicomponente, proyector de 16 mm.

#### *Talleres de televisión, edición, radio, fotografía y diaporamas*

La Coordinación de Servicios Audiovisuales, proporciona el servicio de talleres de Televisión, Edición, Radio, Diaporamas y Fotografía en los laboratorios que están ubicados en el Edificio "F" planta baja. Esta Unidad proporciona asistencia técnica para que los alumnos se capaciten en el uso y manejo de los recursos audiovisuales y los incorporan a su formación profesional. El acceso a estos servicios es sin costo alguno para el alumno

---

<sup>52</sup> Documento sobre los servicios que proporciona la Coordinación de Servicios Audiovisuales de la FCPyS. 2003. Pag. 1



siempre y cuando, cubra los requisitos solicitados. La Coordinación de Servicios Audiovisuales se ubica en la planta baja del edificio "F" de la Facultad. El horario de atención es de 7:00 a 15:00 y de 16:00 a 21:30 horas. Los servicios que ofrece esta área se describen en el siguiente cuadro:

TALLERES DE TELEVISION, EDICION, RADIO, FOTOGRAFÍA Y DIAPORAMAS			
SERVICIOS	ÁREA	EQUIPAMIENTO	REQUISITOS
<b>TELEVISIÓN</b>			
Los estudios de televisión "A" y "B" cuentan con un foro, una cabina de producción y una cabina de audio.	<b>ESTUDIO DE T.V.</b>	- 3 cámaras. - Micrófonos. - Monitor de piso. - Parrilla de Iluminación. - Foro de 90 mts. cuadrados aislado acústicamente	1. Ser alumno de séptimo u octavo semestre de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación. 2. Presentar el guión original y copia hecho a maquina con la firma del profesor titular de la materia. 3. La tolerancia para cualquier servicio es de 15 min., al término de los cuales el servicio será cancelado.
	<b>CABINA DE PRODUCCIÓN</b>	- 3 monitores de selección - Monitor preview - Monitor master - Switcher Fader -Control remoto de iluminación - Micrófono de intercomunicación - Videgrabadora formato U- Matic ¾"	
	<b>CABINA DE AUDIO</b>	- 1 mezclador de audio 8 canales - 1 reproductor de audiocassettes - 1 reproductor de C.D.	
	<b>EDICION</b>  Hay cuatro islas de edición, tres lineales y una de Edicion No-Lineal	<b>Edicion 1</b> 3 monitores 2 VTR de ¾ U-matic 1 VTR S-VHS 1 Mixer de audio 1switcher DFS-500 Sony 1Control de edición PVE-500 Sony <b>Edicion 2</b> 3 monitores 2 VTR de ¾ U-matic 1 VTR S-VHS 1 Mixer de audio 1generador de efector digitales DME -450 Sony 1Control de edición PVE-500 Sony <b>Edicion 3</b> 3 monitores 1 Forma de onda Magni 1 VTR formato DVC-PRO Panasonic 1VTR de ¾ Sony 1 VTR S-VHS JVC 1switcher FXE-100 Sony <b>Edicion 4 NO-LINEAL</b> 1 monitor 1 VTR MINIDV 1 Editor no Lineal REEL TIME de PINNACLE	

<b>RADIO</b>			
Las cabinas de radio son dos y cuentan con equipo para realizar un programa radiofónico de calidad profesional.	<b>CABINAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 grabadora de carrete abierto ¼ pulgada</li> <li>- 1 reproductora de carrete abierto ¼ pulgada</li> <li>- 1 reproductor de disco compacto (CD)</li> <li>- 2 Deck de cassettes</li> <li>- 1 mezclador de audio</li> <li>- 2 micrófonos (instalados en el estudio)</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ser alumno de séptimo u octavo semestre de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.</li> <li>2. Presentar el guión original y copia hecho a maquina con la firma del profesor titular de la materia. Es indispensable que el solicitante se presente con el material completo y calificado.</li> <li>3. Se asignara únicamente 2 horas para la grabación.</li> <li>4. La tolerancia para cualquier servicio es de 15 min., al termino de los cuales el servicio será cancelado.</li> </ol>
<b>LABORATORIO DE FOTOGRAFÍA</b>			
Dos laboratorios de impresión y uno de revelado	Laboratorio con equipo para realizar practicas en exteriores e interiores	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 4 Ampliadoras en B/N</li> <li>- 5 Ampliadoras de color</li> <li>-1 Tripie</li> <li>- Kit de iluminación (Multiblitz)</li> <li>- Kit de iluminación Bowens</li> <li>- Exposímetro digital</li> <li>- Campanas con bombillas</li> <li>- Cámara Mamilla 120 mm.</li> <li>- Analizador de color.</li> <li>- Matraces, pinzas, charolas, etc.</li> </ul>	<p>Para solicitar tiempos para el laboratorio de fotografía, deberá dirigirse a área de talleres y cumplir con los siguientes requisitos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Para el servicio y préstamo del equipo se requiere presentar la credencial vigente (resellada) de la UNAM al solicitarlo.</li> <li>2. Toda persona que desee usar el taller de fotografía deberá solicitarlo con una semana de anticipación y sujetarse al tiempo que se le haya asignado.</li> <li>3. Los alumnos que soliciten este servicio deberán ser instruidos por sus profesores o adjuntos en el cuidado del instrumental; de lo contrario no podrán hacer uso de las instalaciones.</li> <li>4. Cada estudiante deberá traer su propio material de trabajo (químicos, papel, etc.) y será responsable de su uso y almacenamiento.</li> <li>5. Para la asignación de horarios se dará preferencia a los alumnos inscritos a la materia de: "Imagen y Periodismo", así como a otros cuyo trabajo así lo requiera y presenten su solicitud a esta Coordinación.</li> </ol>
<b>DIAPORAMAS</b>			
El área de Diaporamas cuenta con una sala para realizar programas audiovisuales	<b>DIAPORAMAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 3 proyectores de transparencias</li> <li>- 2 mesas de luz</li> <li>- sincrograbadora para 2 o 3 proyectores</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Presentar el guión original y copia hecho a maquina con firma de profesor titular de la materia, con la grabación del programa ya musicalizado en formato 1/8" (audio cassette) tipo 1.</li> <li>2. Se asignaran únicamente 2 horas para pulsar.</li> <li>3. La tolerancia para cualquier servicio será de 15 min., al término de los cuales el servicio será cancelado.</li> </ol>

Fuente: Coordinación de Servicios Audiovisuales.

## **Instalaciones deportivas y culturales**

En la Facultad existe un Departamento de Actividades Deportivas, el cual se encarga de la difusión de las actividades programadas por la UNAM y organiza los equipos deportivos para las competencias interfacultades.

Cabe señalar que la Facultad cuenta con una cancha de básquetbol que es habilitada también como cancha de fútbol rápido, además los alumnos pueden acceder a las instalaciones deportivas de la universidad: alberca, frontón, canchas de básquetbol, voleibol, fútbol, atletismo, boxeo, artes marciales etc.

En el caso de las instalaciones culturales, en la Facultad sólo se cuenta con una librería y el lobby del edificio "F" y del auditorio "Ricardo Flores Magón" son utilizados para montar exposiciones fotográficas, de pinturas, etc., sin embargo, la universidad cuenta con una gran diversidad de instalaciones culturales, la más grande de ellas es el Centro Cultural Universitario en donde los estudiantes tienen una gran variedad de actividades culturales y recreativas a las cuales asistir. Asimismo tiene museos, librerías, espacios al aire libre para visitar, entre otras atracciones.

## 2.7 INVESTIGACIÓN

### **Políticas, programas institucionales y presupuesto adecuado<sup>53</sup>**

La transformación de las Coordinaciones de Carrera en Centros de Estudios por Especialidad y la creación de una Coordinación de Investigación al interior de cada Centro, fue emprendida a partir del reconocimiento de los siguientes elementos:<sup>54</sup>

- ❖ La investigación es tarea fundamental de la Facultad y a ella destina buena parte de sus programas y recursos.
- ❖ La investigación en la institución recibe todo el apoyo disponible y tiene una alta productividad.
- ❖ Las coordinaciones de carrera, como venían operando, carecían de los atributos suficientes para impulsar la investigación, articularla con la vida académica, vincularla debidamente con otras instancias, así como asegurarle una presencia adecuada en la sociedad.
- ❖ La creación de nuevos centros de estudios se propone impulsar la vida académica y la presencia de la Facultad.
- ❖ Los nuevos centros se conciben como espacios que articulen los proyectos de investigación que ya se desarrollan en la institución y que impulsen nuevos proyectos colectivos.
- ❖ Estos espacios pueden ser importantes para vincular la investigación con la docencia y de hecho para impulsar la innovación en la docencia.

Asimismo, a fin de intensificar la investigación que se desarrolla en la Facultad, coordinarla de manera más efectiva y fomentar la investigación colegiada, inició actividades el *Consejo Interno de Investigación*, cuyos propósitos son

...fungir como órgano interno de coordinación para estimular y favorecer las actividades de investigación que se llevan a cabo en la Facultad, orientando el desarrollo de éstas al mejoramiento de la docencia y la formación de profesionales altamente capacitados e impulsar la vinculación entre comunidades intelectuales, así como la divulgación del conocimiento sobre la sociedad y la difusión de la cultura.<sup>55</sup>

De acuerdo al Reglamento del Consejo, éste debe estudiar y evaluar los proyectos y productos de investigación de la Facultad -incluidas tesis de licenciatura y Posgrado- para promover la coordinación y articulación institucional de los diversos proyectos; proponer temas, líneas y campos de investigación acordes a las necesidades de la institución.

El Consejo de Investigación está integrado por:<sup>56</sup>

---

<sup>53</sup> La información sobre los programas de financiamiento institucionales a proyectos de investigación fue extraída de las convocatorias de cada programa.

<sup>54</sup> Documento "Acuerdo para la transformación de las Coordinaciones en Centros de Estudio". Secretaría de Planeación y Evaluación de la FCPyS.

<sup>55</sup> Documento "Reglamento del Consejo Interno de Investigación de la FCPyS". Secretaría de Planeación y Evaluación de la FCPyS. Pág. 1

<sup>56</sup> Informe de Actividades 2002 de la FCPyS. SPyE. Pág. 20.

- ❖ El Secretario General de la Facultad
- ❖ Los jefes de las distintas divisiones, de Posgrado, de Estudios Profesionales, de Universidad Abierta y de Educación Continua y Vinculación
- ❖ Los coordinadores de los Centros de Estudios Interdisciplinarios (Centro de Estudios Latinoamericanos, el Centro de Estudios Básicos en Teoría Social, el Centro de Estudios en Opinión Pública y el Centro de Estudios Europeos)
- ❖ Los coordinadores de investigación de los Centros de Estudios por Especialidad, o sea el de Administración Pública, el de Ciencias de la Comunicación, el de Estudios Políticos, el de Relaciones Internacionales y el de Estudios Sociológicos.

El Reglamento del Consejo Interno de Investigación establece que: para el desempeño de sus funciones el Consejo debe contar con la asistencia del Secretario de Desarrollo Académico de la Facultad, quien es el secretario del Consejo y tiene a su cargo la ejecución y el seguimiento de los acuerdos. En cuanto al funcionamiento del Consejo Interno de Investigación, éste debe sostener cuando menos tres reuniones ordinarias anuales, a principios del año con el fin de formular el programa de investigación de la Facultad, a mediados del año para evaluarlo y a finales del año para informar de los resultados. Asimismo, se pueden realizar tantas reuniones extraordinarias como sea necesario para llevar a cabo las actividades acordadas.

La Secretaría General de la UNAM a través de la Dirección General de Asuntos del Personal Académico (DGAPA) publica anualmente las convocatorias de los programas de financiamiento a proyectos de investigación que ofrece la Universidad. Estos programas son: Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica (PAPIIT), Programa de Apoyo a Proyectos Institucionales para el Mejoramiento de la Enseñanza (PAPIME). La UNAM también ofrece el Programa de Becas para la Elaboración de Tesis de Licenciatura (PROBETEL), programa en el que se pueden inscribir los proyectos de profesores de carrera que requieren de la participación de becarios para el desarrollo de su investigación.

El PAPIME es un programa de apoyo dirigido a proyectos de investigación que propongan la generación de experiencias prácticas docentes, mediante el diseño y la aplicación de innovaciones tecnológicas, proyectos que deben incidir en el mejoramiento de las actividades docentes a partir de las siguientes temáticas:

- a) creación de metodología educativas innovadoras
- b) Desarrollo, adaptación y modernización de tecnología apropiadas a la práctica docente
- c) Producción y edición de materiales educativos
- d) Evaluación y modificación de planes y programas de estudio
- e) Diseño y generación de nuevos modelos educativos

Este programa apoya hasta en un 50% la inversión para adquirir infraestructura en equipo e instrumental y el otro 50% lo pondrá la entidad académica. Pueden tener una duración máxima de 36 meses divididos en periodos de 12 meses.<sup>57</sup>

El PAPIIT está dirigido a proyectos de investigación que propongan una línea de investigación original y de alta calidad en el área o campo académico del investigador, deben proponer aportaciones tecnológicamente válidas y respaldadas por un conocimiento teórico y empírico. En estos proyectos se debe incluir a un corresponsable y un alumno que aspire a obtener una licenciatura, maestría y doctorado como producto de su participación en el proyecto. En el caso del PAPIIT el profesor responsable debe tener al menos categoría y nivel Asociado "C" y tener mínimo nivel "B" en el PRIDE. Estos proyectos pueden tener una duración mínima de dos años y máxima de tres sujeta a evaluaciones anuales y de dicha duración depende el monto financiero asignado.<sup>58</sup>

Los recursos asignados en ambos programas pueden ser usados de acuerdo a partidas tales como honorarios por servicios profesionales para apoyo académico, viáticos para el personal, gastos de trabajo de campo, edición de libros, entre otros.

En la Facultad también se difunde la convocatoria anual del CONACYT para el apoyo a proyectos de investigación básica.

Cabe señalar que independientemente de los programas de apoyo que ofrece la UNAM para realización de proyectos de investigación algunos proyectos pueden ser financiados por otras instancias de la UNAM, por ejemplo el Programa de Apoyo a Estudios de Posgrado (PAEP). De igual forma existen proyectos de investigación financiados por instituciones externas como la UNESCO.

Los mecanismos de difusión de las formas institucionales de financiamiento para el desarrollo de proyectos son: oficios, correo electrónico, llamadas telefónicas y carteles dirigidos a los profesores de la Facultad.<sup>59</sup> Asimismo, la Secretaría de Desarrollo Académico de la Facultad se encarga de orientar a los profesores que busquen apoyo financiero para sus proyectos de investigación.

En el año 2003 la Facultad contaba con 171 proyectos de investigación, entre ellos se encuentran los proyectos financiados por programas institucionales, pero también las investigaciones que algunos profesores desarrollan de forma independiente.<sup>60</sup>

La FCPyS cuenta con 62 líneas de investigación sobre las cuales se desarrollan los diferentes proyectos de investigación del personal académico. Por supuesto en estas líneas están incluidas varias relacionadas con la comunicación. El contar con líneas de

---

<sup>57</sup> Convocatoria PAPIIME 2002.

<sup>58</sup> Convocatoria PAPIIT 2002.

<sup>59</sup> Informe 2002 de la Secretaría de Desarrollo Académico de la FCPyS, en carpeta de informes por área. SPyE.

<sup>60</sup> Datos proporcionados por la SPyE de la FCPyS.

investigación, asegura que la investigación que realizan los profesores de la Facultad sea pertinente para la institución.

<b>LINEAS DE INVESTIGACIÓN DE LA FCPYS</b>
1. Administración Pública
2. América Latina
3. Comunicación Política
4. Comunicación e indigenismo
5. Comunicación y Lenguaje
6. Comunicación y Salud
7. Cultura (Educación, comunicación y creación cultural)
8. Democracia y Partidos Políticos
9. Democracia ( Estado, instituciones, participación política y participación ciudadana)
10. Docencia en ciencias sociales e informática
11. Derechos Humanos (investigación para la paz, democracia y D.H.)
12. Desarrollo (economía y política)
13. Desarrollo y participación social
14. Economía nacional
15. Educación superior
16. Estado (la política, instituciones y participación política)
17. Estudios de género
18. Estudios de Prospectiva
19. Evaluación de los aprendizajes
20. Empresas y empresarios
21. Filosofía política y filosofía moral
22. Filosofía y teoría política
23. Filosofía y teoría política contemporánea
24. Geopolítica
25. Globalización económica y política
26. Historia contemporánea
27. Historia de México
28. Identidades culturales
29. Identidades multiculturales (lo político, actores, movimientos y participación social)
30. Industrialización, tecnología y empresas (economía y política)
31. Investigación para la docencia
32. Las Américas y el Caribe el capitalismo mundial (economía y política)
33. Legalidad y violencia
34. Literatura y sociedad
35. Medio ambiente y pobreza (economía y política)
36. Movimientos sociales (lo político: actores, movimientos, sujetos políticos, participación social y política)
37. Partidos políticos y elecciones
38. Periodismo
39. Planes de Estudio y Evaluación Docente
40. Política exterior (relaciones, instituciones e integración económica)
41. Política cultural
42. Políticas gubernamentales (estado, instituciones y participación política)
43. Procesos Globales y Política Exterior
44. Producción (cine, radio y televisión)
45. Relaciones México – EEUU

46. Sistemas políticos
47. Sociología de la educación
48. Sociología del cine
49. Sociología del trabajo
50. Sociología Jurídica
51. Sociología rural
52. Sociología Urbana
53. Sociología y antropología
54. Sociología y sexualidad
55. Sujetos políticos (lo político, actores, movimientos y participación)
56. Técnicas de investigación (cuantitativa y cualitativa)
57. Teoría de las relaciones internacionales
58. Teoría Sociológica
59. Teoría y filosofía política
60. Teoría y práctica de la comunicación
61. Teoría y metodología
62. Violencia (política, legalidad, actores)

Fuente: Secretaría de Desarrollo Académico de la FCPyS.

### Personal académico e infraestructura

Un número importante de profesores del Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación realiza actividades de investigación. El cuadro siguiente muestra los proyectos de investigación que tienen financiamiento institucional y en algunos casos de instituciones ajenas a la UNAM, pero debemos mencionar que también hay profesores que desarrollan investigación por su cuenta.

Proyectos de Investigación del personal académico del Centro de Estudios de la Comunicación 1998-2003					
Proyecto	Responsable (s)	Fecha/Duración	Financiamiento	Tipo de investigación	Espacio
Mujer y ciencia en México: un acercamiento a su estudio. Participación y creatividad de la investigación científica de medicina, Física, Antropología Social y Agronomía	López Villegas Virginia	1999-2001	Conacyt	Teórico aplicada	Cubículo 13 Ala izquierda Edificio E Tercer piso
Identidad e intolerancia	Molina y Vedia del Castillo Silvia Inés	1999-2003	Conacyt	Teórico aplicada	Cubículo 4 Ala derecha Edificio E Tercer piso
Identidad e intolerancia	Molina y Vedia del Castillo Silvia Inés	1998-2001	PAPIIT	Teórico aplicada	Cubículo 4 Ala derecha Edificio E Tercer piso
Seminario de semiología de la cultura: significado del espacio escénico	Goutman Bender Ana Adela	1999-2001	PAPIIT	Teórico aplicada	



México ante la sociedad de la información y el conocimiento	Crovi Druetta Delia María Toussaint Alcaraz Florence	2001-2004	PAPIIT	Teórico aplicada	Cubículo 007 CECC
Taller de producción multimedia, prácticas periodísticas y de servicios informativos para prensa.	Reséndiz Rodríguez Rafael	1997-2000	PAPIME	Para la docencia	Cubículo 001 CECC
Historia y procesos de comunicación	Aguilar Plata Aurea Blanca	1998-2000	PAPIME	Para la docencia	Cubículo 011 CECC
Creación de un aula multimedia para impartir el Taller de Producción multimedia	Del Valle Osorio Federico	1999-2001	PAPIME	Para la docencia	Aula Multimedia ubicada en el CECC
Sala de redacción, agencia informativa y periódico estudiantil.	Avilés Solís Carmen	1999-2003	PAPIME	Para la docencia	Cubículo 7 Ala derecha Edificio E Tercer piso
Antología multimedia del lenguaje cinematográfico	Del Valle Osorio Federico	1999-2003	PAPIME	Para la docencia	
Historia y procesos de comunicación en México 1998-2000	Aguilar Plata Aurea Blanca	(2000) 2001	Presupuesto directo (UNAM)		Cubículo 011 CECC
La expansión de la conciencia social	Delhumeau Arrecillas Antonio	(1999) 2001	Presupuesto directo (UNAM)		
Identidad y tolerancia en el PRI (caso del Estado de México)	Molina y Vedia del Castillo Silvia Ines	2001	Instituciones privadas no lucrativas		Cubículo 4 Ala derecha Edificio E Tercer piso
Publicidad y globalización	García Calderón Carola	2001	Presupuesto directo (UNAM)		Cubículo 005 CECC
En pos de la Tolerancia: un método de inducción en niños de edad escolar	Dra. Silvia Molina y Vedia Dra. Susana González Reyna	2003	PAPIIT	Teórico aplicada	Cubículo 4 Ala derecha Edificio E Tercer piso
Modalidades para la enseñanza virtual de las ciencias de la comunicación	Dr. Rafael Reséndiz Rodríguez	2003	PAPIME	Para la docencia	Cubículo 001 CECC

Fuente: Cuadros estadísticos 1996-1999 de la FCPyS e Informes 2000-2003 de la Secretaría de Desarrollo Académico.

La Facultad cuenta con 24 cubículos de investigación para apoyar a profesores con proyectos de investigación, estos cubículos fueron construidos en 1998 en el tercer piso del edificio "E", cuatro de ellos están asignados a profesores adscritos al Centro de Estudios

en Ciencias de la Comunicación. Por su parte, el Centro tiene 15 cubículos ocupados por profesores de carrera y técnicos académicos quienes realizan actividades de investigación y/o actividades de apoyo académico.

En el área de cubículos de investigación está ubicada la Agencia Universitaria de Noticias producto del proyecto de investigación "Sala de redacción, agencia de noticias y periódico estudiantil" financiado por PAPIME. Asimismo, al proyecto con financiamiento PAPIME "Creación de un aula multimedia para impartir el Taller de Producción multimedia" se le asignó un espacio en el CECC.

Respecto a los productos derivados de los proyectos de investigación PAPIME del CECC, entre el año 2000 y el 2003, el cuadro siguiente muestra los resultados.

PRODUCTOS DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN PAPIME DE PROFESORES DEL CECC			
NOMBRE DEL PROYECTO	RESPONSABLE	DURACIÓN	PRODUCTOS
Antología multimedia del Lenguaje Cinematográfico	Del Valle Osorio Federico	2000-2003	<b>Base de datos:</b> "Fichas de películas de la Antología Multimedia", <b>Material filmico</b> copiado en CD-rom y VHS
Creación de un aula para impartir el Taller de Producción Multimedia	Del Valle Osorio Federico	2000-2001	Acondicionamiento del Aula para impartir el Taller Multimedia
Historia y procesos de Comunicación	Aguilar Plata Aurea Blanca	1998-2000	<b>Antología</b> "Historia y procesos de Comunicación" (en CD Rom), <b>4 cuadernos</b> de investigación, Cursos: "Estilos de aprendizaje", "Actualización: Ciencias Sociales e Interdisciplina", Base de datos: "Índice hemerográfico sobre medios en México", Materiales fotográficos: "La imprenta y el periodismo en México", Audio: "La radio en sus orígenes", Video: "El cómic en México", Seminario: "Historia e interdisciplina"
Sala de redacción. Agencia Informativa y periodismo estudiantil	Avilés Solís Carmen	2000-2003	Libro: "Relatos periodísticos", Cuaderno: "De universitarios y algo más...AUNAM: los primeros pasos", Manual: "Organización, estilo y código de ética", <b>Periódico:</b> "Círculo Universitario", Videos: "Tecocomulco. Entre el rescate y la devastación", "Presentación de AUNAM en el Palacio de Minería, en el marco del 450 Aniversario de la UNAM y de los 50 años de la FCPyS", Página Web: "AUNAM", <b>Archivo de fotografías UNAM</b> , <b>"Carpeta informativa</b> para medios sobre la creación, objetivos y

			actividades de AUNAM"
Taller de producción multimedia, práctica periodísticas y de servicios informativos para prensa	Reséndiz Rodríguez Rafael	1998-2001	<p><b>Cursos:</b> "La lógica de funcionamiento de Windows 95", "Page Marker", "Expresividad de la imagen", "Planeación de la producción", "Introducción a las bases de datos", "Curso de 3-D Max", "Authorware", "Capacitación en cómputo", "Páginas Web". "Bases de datos", "Power Point", "Indización de información de actualidad", "Front Page", <b>Página Web:</b> "hyperlab", <b>CD-Rom:</b> "Ciencias de la Comunicación, 50 años", <b>Base de datos:</b> "Información de actualidad sobre las industrias culturales", <b>Material fotográfico:</b> "Vía Luz", <b>Video:</b> "Curso de Teoría de la Imagen", <b>Propuesta de titulación:</b> "Producto multimedia", <b>Guía:</b> "Procesos y técnicas informacionales", <b>Tríptico:</b> "Portafolios fotográfico", <b>Revista digital:</b> "Asignatura pendiente", <b>Presentación digital:</b> "Plan de estudios de C.C."</p>

Fuente: Reporte de productos de proyectos de investigación PAPIME. Secretaría de Desarrollo Académico de la FCPyS.

## 2.8 VINCULACIÓN Y EDUCACIÓN CONTINUA

### Relación de convenios firmados con empresas y autoridades para servicio social y prácticas profesionales.

#### *Servicio Social*

El Servicio Social es un requisito que los egresados deben cubrir para poder titularse y este requisito está normado por el *Reglamento General del Servicio Social de la UNAM*, el cual establece en su Artículo 4 que: “el servicio social tiene por objeto: I. Extender los beneficios de la ciencia, la técnica y la cultura a la sociedad; II. Consolidar la formación académica y capacitación profesional del prestador del servicio social; III. Fomentar en el prestador una conciencia de solidaridad con la comunidad a la que pertenece”.

En el Servicio Social se deben cubrir un total de 480 horas y debe realizarse en un periodo de tiempo no menor a seis meses, ni mayor a dos años. Una de las características más importantes del Servicio Social es el vínculo que establece entre los egresados y el campo laboral.

La FCPyS contó en 2003 con 914 programas de servicio social para las cinco carreras, mismos que están a disposición de los alumnos en la página de Internet [www.serviciosocial.unam.mx](http://www.serviciosocial.unam.mx) para que los interesados puedan elegir el programa que convenga a sus intereses académicos. De esos programas, 443 están dirigidos a los estudiantes y egresados de Ciencias de la Comunicación, distribuidos en distintas dependencias e instituciones como: Cámara de Diputados, Desarrollo Integral de la Familia, Gobierno del Distrito Federal, Gobierno del Estado de México, Instituto Nacional de Bellas Artes, Organización de las Naciones Unidas, Presidencia de la República, Secretarías del Gobierno Federal, Universidad Nacional Autónoma de México; y algunos programas en diversos Estados de nuestro país.

INSTITUCIONES QUE OFRECEN PROGRAMAS DE SERVICIO SOCIAL PARA LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	
NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN	PROGRAMAS QUE OFRECEN
AEROPUERTO INTERNACIONAL DE LA CIUDAD DE MEXICO	1
AEROPUERTOS Y SERVICIOS AUXILIARES	1
ASAMBLEA LEGISLATIVA DEL D.F.	1
ASOCIACIONES CIVILES	33
BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, S.N.C.	1
CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE LA TRANSFORMACION	1
CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA PANIFICADORA	1
COMISION FEDERAL DE ELECTRICIDAD	1
COMISION NACIONAL BANCARIA Y DE VALORES	1

COMISION NACIONAL DE CULTURA FISICA Y DEPORTE	1
COMISION NACIONAL DEL SISTEMA DE AHORRO PARA EL RETIRO	1
COMISION NACIONAL PARA LA PROTECCION Y DEFENSA DE LOS USUARIOS DE SERVICIOS FINANCIEROS	2
CONFEDERACION DE TRABAJADORES DE MEXICO	1
CONSEJO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGIA	1
CONSEJO NACIONAL PARA LA CULTURA Y LAS ARTES	3
FIDEICOMISO CULTURAL MUSEO FRANZ MAYER	1
FIDEICOMISO MUSEO DOLORES OLMEDO PATIÑO	1
FONDO DE CULTURA ECONOMICA	1
GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL	45
GOBIERNO DEL ESTADO DE GUANAJUATO	29
GOBIERNO DEL ESTADO DE MEXICO	7
GOBIERNO DEL ESTADO DE MICHOACAN	1
GOBIERNO DEL ESTADO DE MORELOS	15
GOBIERNO DEL ESTADO DE QUERETARO	1
GOBIERNO DEL ESTADO DE TAMAULIPAS	1
GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ	10
H. CAMARA DE DIPUTADOS	2
H. SENADO DE LA REPUBLICA	1
INSTITUCION DE ASISTENCIA PRIVADA	1
INSTITUTO DE SEGURIDAD Y SERVICIOS SOCIALES PARA LOS TRABAJADORES DEL ESTADO (ISSSTE)	2
INSTITUTO ELECTORAL DEL DISTRITO FEDERAL	3
INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL	2
INSTITUTO LATINOAMERICANO DE LA COMUNICACION EDUCATIVA	1
INSTITUTO MEXICANO DE LA JUVENTUD	1
INSTITUTO MEXICANO DEL PETROLEO	1
INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL	7
INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGIA E HISTORIA	6
INSTITUTO NACIONAL DE BELLAS ARTES	11
INSTITUTO NACIONAL DE CIENCIAS MEDICAS Y NUTRICION "SALVADOR ZUBIRAN"	1
INSTITUTO NACIONAL INDIGENISTA	1
INSTITUTO POLITECNICO NACIONAL	2
JUNTA DE ASISTENCIA PRIVADA	19
NACIONAL FINANCIERA S.N.C.	1
ORGANIZACION DE LAS NACIONES UNIDAS	1
ORGANIZACION PARA LA COOPERACION Y EL DESARROLLO ECONOMICO (OCDE)	1
PEMEX - EXPLORACION Y PRODUCCION	1
PEMEX CORPORATIVO	2
PODER JUDICIAL DE LA FEDERACION	2
PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA	8
PROCURADURIA AMBIENTAL Y DEL ORDENAMIENTO TERRITORIAL	1
PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR	2
PROCURADURIA GENERAL DE LA REPUBLICA	3

SECRETARIA DE AGRICULTURA, GANADERIA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACION	1
SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES	6
SECRETARIA DE DESARROLLO SOCIAL	4
SECRETARIA DE ECONOMIA	3
SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA	11
SECRETARIA DE ENERGIA	2
SECRETARIA DE GOBERNACION	14
SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO	9
SECRETARIA DE LA FUNCION PUBLICA	1
SECRETARIA DE LA REFORMA AGRARIA	2
SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES	1
SECRETARIA DE SALUD	7
SECRETARIA DE SEGURIDAD PUBLICA	1
SECRETARIA DE TURISMO	2
SECRETARIA DEL MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES	2
SECRETARIA DEL TRABAJO Y PREVISION SOCIAL	2
SISTEMA DE TRANSPORTE COLECTIVO (METRO)	1
SISTEMA NACIONAL PARA EL DESARROLLO INTEGRAL DE LA FAMILIA DIF	2
TRIBUNAL SUPERIOR DE JUSTICIA DEL DISTRITO FEDERAL	1
UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CHAPINGO	1
UNIVERSIDAD LASALLISTA BENAVENTE S.C.	1
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO	122
UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL	1
UNIVERSIDAD VERACRUZANA	1
<b>TOTAL DE PROGRAMAS</b>	<b>443</b>

Fuente: Coordinación de Orientación Escolar de la FCPyS.

En 2003 la Facultad tuvo un registró de 797 prestadores de servicio social. Asimismo se tramitaron 1,437 cartas de liberación para aquellas personas que concluyeron su Servicio Social.

<b>SERVICIO SOCIAL FCPyS</b>				
	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
TOTAL DE PROGRAMAS DE SERVICIO SOCIAL	486	726	761	914
ALUMNOS REGISTRADOS EN SERVICIO SOCIAL	1152	810	941	797
CARTAS DE LIBERACIÓN DE SERVICIO SOCIAL	920	1146	1084	1437

Fuente: Informe de Actividades 2003 de la FCPyS.

### *Prácticas Profesionales*

La Facultad también cuenta con programas especiales para realizar prácticas profesionales establecidos a través de la firma de cartas compromiso entre la Facultad y la empresa o institución. Algunos de los convenios firmados para estudiantes y recién egresados de la

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación han sido con: Televisa, los periódicos El Universal y Reforma, la Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana.<sup>61</sup>

<b>PRÁCTICAS PROFESIONALES</b>				
	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
TOTAL DE PROGRAMAS DE PRÁCTICAS PROFESIONALES FCPYS	125	120	175	108
ALUMNOS O EGRESADOS QUE REALIZARON PRÁCTICAS PROFESIONALES FCPYS	720	450	331	607
ALUMNOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN REGISTRADOS EN PRÁCTICAS PROF.	400	200	259	400

Fuente: Informe de Actividades 2003 de la FCPyS.

Asimismo, la FCPyS tiene relación con empleadores vía la Coordinación de Orientación Escolar, área responsable de establecer los contactos con empresas e instituciones interesadas en participar en la bolsa de trabajo, servicio social y prácticas profesionales para estudiantes y egresados de la FCPyS, opciones que contribuyen a la apertura de espacios para el desarrollo de las actividades de la comunidad de ciencias políticas. El CECC establece algunos contactos con empleadores, pero es la Coordinación de Orientación Escolar la que se encarga de los trámites para la firma de convenios.

### **Bolsa de Trabajo**

La UNAM cuenta con el servicio de Bolsa de Trabajo a nivel institucional, pero cada Facultad o Escuela lleva también el registro de las ofertas de empleo y el currículum de cada uno de los egresados que se inscriben a esta opción. Año con año la Universidad y la Facultad reciben ofertas de empleo de diversas instituciones públicas y privadas. En el año 2003 se recibieron 150 ofertas de instituciones públicas y 200 de instituciones privadas. Los alumnos tienen acceso a las ofertas de empleo por la página web de la Facultad [www.politicas.unam.mx](http://www.politicas.unam.mx) en la opción de *servicios* o directamente en la Coordinación de Orientación Escolar.

<b>BOLSA DE TRABAJO 2000-2003</b>				
<b>FCPyS</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
ALUMNOS O EGRESADOS DE LA DE LA FCPyS REGISTRADOS EN LA BOLSA DE TRABAJO	650	450	544	630
OFERTAS DE EMPLEO RECIBIDAS EN LA FCPyS	270	110	190	350
ALUMNOS O EGRESADOS DE LA FCPyS CONTRATADOS	133	77	160	118
<b>CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN</b>				
ALUMNOS O EGRESADOS REGISTRADOS	300	200	284	350
ALUMNOS O EGRESADOS ENVIADOS A ENTREVISTA	n.d.	50	150	300
ALUMNOS O EGRESADOS CONTRATADOS	n.d.	50	100	90

Fuente: Informe de Actividades 2003 de la FCPyS.

<sup>61</sup> Informe 2003 de la Coordinación de Orientación Escolar de la FCPyS, en carpetas de informes anuales por área, SPyE.

Además, en la FCPyS se imparten dos cursos a los egresados inscritos en la Bolsa de Trabajo, esos cursos son: "Obteniendo el trabajo que deseo" y "Cómo elaborar un Currículum-Vitae", tanto los cursos como el servicio de la Bolsa de Trabajo están a cargo de la Coordinación de Orientación Escolar de la Facultad.

A continuación se presenta el directorio de instituciones y empresas con las que se tuvo vinculación para bolsa de trabajo y prácticas profesionales en el año 2003.

**RAMO EDITORIAL:**

GRUPO EDITORIAL SANTILLANA  
GRUPO EDITORIAL EXPANSIÓN  
GRUPO MC. GRAW-HILL, S.A. DE C.V.  
LITOGRAFÍA LATINA, S.A. DE C.V.  
ORGANIZACIÓN EDITORIAL MEXICANA (Antes la Prensa)  
EDITORIAL LIMUSA  
PLANETA DE AGOSTINI SERVICIOS  
SECCIÓN AMARILLA  
PUBLICACIONES LLERGO  
EDICIONES LAROUSSE, S.A. DE C.V.  
LIBRERIAS GANDHI  
REVISTAS ESPECIALIZADAS

**PERIÓDICOS:**

EL UNIVERSAL  
PERIÓDICO REFORMA  
EL ECONOMISTA  
OVACIONES  
EL ZÓCALO  
JORNADA  
UNO MAS UNO

**TELEVISORAS:**

TELEvisa  
CANAL 11  
T.V. AZTECA  
MULTIVISIÓN  
CANAL 22  
T.V. UNAM

**RADIODIFUSORAS:**

GRUPO ACIR  
INFORED  
RADIO EDUCACIÓN  
RADIO UNAM

**SECTOR PRIVADO:**

ESPECIALISTA EN MEDIOS (Agencia informativa)  
INTELITE (Agencia informativa)  
PRONAQUIN (Agencia aduanal)  
UPS. LOGISTIC SERVICES, S. DE R.I. (Agencia aduanal)  
AGENCIA ADUANERA EN MÉXICO S.C. (Agencia aduanal)

MÉXICO AIR CARGO SYSTEMS, S.A. DE C.V.  
INTERCONTINENTAL CARGO, S.A. DE C.V. (Agencia aduanal)  
PRONAQUIN (Agencia aduanal)  
GRUPO ADO  
ELECTRA  
DIRECCIÓN GENERAL DE CALIDAD (SSA)

**SECRETARÍAS Y SECTOR PÚBLICO**

CORREDOR BIOLÓGICO MESOAMERICANO-MÉXICO/CONABIO  
SECRETARÍA ECONOMÍA  
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN  
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
SECRETARÍA DE HACIENDA  
SECRETARÍA DE SALUD  
SECRETARÍA DE ENERGÍA  
SECRETARÍA DEL MEDIO AMBIENTE  
SECODAM  
SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES  
SECRETARÍA DE LA REFORMA AGRARIA  
POLICÍA FEDERAL PREVENTIVA  
PETROLEOS MEXICANOS  
SUPREMA CORTE DE JUSTICIA DE LA NACIÓN  
INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL  
CONSEJO NACIONAL DE FOMENTO EDUCATIVO  
PROCURADURÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA  
CÁMARA DE DIPUTADOS  
BANCO DE MÉXICO  
CANACINTRA

**ORGANISMOS NO GUBERNAMENTALES**

RED POR LOS DERECHOS DE LA INFANCIA EN MÉXICO

**UNIVERSIDADES.**

UNITEC  
TECNOLÓGICO DE MONTERREY  
ITESM CAMPUS QUERÉTARO  
I.P.N.  
UNIVERSIDAD MEXICANA  
UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MÉXICO

**INSTITUTOS:**

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIALES, S.C.



### *Intercambio académico*<sup>62</sup>

Otras actividades de vinculación, son las relacionadas con el intercambio académico con diversas instituciones de educación superior tanto nacionales como internacionales, con las cuales se firman convenios de colaboración a fin de desarrollar programas que fomenten la superación del personal académico, la realización de proyectos de investigación conjunta y el intercambio de estudiantes.

A través del Programa de Movilidad Estudiantil con América del Norte, estudiantes de la Facultad con buenos promedios pueden cursar un semestre de sus estudios en diversas universidades de Estados Unidos y Canadá. Asimismo la UNAM otorga becas para el perfeccionamiento del idiomas inglés en la Escuela Permanente de Extensión de la UNAM, en San Antonio, Texas.

Por otra parte la FCPyS promueve la participación de los estudiantes en eventos internacionales que fortalezcan su desarrollo profesional, tal es el caso de los alumnos de la carrera de Relaciones Internacionales que participan en el Modelo de la Organización de Estados Americanos.

Cabe señalar que independientemente de los programas mencionados existen actividades de intercambio de estudiantes extranjeros quienes vienen a la Facultad a cursar materias aisladas.

<b>INTERCAMBIO ACADÉMICO ESTUDIANTIL</b>					
	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>TOTAL</b>
ESTUDIANTES DE LA FACULTAD EN EL EXTRANJERO	10	26	35	33	<b>104</b>
ESTUDIANTES EXTRANJEROS EN LA FCPYS	13	41	31	77	<b>162</b>

Fuente: Informe de Actividades 2003 de la FCPyS.

<b>INTERCAMBIO ACADÉMICO ESTUDIANTIL</b>					
<b>BECADOS</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>TOTAL</b>
ESTUDIANTES DE LA FACULTAD EN EL EXTRANJERO	4	11	13	27	<b>55</b>

Fuente: Informe de Actividades 2003 de la FCPyS.

### **Seguimiento de egresados y existencia de una Asociación de Egresados**

Hasta la fecha el Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación no ha realizado un estudio de seguimiento de egresados. Sin embargo, en la Facultad el proyecto de investigación *Programa de Investigación Social Aplicada (PISA)* realizó en 1993 una encuesta a egresados de la misma. Dicha encuesta fue dirigida a los egresados de todas las licenciaturas de la Facultad, fue considerada un insumo para la reforma académica de la

<sup>62</sup> La información sobre Intercambio Académico se obtuvo de los Informe 2000, 2001, 2002 y 2003 de la FCPyS.

Facultad y tuvo como objetivo conocer las opiniones, sugerencias y críticas en torno a la formación académica de la licenciatura; además se buscó conocer la ubicación de los egresados en el mercado de trabajo y la relación entre su formación académica y las actividades laborales desempeñadas. Los resultados fueron presentados de manera general y también con un desglose por carrera. “La encuesta se envió por correo a 5,085 egresados inscritos de 1981 a 1991 y que en un 84 por ciento correspondía a egresados entre 1985 y 1992, es decir, ocho generaciones”.<sup>63</sup>

Por otra parte, la Dirección General de Planeación de la UNAM se encargó de realizar encuestas a egresados de octubre de 1989 a septiembre de 1990, pero éstas fueron aplicadas sólo a quienes van a realizar sus trámites de titulación. Las encuestas se han seguido aplicando y en la actualidad sus resultados son publicados anualmente bajo el título de *Perfil de los alumnos egresados del nivel licenciatura de la UNAM*.

El *Sistema de Seguimiento de Egresados de la UNAM*, coordinado por el *Programa de Vinculación con Exalumnos de la UNAM* aplicó en 2002 y 2003 cuestionarios a egresados de todas las carreras de licenciatura de la Universidad en el que se incluyeron las siguientes secciones: datos sociodemográficos, antecedentes académicos, experiencias en la incorporación al campo ocupacional de la profesión, situación laboral actual y opinión sobre la formación profesional. El sistema sigue vigente y próximamente aplicará otra encuesta.<sup>64</sup>

La Asociación Nacional de Egresados de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales se creó en el año 1995 y de acuerdo al Proyecto de Estatutos de dicha Asociación, ésta “tendrá como objeto la representación de los profesionistas en Ciencias Políticas y Sociales en ejercicio de la profesión, con fines lícitos y con carácter preponderantemente académico no lucrativo. En atención a su naturaleza gremial de profesionales de las Ciencias Políticas podrá promover y realizar estudios sobre política electoral y religiosa pero en ningún caso y por ningún motivo participará activamente en asuntos de esa índole”.<sup>65</sup>

De acuerdo al artículo sexto del mismo documento, la Asociación Nacional de Egresados de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales para cumplir con su objeto buscará alcanzar los objetivos siguientes:

- a) Promover mediante actividades diversas la comunicación entre los egresados de la FCPyS de la UNAM.
- b) Vincular a los egresados de la FCPyS con las actividades que se desarrollan en la UNAM y otras Instituciones de Educación Superior.
- c) Promover actividades que redunden en beneficio de la UNAM y la FCPyS.

---

<sup>63</sup> Holguín Quiñónes Fernando. “Encuesta a egresados de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales Parte I”. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. Pág. 139.

<sup>64</sup> Documento del *Programa de Vinculación con ex alumnos*. Secretaría de Servicios a la Comunidad Universitaria de la UNAM.

<sup>65</sup> Artículo 5, Capítulo I del *Proyecto de los Estatutos de la Asociación Nacional de los Egresados de la FCPyS, A.C.*

- d) Promover el desarrollo profesional de los egresados estimulando la titulación, actualización y especialización de los mismos.
- e) Estimular y promover por todos los medios a su alcance el desarrollo de la investigación, la educación y la práctica profesional de las Ciencias Políticas y Sociales.
- f) Prestar su concurso a las escuelas y facultades de Ciencias Políticas y Sociales para la elaboración de sus planes y programas de estudio profesionales.
- g) Promover la organización de congresos para el estudio de los problemas relacionados con el ejercicio profesional así como concurrir a los que convoquen las organizaciones afines, nacionales o extranjeras. Asimismo, se impulsará la organización de todo tipo de eventos que conduzcan al análisis de los fenómenos políticos y sociales.

La Asociación de egresados de la FCPyS organiza anualmente el desayuno de egresados, participó en la organización del Baile de 50 Aniversario en el año 2001 y además ha hecho donaciones de diversa índole a la institución.

### **Actividades de educación continua durante los últimos dos años para el público en general**

La FCPyS desarrolla actividades encaminadas a proyectar su imagen al exterior, tales como las de educación continua, de capacitación, de asesoría y la oferta de servicios especializados en ciencias sociales. Entre las actividades de educación continua que año con año realiza la Facultad encontramos: diplomados, seminarios, talleres, cursos (de actualización y de capacitación), programas de titulación por tesina y cursos de regularización escolar. Los diplomados relacionados directamente con Ciencias de la Comunicación que ofrece la Facultad son: el diplomado en Comunicación Organizacional, el de Relaciones Públicas y el de Comunicación Política.

<b>ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN CONTINUA 2001-2003</b>							
<b>Actividad</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>Hrs.-clase</b>	<b>Alumnos</b>	<b>Profesores</b>
Diplomados	5	14	16	19	5765	1457	636
Seminarios	1	2	7	-	362	287	101
Talleres	2	3	5	-	587	291	54
Cursos	38	47	57	72	6225	4411	234
Programa de Titulación por tesina	3	3	2	3	2513	1195	239
Cursos de Regularización Escolar*	-	-	23	4	770	163	27
<b>TOTAL</b>	<b>49</b>	<b>69</b>	<b>110</b>	<b>98</b>	<b>16222</b>	<b>7804</b>	<b>1291</b>

\*Estos cursos iniciaron en el año 2002

Fuente: Informes 2000-2003 de la División de Educación Continua y Vinculación de la FCPyS. SPyE.

Los profesores que imparten o participan en los actos de educación continua de la Facultad son académicos de la UNAM, de otras instituciones de educación superior, así como militantes de partidos políticos, dirigentes de organizaciones civiles y servidores públicos, lo que permite a los estudiantes que se inscriben enriquecer su conocimiento con la experiencia profesional de los ponentes.<sup>66</sup>

La Facultad organiza cursos de actualización dirigidos tanto a servidores de la administración pública federal, como a la población en general. Este tipo de cursos se imparten en el Distrito Federal y en el interior de la República.

La FCPyS firma anualmente convenios y cartas compromiso con instituciones públicas y privadas, con la administración pública federal, con entidades federativas y municipales, con universidades e instituciones de educación superior y con la sociedad en general, con el fin de ampliar su oferta de servicios educativos, de consultoría y de asesoría.

Algunas de las instituciones con las que la Facultad mantuvo vínculos en 2001, 2002 y 2003, para ofrecer servicios tales como cursos de actualización, diplomados, talleres, seminarios y servicios de asesoría son: Presidencia de la República, Secretaría de Seguridad Pública, Secretaría de Trabajo y Previsión Social, Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Sistema Nacional de Seguridad Pública, Banco Nacional de Obras, Comisión Nacional del Agua, Delegación Álvaro Obregón, Delegación Tlalpan, Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Instituto Federal Electoral.

---

<sup>66</sup> La información relativa a las actividades de educación continua y vinculación se obtuvo de los informes 2000 al 2003 de la División de Educación Continua y Vinculación de la FCPyS; en las carpetas de informes anuales por área de la SPyE.

## 2.9 PLANEACIÓN Y ORGANIZACIÓN

### Plan de desarrollo

La Misión de la Universidad Nacional Autónoma de México se sintetiza en los siguientes propósitos:<sup>67</sup>

**Educación a mujeres y hombres:** preparados para enfrentar los complejos problemas de la sociedad mexicana y de una competencia internacional basada en la ciencia y la tecnología; capaces de actuar de manera solidaria en una sociedad que aún sufre carencias e injusticias; con una formación humanista que les permita encontrar sentido y razón a su vida y a su práctica profesional, y que extiendan la racionalidad, la objetividad, el respeto, la tolerancia y el espíritu crítico como valores esenciales de la vida personal y de la convivencia civilizada.

**Ampliar las fronteras del conocimiento mediante una investigación que:** apoye sistemáticamente la formación de profesionales y especialistas; aporte soluciones a problemas universales y nacionales; contribuya a sentar las bases de un desarrollo sustentable, y promueva la creación y fortalecimiento de una cultura propia.

**Preservar y difundir la cultura nacional y los grandes valores de la cultura universal para:** enriquecer la formación de los alumnos de la Universidad, beneficiar lo mas ampliamente posible a toda la sociedad mexicana, y fortalecer la identidad nacional.

La Misión de la FCPyS es:<sup>68</sup>

Formar profesionales con alto nivel académico, que sean capaces de analizar objetivamente los procesos histórico-sociales contemporáneos desde la óptica de la Sociología, la Ciencia Política, la Administración Pública, Relaciones Internacionales y Ciencias de la Comunicación; que ofrezcan soluciones a los problemas nacionales y mundiales a partir de concepciones teóricas plurales y multidisciplinarias; sean portadores de un alto contenido ético sustentado en los valores y cultura universitaria; y contribuyan con los procesos de toma de decisiones que coadyuven al desarrollo de la sociedad mexicana. Asimismo, generar y difundir investigación científica en apoyo a la docencia, actualización del conocimiento de las disciplinas sociales y a la solución de problemas concretos.

Al referirnos a la misión de la Facultad es importante señalar que el Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación no tiene una misión propia.

La FCPyS cuenta con un plan de desarrollo titulado “Plan de desarrollo 2000-2004”, el cual fue elaborado por todas las áreas de la dependencia y contempla líneas de trabajo a corto plazo. Si bien el documento fue elaborado por las áreas académico-administrativas de la Facultad, cabe señalar que previo a su publicación el documento fue distribuido entre la planta académica de la institución para su revisión.

---

<sup>67</sup> Plan de Desarrollo de la Universidad Nacional Autónoma de México. UNAM. 1997. Págs. 31 y 32.

<sup>68</sup> Plan de Desarrollo 2000-2004 de la FCPyS. Secretaría de Planeación y Evaluación. Pág. 6.

El *Plan de Desarrollo 2000-2004* fue elaborado con dos fines principales: para que sirva de guía de trabajo para la realización de los proyectos de la institución y para cumplir con lo establecido en el *Reglamento de Planeación de la UNAM*.

El Plan de Desarrollo está organizado en siete programas estratégicos en los que se incluyen objetivos, estrategias y acciones a seguir.

**1. PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO A LA ACADEMIA E INVESTIGACIÓN**

Evaluación, aplicación y perfeccionamiento de los nuevos planes de estudio, articulación e impulso a la investigación y ampliación a la extensión académica mediante la participación, el consenso, el respeto a los derechos y el apoyo técnico.

**2. PROGRAMA DE SUPERACIÓN DEL PERSONAL ACADÉMICO**

Cuya meta es contar con una planta sólida, productiva y satisfecha, y ofrecer mejores servicios y oportunidades de realización a los académicos.

**3. PROGRAMA DE APOYO A LOS APRENDIZAJES**

Mediante asesorías, apoyos personalizados, materiales de autoaprendizaje y la regularización y perfeccionamiento del sistema periférico (talleres, prácticas, estadías, intercambios, idiomas, cómputo, orientación y extensión).

**4. PROGRAMA DE IMPULSO A LA PARTICIPACIÓN ACADÉMICA**

Organización de consejos internos en las coordinaciones y divisiones; articulación de funciones y capacidades de gestión, desburocratización, intervención de comunidades; canales abiertos a los estudiantes en todas las instancias.

**5. PROGRAMA DE NORMALIZACION DE LAS RELACIONES LABORALES**

Restablecimiento de relaciones de equilibrio y convivencia productiva, incentivos a la productividad, capacitación y racionalización; aplicación plena del derecho sin demérito de acuerdos y pactos, recurso intensivo a las instancias jurídicas institucionales.

**6. PROGRAMA DE APERTURA HACIA LA SOCIEDAD**

Impulso a la extensión académica, educación continua; vinculación con los colegios; prestación de servicios; generación de la Fundación UNAM; diversificación de las fuentes de ingresos.

**7. PROGRAMA DE APOYO A LA INFRAESTRUCTURA FÍSICA Y RECURSOS**

Reposición de mobiliario y equipo, reestructuración de espacios académicos para servir a la comunidad, modernización de la planta física, apoyo al aprendizaje y a la investigación (biblioteca, talleres, centros).

Respecto al seguimiento y evaluación del Plan de Desarrollo, la Secretaría de Planeación y Evaluación es la responsable de elaborar el reporte de avance en el cumplimiento de metas, además de establecer las metas anuales, según lo reporte cada área de la Facultad. Aunado a ésto, en la FCPyS se publica un informe anual, en el cual se reportan las actividades realizadas por la institución de acuerdo a los programas establecidos en el Plan de Desarrollo. Asimismo, el Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación elabora su informe anual de actividades con bases en los siete programas de dicho Plan, los cuales fueron creados para cumplir con los principios básicos de la Universidad: docencia, investigación y difusión y extensión de la cultura.

### **Marco normativo**

Las actividades en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales y por lo tanto del Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación se rigen por la normatividad establecida en la Legislación Universitaria de la Universidad Nacional Autónoma de México. La legislación contempla los siguientes apartados relacionados con profesores, alumnos y asuntos administrativos:

- Estatuto del Personal Académico
- Reglamento general de estudios técnicos y profesionales
- Reglamento general para la presentación, aprobación y modificación de planes de estudio
- Marco institucional de la docencia
- Estatuto del personal administrativo
- Reglamento general de inscripciones
- Reglamento general de exámenes
- Reglamento general de servicio social de la UNAM
- Estatuto de la defensoría de los derechos universitarios
- Reglamento de la defensoría de los derechos universitarios
- Reglamento general de pagos
- Reglamento sobre los ingresos extraordinarios de la UNAM
- Reglamento del sistema de cátedras y estímulos especiales de la UNAM

Aunados a estos existen una serie de reglamentos y estatutos relacionados con Consejos Técnicos por dependencia, elecciones internas, Junta de gobierno, comisiones especiales, cuerpos colegiados, entre otros; todos ellos incluidos también en la Legislación Universitaria.

Respecto al manual procedimientos, la FCPyS en años anteriores ha contado con algunos manuales en áreas específicas, tal es el caso de la División de Estudios de Posgrado (1988), el de la Secretaría de Servicios Escolares (1987), sin embargo, la Facultad aún no cuenta con un manual de procedimientos general de la dependencia.

En el caso de los manuales de organización, se elaboró un manual de organización en especial para el departamento de recursos financieros de la Facultad en 1981. Actualmente sólo se tiene una versión preliminar de Manual de Organización de toda la institución. Este manual tiene un 60% de avance, aún no está terminado, la versión existente de ese documento data de 1998.<sup>69</sup>

### **Cuerpos colegiados**

Uno de los proyectos más importantes relacionados con la organización de todas las áreas académico-administrativas de la Facultad fue la transformación de las Coordinaciones de Carrera en Centros de Estudios por Especialidad (Centro de Estudios en Administración Pública, el Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación, el Centro de Estudios Políticos, el Centro de Estudios Sociológicos y el Centro de Relaciones Internacionales), además de la creación de Coordinaciones de Investigación en cada uno de estos centros. Asimismo se crearon dos nuevos centros interdisciplinarios: el Centro de Estudios de Opinión Pública y el Centro de Estudios Europeos, que aunados a los dos ya existentes (Centro de Estudios Latinoamericanos y del Centro de Estudios Básicos en Teoría Social) hacen un total de cuatro Centros de Estudios Interdisciplinarios.<sup>70</sup>

Esta transformación que inició en el año 2002, se consolidó los primeros meses del 2003 y tuvo como finalidad intensificar y articular de manera más efectiva las actividades académicas, de investigación y de difusión de la Facultad.

En el marco de esta nueva estructura y a partir de los trabajos de organización colegiada iniciados en el 2001, “se logró la consolidación de los órganos colegiados internos de la Facultad, es decir, los colegios, seminarios y/o academias en cada centro de estudios por especialidad e interdisciplinarios; además de un Consejo Asesor Interno al interior de cada uno de ellos, así como al interior de las Divisiones de Estudios de Posgrado y de Universidad Abierta.”<sup>71</sup> Para el caso de los Consejos Asesores Internos, se elaboró una propuesta de reglamento que se encuentra en proceso de revisión por parte del H. Consejo Técnico de la Facultad. Sin embargo, el Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación cuenta con un reglamento interno de trabajo de la *Academia Interna* del mismo Centro.

La Academia de Comunicación es la culminación de un proceso de organización académica de los profesores por encontrar los mecanismos adecuados de participación, “es la forma de organización colegiada de los profesores de carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, de la UNAM, con un carácter

---

<sup>69</sup> La información sobre Manuales de organización y procedimientos fue proporcionada por la Secretaría de Planeación y Evaluación de la FCPyS.

<sup>70</sup> Informe de Actividades 2002 de la FCPyS. Pág. 8 y 19.

<sup>71</sup> Ibid. Pág. 19.



autónomo y con fines exclusivamente académicos, en el marco de la legislación universitaria.”<sup>72</sup>

Para el funcionamiento y operatividad de esta Academia, se constituyó el Consejo Asesor Interno, integrado, a su vez, por diez ejes o seminarios: de lenguaje, de teorías, de historia, de redacción, de metodología, de la opción de periodismo en los medios, de la opción de publicidad, de la opción de producción audiovisual, de la opción de comunicación política y de la opción de comunicación organizacional; las primeras cinco corresponden a las áreas de la formación inicial y las demás a las opciones terminales de la carrera. El Consejo Asesor Interno tiene un presidente (el coordinador del CECC) y un secretario (el secretario académico del Centro), además participa en él, el Consejero Técnico de la carrera.

El Consejo Asesor Interno funge como órgano articulador entre la coordinación del Centro (instancia administrativa de la carrera) y la Academia de Comunicación (instancia académica).

De acuerdo al Artículo 8 del Reglamento mencionado, son funciones de la Academia a través de su Consejo Asesor Interno:

- Realizar seguimiento y evaluación del Plan de estudios de la carrera, y en su caso proponer revisiones y modificaciones al mencionado Plan.
- Establecer los lineamientos para el seguimiento y evaluación del desempeño de los profesores en sus materias impartidas, a través de los seminarios de eje o de opción terminal.
- Proponer a la Coordinación la incorporación de nuevos profesores, así como jurados de tesis, equivalencias, en cualesquiera de las Opciones Terminales y en la Formación Inicial, para reforzar la planta de profesores.
- Proponer a la Coordinación mecanismos de evaluación del desempeño de los profesores (de carrera y de asignatura).
- Realizar un seguimiento de los planes de trabajo de los profesores adscritos a los Seminarios de Investigación.
- Analizar y evaluar casos de conflicto entre profesores y alumnos, que obstruyan el cabal desempeño y rendimiento académico de las partes, y proponer soluciones al conflicto.
- Evaluar el proyecto académico y el informe de actividades, presentado por el Coordinador si emitir sugerencias y propuestas, si lo amerita.
- Emitir opinión sobre asuntos específicos que la Coordinación le solicite.
- Evaluar las propuestas de modificación al Reglamento Interno de la Academia.

Los integrantes del Consejo Asesor Interno son electos por voto universal, directo y secreto, permanecen en sus cargos cuatro semestre lectivos y pueden ser reelectos una vez en forma consecutiva, u otras en forma alternada.

---

<sup>72</sup> Artículo 1 del Reglamento Interno de la Academia de Comunicación de la FCPyS. UNAM. Pág. 2

<b>RESPONSABLES DE LOS SEMINARIOS DEL CENTRO DE ESTUDIOS DE LA COMUNICACIÓN</b>		
<b>FORMACIÓN INICIAL</b>		
<b>Seminario</b>	<b>Responsable</b>	<b>Especialidad</b>
Lenguaje	Dra. Susana González Reyna	Doctorado en Sociología. Temas: lenguaje, periodismo y metodología.
Teorías	Lic. Martha Laura Tapia Campos	Licenciatura en C.C. Temas: lenguaje, análisis psicológico de los mensajes, teorías de la comunicación.
Historia	Lic. Áurea Blanca Aguilar Plata	Licenciatura en Period. y Com. Colectiva Temas: historia de la prensa, psicología de la com., com. interpersonal.
Redacción	Lic. Ma. de los Ángeles Cruz Alcalde	Licenciatura en C.C. Temas: géneros periodísticos, divulgación de la ciencia y la tecnología, periodismo científico.
Metodología	Mtra. Aurora Tovar Ramírez	Profesora de carrera adscrita al Centro de Estudios Básicos en Teoría Social de la FCPyS.
<b>OPCIONES TERMINALES</b>		
Periodismo	Lic. Carmen Avilés Solís	Licenciatura en Period. y Com. Colectiva Temas: periodismo, géneros periodísticos.
	Dra. Lourdes Romero Álvarez	Doctorado en Filología Española Temas: análisis del discurso periodístico, redacción periodística, relato periodístico, periodismo y literatura.
Producción	Lic. Roy Roberto Meza Baca	Licenciatura en Period. y Com. Colectiva Temas: producción de medios de com. audiovisual, televisión cultural, cine y fotografía documental.
Publicidad	Dra. Carola I. García Calderón	Doctorado en Sociología Temas: publicidad, género y medios de com., legislación de los medios, cultura política y vida cotidiana.
Comunicación Organizacional	Lic. Virginia Estela Reyes Castro	Licenciatura en C.C. Temas: com. organizacional, publicidad, propaganda y relaciones públicas.
Comunicación Política	Mtro. Leonardo Figueiras Tapia	Maestría en Ciencia Política Temas: comunicación política, movimientos sociales y estrategias de comunicación, opinión pública, propaganda, partidos políticos y estrategias de com.
	Lic. Luz Elena Pereyra	-
Seminario de Titulación	Dra. Margarita Yépez Hernandez	Doctorado en Sociología Temas: comunicación y cultura, metodología en comunicación, psicología y comunicación, comunicación y política.

Fuente: Informe 2003 del CEC y Página Web del CECC.

El Consejo se reúne de manera ordinaria una vez por bimestre, puede celebrar reuniones extraordinarias si lo convoca el presidente, alguno de los seminarios o una tercera parte de los miembros.

Durante 2003 los trabajos del Consejo Asesor Interno del Centro giraron en torno a las siguientes temáticas:<sup>73</sup>

- Se realizaron labores de análisis y propuestas de adecuación al plan de estudios de 1997.
- Se revisaron y actualizaron los contenidos de 30 asignaturas correspondientes a la formación inicial, es decir, las de los cinco primeros semestres. Quedó pendiente la presentación ante la Comisión Revisora que será nombrada por el H. Consejo Técnico de la Facultad.
- Se estableció un calendario interno para la entrega de la revisión y actualización de las materias correspondientes a las cinco opciones terminales. Los encargados son los profesores responsables de cada área.
- El Consejo Asesor trabajó sobre algunas propuestas para definir claramente los conceptos de tesis, tesina, informe de servicio social y práctica profesional como trabajos recepcionales de titulación.
- Se avaló la aplicación de exámenes extraordinarios a los Seminarios de Tesis II.

Otro de los aspectos importantes vinculados con la articulación de la vida académica fue el inicio en 2002 de las actividades del *Consejo Interno de Investigación*, órgano interno de la Facultad para estimular y favorecer las actividades de investigación en la institución.

Respecto a las actividades del H. Consejo Técnico de la Facultad, éste tuvo 11 sesiones ordinarias y una extraordinaria en el 2003. En estas reuniones se atendieron, entre otros, los siguientes asuntos:<sup>74</sup>

- ❖ Aprobación de la implantación de grupos tutorales para estudiantes
- ❖ Incorporación del Instituto de Investigaciones Económicas como entidad académica del Programa de Posgrado en Estudios Latinoamericanos
- ❖ Aprobación de la Maestría para la Docencia en Educación Media Superior en Ciencias Sociales Revisión el proyecto de nuevas modalidades de titulación
- ❖ Rectificación de créditos totales a cubrir en la Lic. en Sociología
- ❖ Acordó dar voto de confianza a los centros de estudios de la DEPRO y a la DSUA para aprobar el registro de tesis conjuntas
- ❖ Dejó en el último proceso de revisión el documento de regularización de las modalidades de titulación incluidas en los planes de estudio de la Facultad

Aunado a lo anterior, el H. Consejo Técnico trabaja semestralmente sobre la aprobación de las plantillas docentes para los cursos ordinarios del sistema escolarizado y de Universidad Abierta, las relativas al programa de titulación por tesina, así como las de los diversos programas de maestría en los que participa la Facultad. Otra de las tareas cotidianas del Consejo Técnico es la revisión de diversos asuntos del personal académico:

---

<sup>73</sup> Informe 2003 del CECC, en las carpetas de informes anuales por área de la SPyE.

<sup>74</sup> Informe 2003 de la Secretaría General de la FCPyS, en las carpetas de informes....

licencias, comisiones, periodos sabáticos, prórrogas de nombramientos, ingreso y promoción, entre otros.

## 2.10 ADMINISTRACIÓN ACADÉMICA Y FINANCIAMIENTO

### Gestión administrativa

La Facultad de Ciencias Políticas y Sociales tuvo durante 2003 una planta de personal administrativo y académico-administrativo de 478, de los cuales 335 fueron trabajadores administrativos, 57 trabajadores de confianza y 86 funcionarios académico-administrativos.

Particularmente el Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación, cuenta con el siguiente personal para realizar las actividades académico administrativas:

El coordinador

El Secretario académico

El Secretario técnico

Tres Técnicos Académicos

Una secretaria

Tres oficiales administrativos

Académicamente la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales está organizada por divisiones de estudios: la de Estudios Profesionales que aglutina a los Centros de Estudios por Especialidad (licenciatura); la de Universidad Abierta, responsable de las licenciaturas en este sistema; la de Estudios de Posgrado que coordina la maestría y doctorado del Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales, y la División de Educación Continua y Vinculación. *(Ver organigramas Pág. 190-195)*

Entre las áreas que desarrollan actividades académico-administrativas en la Facultad tenemos a la Secretaría General, la Secretaría de Personal Académico, la Secretaría de Planeación y Evaluación , la Secretaría de Desarrollo Académico y la Secretaría de Servicios Escolares.

La Secretaría Administrativa de la Facultad se encarga de todos los servicios de apoyo que son meramente administrativos y tiene a su cargo los departamentos de servicios generales (vigilancia, intendencia, correspondencia, impresión y fotocopiado, jardinería, mantenimiento y transporte); aprovisionamiento e inventarios (almacén, compras e inventario); departamento de personal (contrataciones de personal administrativo y académico, archivo y control de asistencia) y departamento de recursos financieros (presupuesto, caja, contabilidad y proyectos e ingresos). Estos departamentos proporcionan los servicios a todas las áreas de la Facultad.

## **Administración escolar**

La Secretaría de Servicios Escolares es el área responsable de la administración escolar en la FCPyS, sus actividades se realizan en coordinación con la Dirección General de Administración Escolar (DGAE) de la UNAM. Esta Secretaría cuenta con las siguientes áreas: departamento de cómputo, departamento de orientación estudiantil, sección de actas, sección de exámenes profesionales y área de ventanillas; adicionalmente tiene integrada una oficina de servicios escolares que depende de la DGAE. El horario de atención en ventanillas es de 9:00 a 13:30 hrs. y de 16:00 a 20:00 hrs.; en oficina de 8:30 a 15:00 hrs. y de 17:00 a 20:00 hrs.

En la Secretaría de Servicios Escolares se realizan los siguientes trámites:<sup>75</sup>

**Inscripciones**, trámite por medio del cual el alumno de primer ingreso formaliza su integración a la Facultad.

**Reinscripciones**, trámite realizado para dar continuidad a los estudios iniciados tras la primera inscripción. Para este trámite, se publican los horarios de los cursos ordinarios y listado de atención a alumnos, con base en el promedio y avance académico.

**Cambios de grupo**, los alumnos tienen la oportunidad de corregir sus opciones de reinscripción, este trámite está sujeto al cupo de los grupos.

**Expedición de constancias de créditos y promedio**, informe semestral sobre la situación académica del alumno. Actualmente el alumno ya puede obtener este documento por Internet, aunque sin valor oficial.

**Expedición de certificado de estudios**, certificación oficial de los estudios que se hayan realizado en la Facultad.

**Trámite para examen profesional**, los trámites a seguir y la solicitud de examen profesional se efectúan en la Secretaría de Servicios Escolares y en el Centro de Estudios correspondiente.

**Trámites complementarios**: solicitud de cambio de carrera, solicitud de historia académica, solicitud de carrera simultánea, cambio de sistema de estudios (escolarizado o abierto), programación de horarios y salones, inscripción a asignaturas aisladas.

Una de las actividades más importantes de dicha Secretaría, es la programación de los horarios, la cual realiza en coordinación con los Centros de Estudios por Especialidad de la Facultad y la División de Estudios Profesionales, principalmente en lo que se refiere a la asignación de salones. Se cuenta con un sistema que permite hacer los cruces necesarios entre los grupos de cada centro y así evitar que haya duplicidad de materias, empalmes en la asignación de salón, y con ello contribuir, también, a que los alumnos puedan programar todas sus materias de la mejor manera.

Así, el Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación coordina las actividades académico-administrativas, de investigación y de extensión que realizan profesores y alumnos de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y tiene la responsabilidad de organizar cada semestre las plantillas de los cursos que se van a programar. El CECC

---

<sup>75</sup> Servicios que ofrece tu Facultad. Op. cit. Pág. 5-9.

también es responsable de los trámites que tienen que ver con la titulación (registro de tesis, asignación de revisores de tesis, asignación de sinodales, etc.). Además, se encarga de la organización de eventos académicos, de establecer vínculos con el sector profesional y de coordinar proyectos de investigación a través de la Coordinación de Investigación en Ciencias de la Comunicación.

### **Otros servicios de apoyo**

El servicio de fotocopiado para alumnos está concesionado a particulares, en la Facultad existen cuatro áreas de fotocopiado, dos ubicadas en el edificio “C” (una cerca de la cafetería y otra en la entrada de la biblioteca); una ubicada en la planta baja del edificio “A” y la otra en el ala izquierda del edificio “F”, este servicio tiene precios accesibles y también ofrece servicio de engargolado. El servicio está disponible de 8:00 a 20:00 hrs.<sup>76</sup>

Respecto a los servicios de comida, la Facultad tiene una pequeña cafetería, la cual también está concesionada a particulares, está ubicada en la planta baja del edificio “C” y ahí se venden algunos artículos básicos de papelería. Su horario es de lunes a jueves de 8:00 a 20:00 hrs. y viernes de 9:00 a 19:00 hrs. Asimismo, en una entrada a las instalaciones de la Facultad se encuentra una zona de comida y dulcería, donde también venden artículos de papelería como plumas, lápices y gomas. Entre el edificio “A” y el edificio “F” se encuentra otro expendio de comida.

En la Facultad hay una librería, en la que pueden adquirirse las publicaciones editadas por la dependencia y algunas otras editadas por la UNAM. También se pueden adquirir los planes de estudio de cada licenciatura. Está ubicada en el ala izquierda de edificio “F” y su horario es de 9:00 a 14:30 hrs. y de 17:00 a 20:00 hrs.

En relación a los servicios médicos, la FCPyS tiene en la planta baja del edificio “C” una enfermería para la atención de emergencias, este servicio es para toda la comunidad (estudiantes, trabajadores y profesores). Además, la universidad a través de su Dirección General de Servicios Médicos, atiende a todos los estudiantes de la universidad para realizar exámenes médicos, atención a emergencia, servicio de apoyo psicológico, etc.

Actualmente la Facultad tiene como instalaciones deportivas: una cancha de básquetbol y fútbol rápido. Existe un Departamento de Actividades Deportivas cuyo objetivo es impulsar la participación de los estudiantes de la FCPyS en alguna disciplina. Este Departamento coordina a los equipos para sus prácticas y entrenamientos. Aunado a esto, los estudiantes tienen acceso a todas las instalaciones deportivas de la universidad, alberca, canchas, gimnasios, etc. El Departamento está ubicado en el entresuelo del edificio “A” .

---

<sup>76</sup> *Íbid.* Pág. 28

La seguridad y protección civil está a cargo del departamento de servicios generales en donde se coordina la vigilancia nocturna de las instalaciones, pero a nivel de la universidad existe un servicio continuo de vigilancia en patrullas por todo el campus universitario, en las instalaciones de la Facultad hay teléfonos de emergencia con conexión directa al servicios de ambulancia, bomberos, etc. que ofrece la Universidad.

## Presupuesto

La FCPyS recibe su presupuesto del presupuesto central de la UNAM. En el año 2003 la Facultad contó con un presupuesto que ascendió a \$234,016,090.00, el presupuesto de la institución se distribuye en siete partidas: remuneración de personal; servicios; becas, prestaciones y estímulos del personal académico; artículos y material de consumo; mobiliario y equipo; inmuebles y construcción; y erogaciones complementarias condicionadas al ingreso.

<b>PRESUPUESTO 2003 POR CONCEPTO</b>		
<b>GRUPO</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>
100	Remuneraciones personales (salarios)	\$117,720,037.00
200	Servicios	\$8,278,304.00
300	Becas, prestaciones y estímulos (personal académico)	\$91,030,498.00
400	Artículos y materiales de consumo	\$41,979,510.00
500	Mobiliario y equipo	\$7,516,741.00
600	Inmuebles y construcción	\$2,700,000.00
700	Erogaciones complementarias condicionadas al ingreso	\$4,791,000.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$234,016,090.00</b>

Fuente: Informe 2003 del Depto. De Recursos Financieros de la FCPyS.

“En el 2003 los recursos asignados a la Dependencia por la Administración Central, se otorgaron en forma trimestral, apegándose a la normatividad y procedimientos administrativos generales, con el fin de cumplir con las metas y objetivos establecidos.”<sup>77</sup>

<b>PRESUPUESTO</b>				
	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
<b>PRESUPUESTO</b>	\$155,003,423.00	\$186,312,092.00	\$228,936,929.00	\$234,016,090.00

Fuente: Informe de Actividades 2003 de la FCPyS.

<sup>77</sup> Informe 2003 del Departamento de Recursos Financieros de la FCPyS, en carpetas de informes... Pág. 1.



La Facultad obtiene recursos extraordinarios vía proyectos de investigación y también vía educación continua, éstos últimos se obtienen de los cursos, talleres, diplomados y otras actividades que organiza la División de Educación Continua y Vinculación.

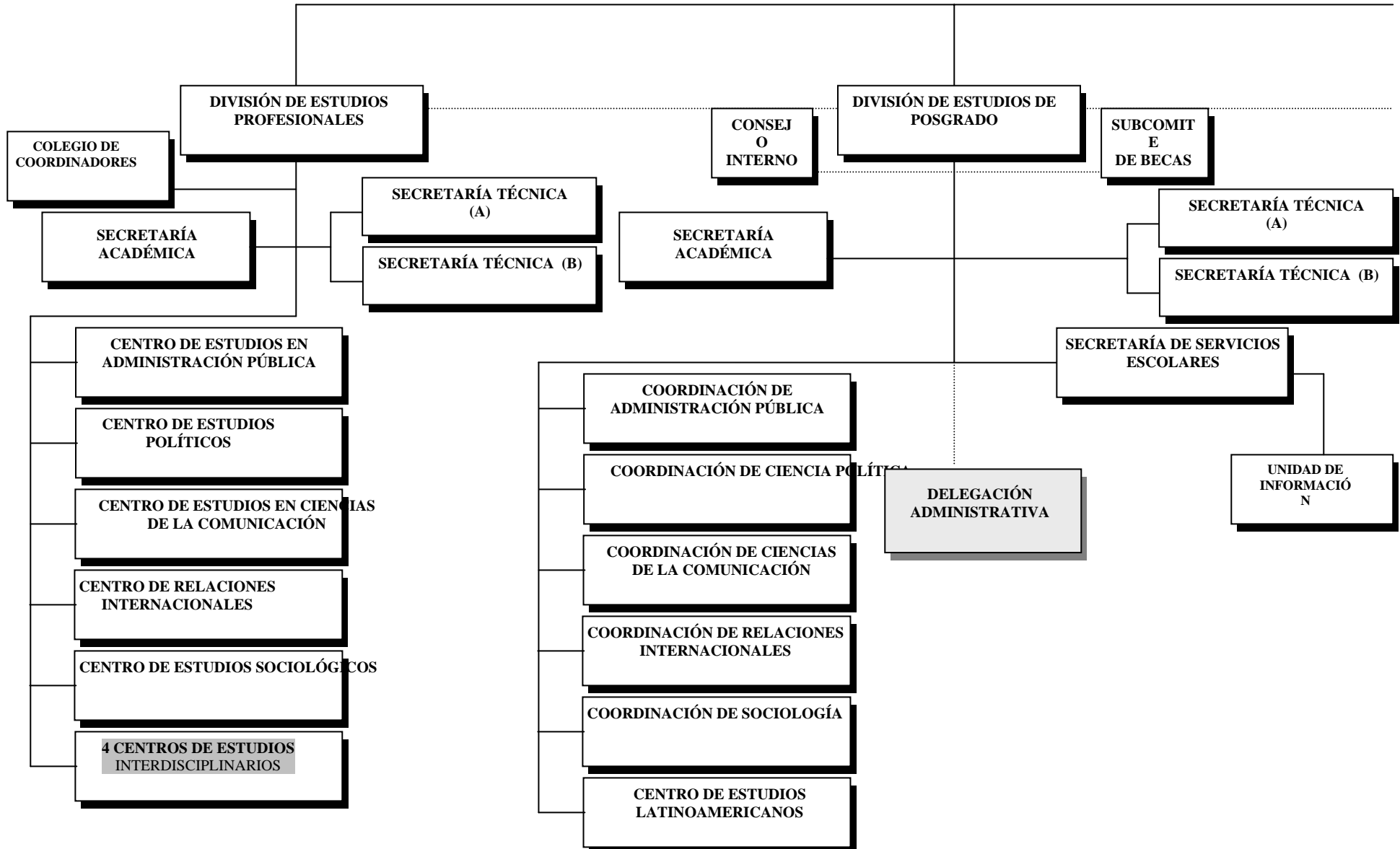
<b>RECURSOS EXTRAORDINARIOS (INGRESOS VIA PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN)</b>				
	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
PAPIME (DGAPA)	\$5,843,996.00	\$2,270,000.00	\$2,270,000.00	\$1,247,000.00
PAPIIT (DGAPA)	\$2,309,586.00	\$1,249,839.00	\$1,858,589.00	\$1,893,071.00
CONACYT	\$582,262.00	\$754,554.00	\$267,111.00	\$22,611.00
VIA EDUCACIÓN CONTINUA	\$2,476,650.00	\$3,326,235.00	n.d.	n.d.

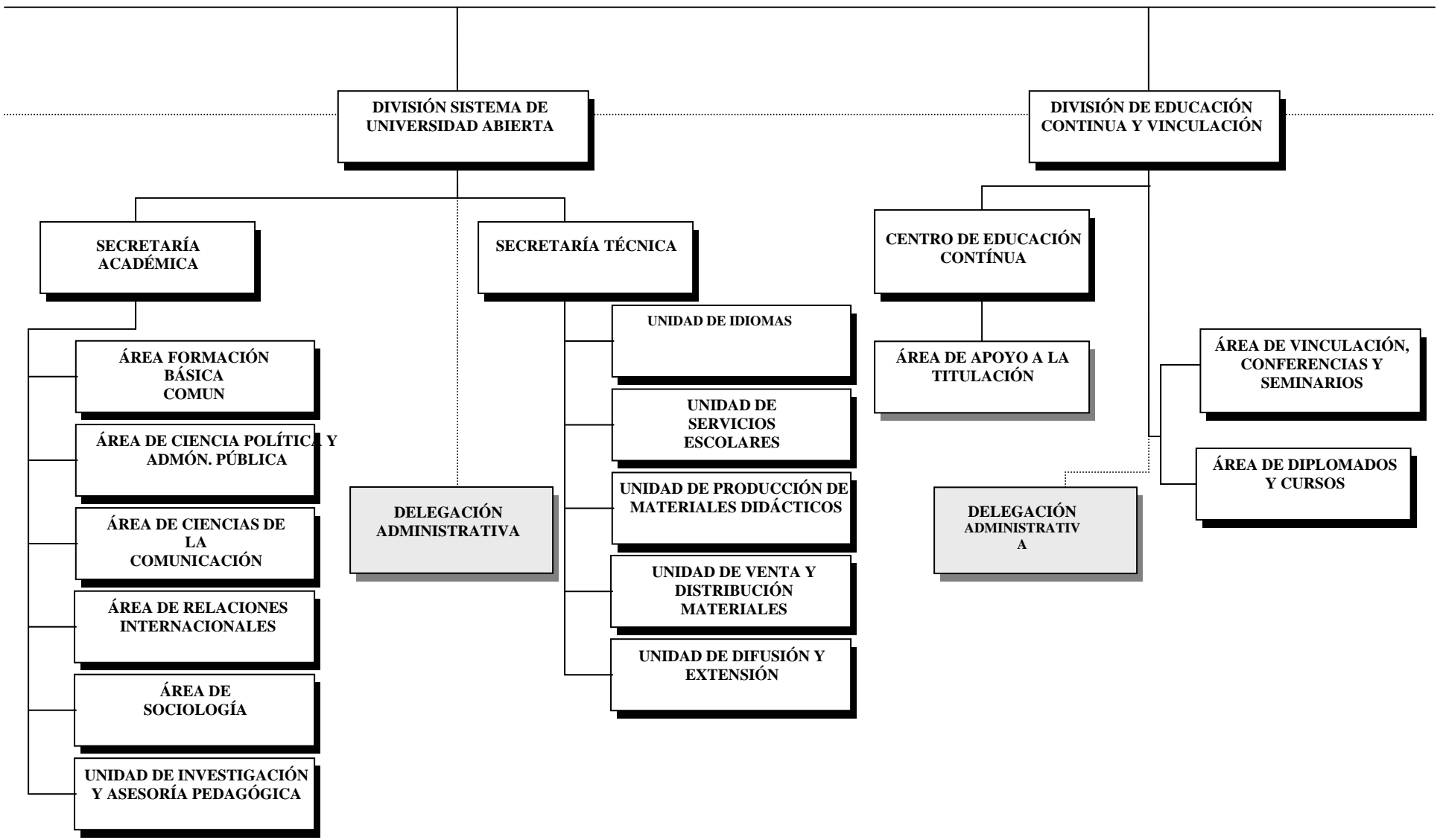
DGAPA: Dirección General de Asuntos del Personal Académico

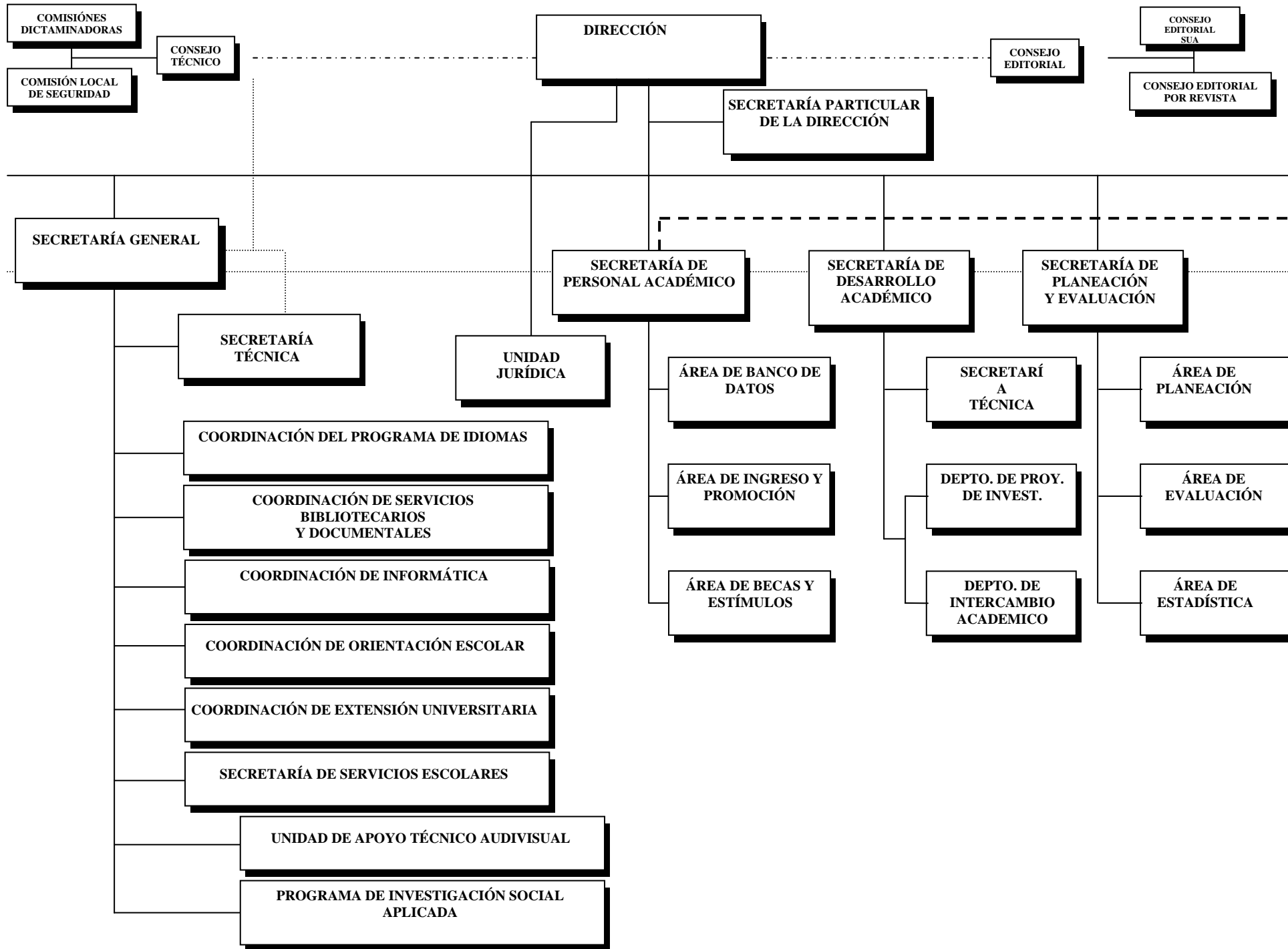
Fuente: Informe de Actividades 2003 de la FCPyS.

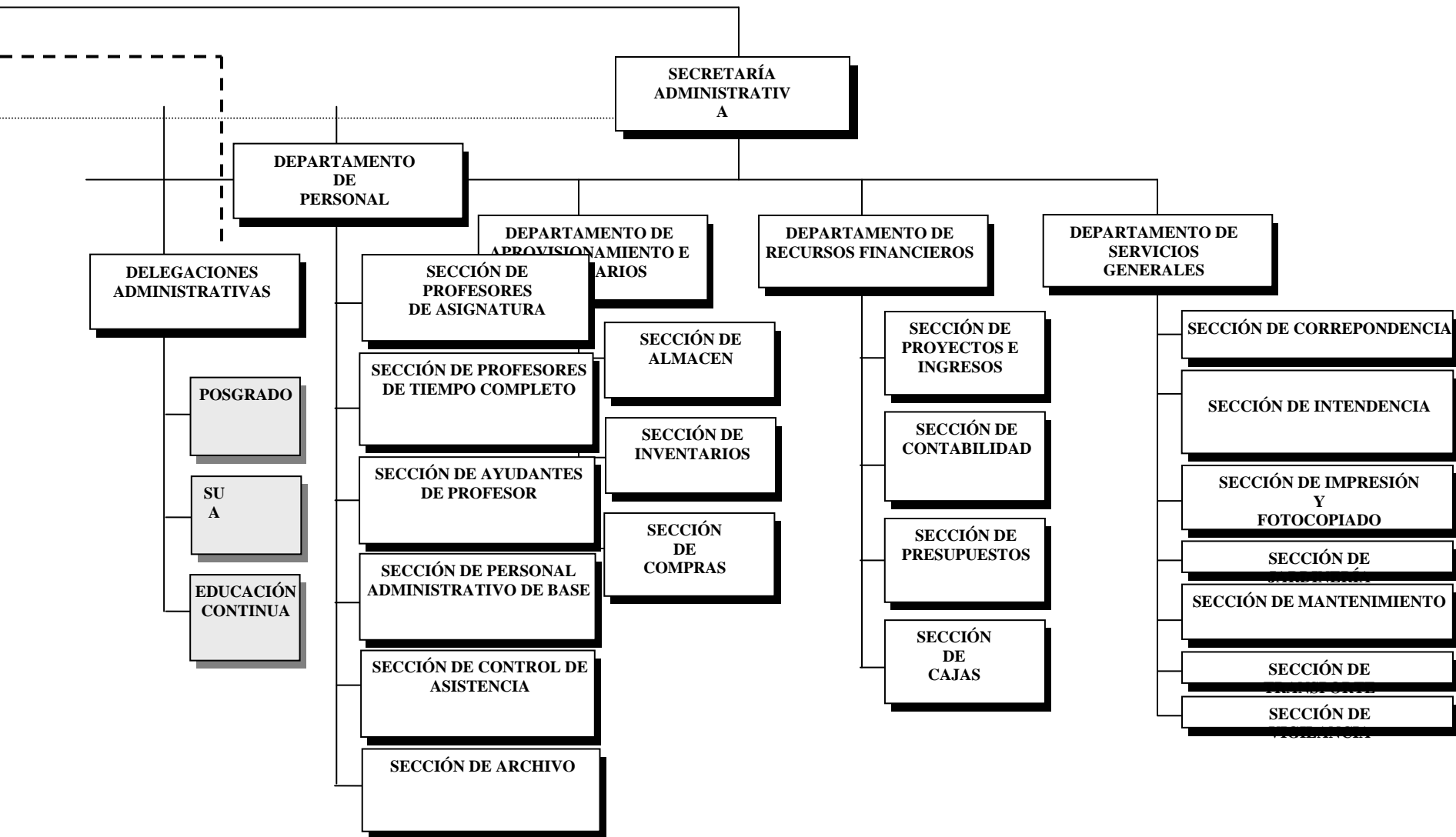
n.d. No hay dato

# ORGANIGRAMA DE LA FCPYS 2003



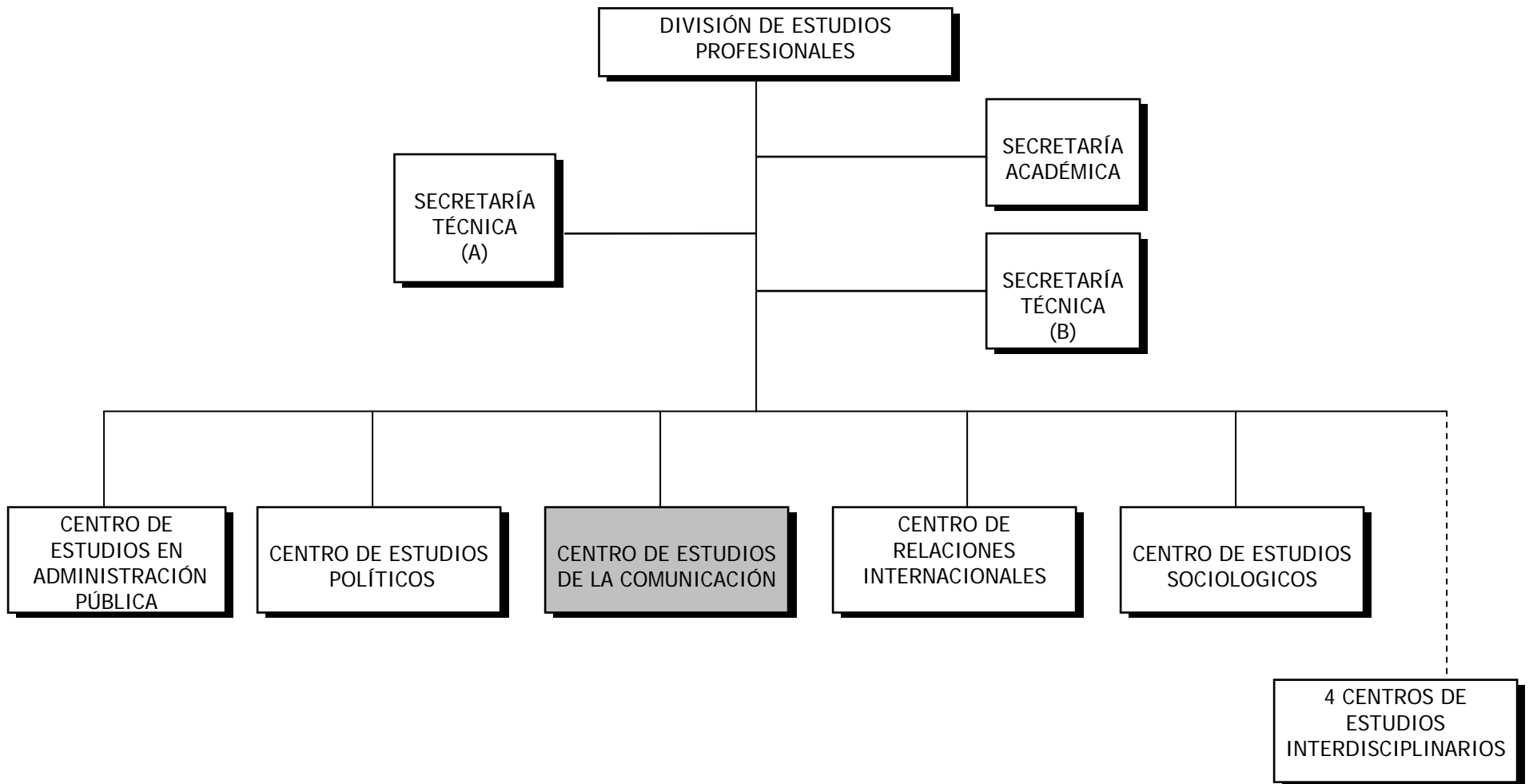






# DIVISIÓN DE ESTUDIOS PROFESIONALES

---



# Centro de Estudios de la Comunicación

DIVISIÓN DE ESTUDIOS PROFESIONALES  
**Mtra. Silvia Cabrera Nieto**

CENTRO DE ESTUDIOS DE LA COMUNICACIÓN  
**Dr. Rafael Reséndiz Rodríguez**

CONSEJO ASESOR INTERNO

COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
**Margarita Yopez**

SECRETARÍA ACADÉMICA  
**Federico del Valle**

SECRETARÍA TÉCNICA  
**Olivia Pineda**

3 Técnicos Académicos  
1 Secretaria  
3 Oficiales Administrativos

Seminario de Lenguaje

Seminario de Teorías

Seminario de Historia

Seminario de Redacción

Seminario de Metodología

Opción Periodismo en los Medios

Opción Publicidad

Opción Producción Audiovisual

Opción Com. Política

Opción Com. Organizac.

Ciencias de la Com. SUA

## 2.11 EFICIENCIA TERMINAL

### Estadísticas sobre servicio social, egreso y titulación

Respecto a los alumnos de Ciencias de la Comunicación que realizaron y concluyeron el Servicio Social en los últimos cuatro años, los datos son los siguientes:

SERVICIO SOCIAL CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN				
	2000	2001	2002	2003
Registrados	343	559	483	477
Cartas de liberación expedidas	434	418	571	120

Fuente: Informes anuales de la Coordinación de Orientación Escolar.

Para la UNAM un egresado es aquel que ha cubierto el 100% de los créditos establecidos en el plan de estudios correspondiente. Partiendo de lo anterior, el siguiente cuadro muestra las estadísticas de los últimos cuatro años respecto al egreso en la carrera de Ciencias de la Comunicación. Los datos de egreso de 2002 y 2003 corresponden exclusivamente a los egresados de la primera y segunda generación del nuevo plan de estudios, el de 1997.

EGRESO DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN		
AÑO	EGRESO PLAN 1997	EGRESO TOTAL
2000	*	668
2001	226	499
2002	202	951
2003	213	n.d.

\* Aun no egresaban los estudiantes del Plan de estudios 1997

Fuente: Egreso Plan 1997- Sría. de Servicios Esc. y Egreso Total- Agenda Estadística de la UNAM.

El cuadro anterior muestra en el rubro de **Egreso Plan 1997**, solo los egresados de cada generación de dicho Plan. En 2001 (semestre 2002-1), concluyeron 226 alumnos de la primera generación, la de 1998; en 2002 (semestre 2003-1) fueron 202 alumnos egresados de la segunda generación, la de 1999 y, en 2003 (semestre 2004-1) terminaron 213 estudiantes de la tercera generación, la del año 2000. La columna de **Egreso Total**, muestra el dato de egreso anual de la carrera e incluye tanto los egresados de las generaciones del nuevo Plan, como los alumnos rezagados de otras generaciones que cubrieron el 100% de sus créditos en ese año. Es importante mencionar que en la FCPyS sólo existen dos opciones de titulación, la elaboración de tesis y la tesina, esta última dirigida a personas con más de cinco años de egresados y con experiencia laboral en un área determinada sobre la cual versaría su trabajo de tesina.



La normatividad utilizada para todos los aspectos relacionados con la titulación está incluida en los artículos 18 al 21 del *Reglamento General de Exámenes* de la Universidad incluido en la Legislación Universitaria.

El Artículo 18 dice que “los objetivos de los exámenes profesionales y de grado son: valorar en conjunto los conocimientos generales del sustentante en su carrera o especialidad; que este demuestre su capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos y que posea criterio profesional.”

El Artículo 19 establece que en el nivel de licenciatura, el título se expedirá, a petición del interesado, cuando haya cubierto el plan de estudios respectivo y haya sido aprobado en el examen profesional correspondiente. El examen profesional comprenderá una prueba escrita y una oral. Los Consejos Técnicos de las Facultades o Escuelas podrán resolver que la prueba oral se sustituya por otra prueba escrita. Cuando la índole de la carrera lo amerite habrá, además, una prueba práctica.

De acuerdo al Artículo 20 del mismo reglamento, la prueba escrita podrá ser una tesis o, en los casos establecidos por el Consejo Técnico correspondiente:

- a) un trabajo elaborado en un seminario, laboratorio o taller, que forme parte del plan de estudios respectivo;
- b) un informe satisfactorio sobre el Servicio Social, si éste se realiza después de que el alumno haya acreditado todas las asignaturas de la carrera correspondiente, y si implica la práctica profesional.

El examen profesional oral podrá versar principalmente sobre la tesis, o sobre conocimientos generales de la carrera o especialidad, según lo determine el Consejo Técnico correspondiente; pero en todo caso deberá ser una exploración general de los conocimientos del estudiante, de su capacidad para aplicarlos y de su criterio profesional. Podrá realizarse en una o varias sesiones, según lo establezca el Consejo Técnico. El examen sobre conocimientos generales se ajustará a los lineamientos aprobados por el mismo consejo.<sup>78</sup>

<b>TITULADOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN</b>	
<b>AÑO</b>	<b>TITULADOS</b>
2000	171
2001	162
2002	153
2003	195

Fuente: Informe de Actividades 2003 de la FCPyS.

<sup>78</sup> Artículo 21. “Reglamento General de Exámenes”. Op. cit. Pág. 299.

Finalmente, en 2003 se emprendió la revisión de las modalidades de titulación. Después de un largo proceso de consulta, en el que se consideró abrir nuevas formas de examen profesional, se llegó a la conclusión de que era necesario reglamentar las opciones de titulación ofrecidas por los nuevos planes de estudio de 1997. Por este camino, el H. Consejo Técnico llegó al Acuerdo que establece un marco general de titulación que generaliza la opción de la tesina, como alternativa a la tesis, e incluye entre sus variantes: el informe de práctica profesional, la memoria de Servicio Social o la redacción de un ensayo en el marco de los seminarios de investigación y titulación. Este acuerdo pone a la Facultad al día en la reglamentación escolar y adopta alternativas introducidas ya por otras escuelas y facultades.

### Control de trayectoria escolar

Con la creación del *Programa de Fortalecimiento a los Estudios de Licenciatura*, la Facultad inició los trabajos de seguimiento de trayectoria escolar por generación, de tal forma que la División de Estudios Profesionales elaboró un documento que concentró el avance en créditos de los alumnos de las generaciones 2000, 2001, 2002 y 2003. Asimismo, hizo un reporte con las asignaturas de mayor reprobación por carrera y semestre; los semestres sobre los cuales se elaboró dicho reporte fueron: 2002-1, 2002-2 y 2003-1. Además, la Secretaría de Servicios Escolares cuenta con un sistema que le permite elaborar reportes por generación del porcentaje de avance en créditos que tiene cada alumno; esto permite diagnosticar egreso y niveles de rezago de acuerdo al avance curricular para tomar decisiones adecuadas al respecto.

En el caso de la primera, segunda y tercera generaciones del Plan de estudios 1997 de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación se cuenta ya con los siguientes datos:

TRAYECTORIA ESCOLAR PLAN DE ESTUDIOS 1997*							
GRADO DE AVANCE	% DE AVANCE EN CREDITOS	GENERACIÓN 1998	%	GENERACIÓN 1999	%	GENERACIÓN 2000	%
Abandono temprano	0%	22	4.22%	14	2.53%	71	11.81%
Rezago extremo	1 a 25%	105	20.15%	129	23.29%	77	12.82%
Rezago alto	2 a 50%	37	7.10%	37	6.68%	20	3.32%
Rezago intermedio	51 a 75%	29	5.57%	39	7.04%	57	9.48%
Rezago recuperable	76 a 99%	102	19.58%	133	24%	163	27.13%
Egreso	100% o más	226	43.38%	202	36.46%	213	35.44%
<b>Total de alumnos</b>		<b>521</b>	<b>100%</b>	<b>554</b>	<b>100%</b>	<b>601</b>	<b>100%</b>

\*En este cuadro sólo se presenta la trayectoria de las generaciones que ya cursaron los nueve semestres del Plan de Estudios.

Fuente: Secretaría de Servicios Escolares

A nivel de la UNAM, la *Dirección General de Evaluación Educativa* (DGEE) elabora trayectorias escolares de las distintas dependencias académicas de la Universidad, esta Dirección elaboró un documento con las trayectorias escolares de las generaciones 1986 a 1991 y 1998 a 1999, estas dos últimas generaciones estaban cursando apenas los primeros semestres del nuevo plan de estudios, el documento fue presentado a la Facultad en el año 2001. La DGEE sigue trabajando sobre las trayectorias escolares, pero aún no se tienen los resultados más recientes.<sup>79</sup>

### **Seguimiento de egresados**

Como se mencionó en el apartado de “Vinculación y educación continua”, el Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación no ha realizado un estudio de seguimiento de egresados. En la Facultad se realizó en 1993 una encuesta a egresados de todas las licenciaturas de la Facultad para conocer las opiniones, sugerencias y críticas en torno la formación académica que obtuvieron, además de conocer su ubicación en el mercado de trabajo y la relación entre su formación académica y sus actividades laborales. Los resultados fueron presentados de manera general y también con un desglose por carrera.

La *Dirección General de Planeación* de la UNAM aplica cuestionarios a todos los egresados que realizan sus trámites de titulación y publica los resultados anualmente bajo el título de *Perfil de los alumnos egresados del nivel licenciatura de la UNAM*.

En el año 2002 el *Programa de Vinculación con Exalumnos de la UNAM* inició los trabajos para crear el *Sistema de Seguimiento de Egresados de la UNAM*. El sistema incluyó la aplicación de cuestionarios a egresados de todas las carreras de licenciatura de la Universidad y se construyó a partir de indicadores derivados de los objetivos del modelo para seguimiento de egresados de la UNAM con los cuales se elaboró el cuestionario en el que se incluyeron las siguientes secciones: datos sociodemográficos, antecedentes académicos, experiencias en la incorporación al campo ocupacional de la profesión, situación laboral actual y opinión sobre la formación profesional.

La muestra para aplicar los cuestionarios fue “probabilística, estratificada proporcional por campus, plantel y carrera. Se obtuvo a partir de un listado generado por la Dirección General de Administración Escolar que incluye a los estudiantes que tenían 100 por ciento de créditos en el ciclo escolar 1997 y que contaban con datos para su localización. El total de la muestra fue de 2,244 egresados”<sup>80</sup> en toda la UNAM.

---

<sup>79</sup> *Trayectorias Escolares FCPyS*. Dirección General de Evaluación Educativa. Marzo 2001.

<sup>80</sup> *Programa de Vinculación con Ex alumnos*. Pág. 3.

Los cuestionarios fueron aplicados en su mayor parte vía telefónica (92%) y otros en línea (8%). En el resumen de resultados del Programa se expone que el 47% de los encuestados estudió carreras del área de Ciencias Sociales.

## Capítulo 3

# DIAGNÓSTICO DE LA EVALUACIÓN DEL PROGRAMA ACADÉMICO DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

## **3.1 RECONOCIMIENTOS Y RECOMENDACIONES AL PROGRAMA**

### **INTRODUCCIÓN**

El tercer capítulo de este trabajo es lo que la ACCECISO contempla como los reconocimientos y recomendaciones emitidas, después de realizar una revisión minuciosa de la autoevaluación del programa. Estos reconocimientos y recomendaciones siempre se elaboran en función de los criterios que debe cubrir un programa académico de Ciencias Sociales y que corresponden al conjunto de metodologías utilizadas por la ACCECISO en los procesos de acreditación de programas académicos, así como los referentes de evaluación o valores ideales que cada criterio implica.

Cabe señalar que el diagnóstico plasmado en este capítulo fue elaborado a partir de los criterios de la ACCECISO, pero bajo una percepción personal, motivo por el cual el programa aún puede quedar sujeto a la opinión de especialistas en la materia, quienes podrán hacer una evaluación aún más certera de la situación que guarda el programa académico de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Sin embargo, este documento puede ser el insumo principal para el inicio del proceso de acreditación del programa en cuestión.

Las opiniones vertidas en este apartado son el resultado de una intensa investigación documental, revisión de las instalaciones, visitas constantes a las oficinas del programa y a las áreas académico-administrativas de la Facultad, solicitudes de información a las áreas involucradas según los temas desarrollados en este trabajo, encuestas aplicadas a alumnos, profesores, egresados y empleadores del programa. Asimismo, es importante comentar que existieron algunos intercambios verbales de información con las autoridades del programa.

Considero necesario indicar que en varias de las recomendaciones, principalmente las que tienen que ver con servicios a los estudiantes, inevitablemente me he tenido que referir a las otras carreras que ofrece la FCPyS debido a que se comparten esos servicios y la infraestructura.

### **CONTEXTO REGIONAL E INSTITUCIONAL**

La Universidad Nacional Autónoma de México y sus dependencias de docencia y de investigación son ampliamente reconocidas por sus aportaciones a la sociedad, la ciencia y la tecnología. Asimismo, la UNAM es formadora de profesores e investigadores en todas las áreas de conocimiento.

En este apartado es importante mencionar que de acuerdo con los criterios de evaluación se considera que un programa académico debe ser pertinente o congruente con el contexto regional en el que se imparte y debe cubrir determinados requisitos institucionales.

En su contexto institucional es necesario mencionar que la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, como parte de la UNAM, está debidamente reconocida para otorgar títulos profesionales a nivel Licenciatura, cuenta con un presupuesto permanente, tiene facultades para proponer y otorgar nombramientos a profesores y, es reconocida por permitir la libertad de cátedra e investigación, lo cual se encuentra claramente establecido en la Ley Orgánica de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Particularmente en el ámbito regional, en primer lugar, se reconoce la importancia que tiene la FCPyS al ser la institución pionera en las Ciencias Sociales y en la licenciatura en cuestión a nivel nacional y regional. Lo anterior, además nos lleva a reconocer que el Programa Académico de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales tiene pertinencia en el contexto de la región donde se localiza, puesto que está ubicada en el Distrito Federal, que es la principal ciudad del país y en ella se localizan diversas opciones laborales relacionadas con la carrera, tal es el caso de los principales medios de comunicación a nivel nacional, instituciones del gobierno federal y de la entidad, muchas empresas del sector privado, así como muchas escuelas que ofrecen la carrera.

Sin embargo, a pesar de todos esos factores a favor, lo único que podría cuestionarse, al menos en lo que se refiere al programa académico de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, es la matrícula tan alta que maneja. Si bien, contar con un número elevado de estudiantes en determinada institución muchas veces puede ser relacionada con cuestiones de prestigio, no siempre es la mejor condición para la impartición de un programa académico. Esta opinión obedece a que una institución educativa debe ofrecer a sus alumnos la mejor calidad en todos los servicios de apoyo académico y una matrícula alta puede influir sobre esa calidad.

Como se nota en el apartado 2.1 *Contexto institucional y regional*, las instituciones que ofrecen programas académicos similares manejan, sin duda, matrículas mucho más bajas que la FCPyS, sin duda, algunas son más pequeñas; pero, no obstante, atender a aproximadamente 2,500 estudiantes en promedio por semestre no es tarea fácil, y menos aún si tomamos en cuenta que la Facultad, además, atiende a la población escolar de otras cuatro licenciaturas: Administración Pública, Ciencias Políticas, Relaciones Internacionales y Sociología.

Si bien sabemos que son las autoridades centrales universitarias las que definen las políticas de ingreso (incluido el cupo en cada licenciatura), considero que el programa debería elaborar un diagnóstico sobre sus condiciones de infraestructura, equipamiento y

servicios diversos y presentar la propuesta correspondiente para determinar el ingreso adecuado de alumnos a la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la FCPyS.

## **PERSONAL ACADÉMICO**

Respecto a la normatividad que rige los procesos relacionados con el personal académico, éstos están completos. El ingreso, promoción, cargas académicas, etc. se encuentran debidamente reglamentados en el Estatuto del Personal Académico de la UNAM. Asimismo, en los procesos de ingreso, permanencia y promoción interviene la Comisión Dictaminadora de Ciencias de la Comunicación, integrada por profesores del Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación y por algunos académicos externos a la institución.

Un programa académico debe contar con un número suficiente de profesores de carrera, de hecho uno de los criterios de ACCECISO dice: “es recomendable que si el programa es pequeño, cuente al menos con tres profesores de carrera, hasta llegar a un 20% del total de los profesores si el programa es grande”. Retomando lo anterior, en el caso de Ciencias de la Comunicación, los profesores de carrera adscritos al programa son 28, 17 técnicos académicos (algunos desarrollan actividades de docencia) y sus profesores de asignatura 280, esto nos da un total de 325 profesores, es decir, que 8.6% del total son de carrera. Así, el personal académico de carrera no representa ese 20%, sino poco menos de la mitad; además, considero que 28 profesores de carrera no pueden ser una parte representativa de docentes de tiempo completo para atender a una matrícula de más de dos mil estudiantes por semestre y por ende, parece bastante razonable que la cantidad de profesores de asignatura sea alrededor de 1000% mayor que la planta académica de tiempo completo.

Por otra parte, como se puede observar en los datos de la evaluación, la proporción de créditos impartida por profesores de tiempo completo es mucho menor (22%) que la de los de asignatura (78%). A pesar de que esta situación no es la ideal para el programa, tampoco podemos dejar de reconocer que la participación de los profesores de asignatura enriquecen la formación de los estudiantes, gracias a la experiencia profesional con que cuentan.

Tomando en cuenta lo anterior, sería importante que a nivel institucional se generaran las opciones para resolver este problema y lograr la proporción adecuada tanto de profesores de carrera, como de asignatura. No podemos dejar de mencionar que una de ellas, obviamente, es la necesaria contratación de más profesores de carrera para el programa.

Respecto a la formación profesional del personal académico adscrito al Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación, el capítulo 2 en el rubro de personal académico arroja la siguiente información: el 39% de los profesores de carrera cuenta con licenciatura, el 18% con maestría y el 43% con doctorado, esto nos hace ver que los grados académicos entre



este personal son muy desproporcionados, si bien un número alto de los profesores tiene doctorado, un número similar cuenta sólo con la licenciatura. De esta forma, una recomendación básica es que el programa impulse o apoye de alguna manera a los profesores para la realización de estudios de posgrado, o para la obtención del grado académico en maestría o doctorado, según sea el caso.

Otro dato importante de mencionar es que, de los 11 profesores de carrera con licenciatura, ocho la tienen en la disciplina del programa y cinco en otra área; tres profesores tienen la maestría en el área y dos en otra; en el caso de los doctores, 11 los tienen en otras disciplinas y sólo uno en Ciencias de la Comunicación. Se observa que en el caso de los profesores con Licenciatura y Maestría, es mayor el número de los que tienen el grado en la disciplina (en Comunicación). No así en el caso de los profesores que tienen grado de Doctor, quienes lo tienen en alguna otra disciplina. Esto no necesariamente puede ser perjudicial para el programa, puesto que existen cinco opciones terminales que requieren de la preparación de los profesores en otras áreas de conocimiento. No obstante, debería existir un equilibrio entre los profesores doctorados en la disciplina en cuestión y los de otras disciplinas. Asimismo, cabe señalar que el doctorado en comunicación es muy nuevo.

A través de la aplicación de cuestionarios a profesores de asignatura del programa, se obtuvo información respecto a las actividades profesionales que desempeña ese personal docente. Los cuestionarios muestran que entre las principales cargos y/o actividades que desarrollan se encuentran: la docencia en otras instituciones de educación superior (públicas y privadas), consultorías, asesorías, coordinación en alguna dependencia de gobierno, guionistas, conductores, actividades editoriales, actividades en áreas de información, investigación y periodismo.

En cuanto a las cargas académicas de los profesores, el Estatuto del Personal Académico, como se mencionó en el apartado de la evaluación del programa, incluyen el mínimo y máximo de horas clase que debe impartir un profesor de carrera. Es importante mencionar que en el Estatuto del Personal Académico el rubro de cargas académicas establece las obligaciones generales del personal académico, y deja abierta la opción de asignación de horas al Consejo Técnico de cada dependencia. Por ejemplo, en la FCPyS los profesores de asignatura, pueden impartir hasta cuatro materias, si los contenidos son afines y tres si son diferentes. Pero ni los profesores de carrera, ni de asignatura, tienen asignado un tiempo determinado para tutorías, investigación, atención a alumnos, asesoría y revisión de tesis, participación institucional, actualización y superación académica, producción de material didáctico, producción editorial en general, participación en eventos académicos, etc.

No obstante lo anterior, los profesores del programa desarrollan varias de las actividades arriba mencionadas, impulsados por los programas de estímulos existentes, en los cuales es requisito indispensable la realización de dichas actividades puesto que cada una de ellas significa la asignación de determinada puntuación para obtener un buen nivel de

estímulos a la productividad (nivel salarial). Una recomendación importante es que el programa cuente con lineamientos sobre cargas académicas, principalmente en el caso del personal de tiempo completo en las cuales se establezca claramente el tiempo que un profesor debe dedicar a cada actividad, y más aún si tomamos en cuenta que está a punto de implementarse un programa de tutorías.

Respecto a la antigüedad de los profesores se nota, por los datos presentados, que no hay movilidad (ingreso) de profesores de carrera. En el caso de los profesores de asignatura, según informan las autoridades del CECC, sí hay movilidad, pero esto se debe básicamente a que en los últimos años la institución abrió concursos para obtener la definitividad como profesor de asignatura. Cabe señalar que no existen cursos de inducción para profesores de nuevo ingreso, aunque sean de asignatura cuando es recomendable que los haya para darles las herramientas necesarias para un adecuado desarrollo de sus actividades en la institución.

Los cursos de actualización que el CECC organiza en coordinación con la DGAPA son una buena oferta de actualización para los profesores. Sin embargo, se observa que son pocos en número y no existe un equilibrio entre las temáticas de la disciplina y las de actualización pedagógica. El programa debe equilibrar y ampliar la oferta de ambos tipos de cursos. Asimismo, el Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación, independientemente de los cursos que organiza con la DGAPA, debe organizar otros cursos para sus profesores.

En este sentido, también es importante señalar que en los cuestionarios aplicados a los profesores (principalmente de asignatura), dicen que a pesar de que se enteran de la programación de esos cursos de actualización, no pueden asistir a ellos por problemas de horario, puesto que se desempeñan laboralmente en otras instituciones o empresas y los horarios de los cursos muchas veces no coinciden con sus tiempos disponibles. Si bien sabemos que es muy difícil coordinar los horarios de los cursos con los de los profesores de asignatura, quizás el CECC debería darse a la tarea de sondear entre estos docentes algunas opciones o propuestas para una parte importante de ellos pueda tener acceso a los cursos.

En el rubro de evaluación del desempeño de los profesores se observa que ha habido logros importantes en lo que se refiere a la presentación de informes anuales de actividades por parte de la planta docente, estos informes son utilizados en las Comisiones Dictaminadoras y Comisiones Especiales para efectos de asignación de estímulos, promoción y recontractación. Asimismo, la evaluación semestral de alumnos a profesores es permanente, pero no incide necesariamente en la situación laboral del profesor.

Respecto a los estímulos para profesores, a nivel institucional es destacable la existencia de diversos programas de apoyo, tanto de estímulos económicos como de aquellos apoyos para realizar estudios en el extranjero, así como para participar en eventos académicos

nacionales e internacionales. Los procesos de asignación de estímulos están debidamente reglamentados y se ofrecen a profesores de asignatura (PEPASIG), técnicos académicos y profesores de carrera (PRIDE, FOMDOC, PASPA, PAIPA). Es destacable que el 80% del personal de Tiempo Completo del centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación sea beneficiado por el PRIDE y la mayoría con nivel "C". Asimismo resulta muy positivo que el 29% de sus profesores de carrera pertenezcan al Sistema Nacional de Investigadores.

Finalmente es importante reconocer que la existencia de una normatividad para que los profesores de tiempo completo puedan desempeñarse en cargos administrativos o realizar actividades académicas fuera de la institución, enriquece el quehacer educativo gracias a la experiencia que adquieren los profesores por esta vía.

## **PLAN Y PROGRAMAS DE ESTUDIO**

El Plan de estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación cumple con cada uno de los requisitos establecidos en los criterios de evaluación de un programa académico de la ACCECISO. Es un documento completo puesto que cuenta con una justificación, están claramente establecidos cuáles fueron los cambios y el por qué de esos cambios, incluye perfil de ingreso, de egreso, opciones de titulación y mapa curricular. Este último tiene perfectamente definida la relación vertical y horizontal de las asignaturas respecto al tipo de materia, área de concentración temática, semestres, obligatoriedad, créditos y opciones terminales.

Por otra parte, el plan de estudios incluye los programas de cada una de las materias con cada uno de los siguientes rubros: créditos, semestre, área, duración del curso, tipo de asignatura, horas, horas a la semana, asignatura antecedente, asignatura consecuente, descripción, objetivo, contenido temático, métodos de enseñanza, formas de evaluación, bibliografía básica y bibliografía complementaria.

Sin embargo, debemos hacer énfasis en algunas cuestiones de forma y otras de fondo respecto al contenido del plan de estudios. Por ejemplo, sobre el objetivo que viene incluido en el plan de estudios, éste no es el objetivo de la licenciatura o del programa, es sólo el objetivo de la modificación del plan de estudios. Entonces, se recomienda elaborar el objetivo propio de la Licenciatura o del programa académico de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y difundirlo al interior y al exterior de la institución.

En cuanto a créditos, si tomamos en cuenta, por ejemplo que los CIEES consideran que un programa académico de licenciatura debe tener un máximo de 400 créditos, el plan de estudios de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la FCPyS, sin duda, cubre ese requisito al contar con 376 créditos. Sin embargo, si tomamos en cuenta que la tendencia mundial en educación superior se perfila hacia planes de estudios con entre 320

y 330 créditos, entonces el plan de estudios de Ciencias de la Comunicación deberá ajustarse en el corto plazo.

Respecto a los programas de las asignaturas, éstos contemplan, como se menciona en el párrafo anterior, el rubro de horas teóricas y prácticas, pero en ninguna de las asignaturas de plan se incluye el número de horas prácticas, sólo teóricas, a pesar de ser clara la existencia de materias muy prácticas, tal es el caso de los talleres de radio, televisión, fotografía, etc. Por otra parte, los programas presentan en la mayoría de los casos un objetivo general de la materia, pero en otros presentan objetivo general y objetivos específicos, o lo llaman sólo objetivo, o también objetivo general del curso. Si bien estas observaciones pueden parecer sólo de forma, no deben dejarse de lado puesto que deja ver que se elaboraron de forma independiente cada uno de los programas y no se realizó un trabajo de unificación del documento.

Sobre los mismos programas, existen en algunos casos descripciones y objetivos de las asignaturas muy precisos y extensos, incluso, la materia titulada *Semiótica*, incluye metas del curso; pero la información presentada en otras materias es muy concisa. Esta observación aplica también a la forma de presentar los contenidos de las asignaturas, en unos casos son sólo enumerados los temas y en otros es más elaborado el desarrollo de los mismos. Es claro que existen materias cuya naturaleza exige un contenido más o menos desarrollado o específico, dependiendo de si la materia es más técnica, o teórica o analítica. Sin embargo, es muy evidente que algunos contenidos se integraron muy meticulosamente y en cambio otros no recibieron el mismo tratamiento. En este sentido, se reconoce que el tipo de materia influye, sin duda alguna, en la elaboración y/o la extensión de los contenidos de cada una y que sería imposible tener uniformidad en los programas de todas, pero la observación vertida responde a que pareciera que el plan no pasó por un proceso de homologación al menos hasta donde fuera posible.

Sobre la bibliografía, en algunos casos la bibliografía básica es muy basta, hasta 21 referencias, pero en otros casos hay solo cuatro textos; quizás eso no signifique problema si consideramos lo expuesto en el párrafo anterior sobre el carácter de cada materia; pero también se observa que existen materias con bibliografía complementaria incluso más extensa que la básica. Aquí, debemos tomar en cuenta que la bibliografía complementaria puede ser o no consultada por el alumno, puesto que como su nombre lo indica es para complementar sus conocimientos; así entonces, la bibliografía básica es el soporte principal para el alumno y por lo tanto tiene mayor importancia. En este sentido, la recomendación es que exista un mínimo y un máximo de referencias bibliográficas en cada caso con el fin de equilibrar los dos tipos de bibliografía. Además, se entiende que ambas bibliografías siempre quedan abiertas a las sugerencias que el profesor haga al inicio del curso y/o durante el mismo.

Originalmente, el plan de estudios de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación incluye ocho materias optativas, con la información obtenida durante la presente

investigación se detectó, en las plantillas de cada semestre, que se programan más de 20 materias optativas, sin embargo no se obtuvo información sobre los programas de esas asignaturas. En general una de mis principales preocupaciones tanto en el caso de las materias optativas, como en la actualización de todo el contenido del plan de estudios, gira en torno a la socialización de las modificaciones realizadas. Esta preocupación radica en el hecho de que un estudiante o una persona externa puede consultar el documento impreso del plan o revisar los contenidos de las materias en Internet y lo que estaría viendo, sería información ya obsoleta. Al respecto, autoridades del programa informaron que los cambios se difunden cuando son aprobados por el H. Consejo Técnico de la FCPyS. Una recomendación importante es mantener actualizada la Página Web donde se encuentra el plan de estudios de la carrera y mantener informada a la comunidad estudiantil y docente sobre los cambios, ajustes o adecuaciones que se están haciendo a dicho plan.

En el caso específico de las actividades de seguimiento y evaluación del plan de estudios, se reconoce el esfuerzo de los órganos colegiados internos en el seno de los cuales se tratan estos temas, pero a pesar de ello, los informes de la Comisión para la Revisión y Adecuación del Plan de Estudios 1997 de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, reporta la falta de resultados en algunas asignaturas incluidas en las revisiones. Así, se recomienda concluir la revisión de las asignaturas pendientes y presentar los resultados. Aunado a esto, es importante decir que no existen, como lo dice el plan de estudios, instrumentos específicos que apoyen la evaluación integral y periódica del plan de estudios. De tal forma, también es recomendable que el programa cuente con un plan de trabajo anual o semestral para la actualización del plan de estudios y que elabore guías o instrumentos para la realización de este trabajo y de acuerdo al tipo de revisión que se haga (de objetivos del plan, de actualización de perfiles, de contenidos de las materias, de bibliografía, etc.).

Retomando la información sobre el mapa curricular y el análisis del número de asignaturas y porcentaje de créditos, podemos señalar que en lo que respecta a la distribución de asignaturas por área de conocimiento, en la formación inicial (primero al quinto semestre) se observa que existen equilibrio entre ellas, se cuenta con la misma proporción de asignaturas de redacción, metodología, lenguajes, teorías, historias y materias complementarias. En cuanto a las opciones terminales, se detectó que en periodismo en los medios, producción audiovisual y publicidad el mayor porcentaje de materias son del tipo teórico-analíticas y en segundo lugar las técnico instrumentales. En las opciones de comunicación política y comunicación organizacional, el principal peso lo tienen, también, las teórico-analíticas, pero en segundo lugar se encuentran las asignaturas teóricas.

De lo anterior podemos decir que por el carácter de las opciones terminales, el tipo de asignaturas que tienen prioridad responden a una lógica y en general los cuatro tipos de asignaturas (teóricas, teórico-analíticas, técnico-instrumentales y teóricas) muestran cierto equilibrio en el plan. No obstante, por el dato de porcentajes de reprobación obtenido en la

evaluación, es necesario recomendar la revisión de las materias de tipo metodológico, ya que en el octavo y noveno semestres (concretamente los seminarios de titulación) tienen el mayor porcentaje de reprobación.

Por otra parte, a través de los cuestionarios aplicados, los estudiantes opinaron que existe insuficiencia en las asignaturas de tipo práctico, para lo cual no necesariamente la recomendación debe ser abrir muchas más opciones de materias prácticas, pero si se recomienda hacer una revisión exhaustiva de las materias prácticas incluidas en el plan, elaborar un diagnóstico y determinar si es necesario o no abrir otras opciones y por qué.

### **PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE**

Los métodos e instrumentos de evaluación del aprendizaje, incluidas las calificaciones, oportunidades para acreditar asignaturas, tiempos para cubrir los créditos, sanciones disciplinarias, entre otros aspectos relacionados con ello, están incluidos en la normatividad de la UNAM (Reglamento General de Exámenes, Reglamento General de Inscripciones y Reglamento de General de Estudios Técnicos y Profesionales).

El plan de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación incluye los métodos de enseñanza recomendables en cada asignatura, si bien no todos son usados al pie de la letra, las encuestas aplicadas a los alumnos de la carrera constatan que la mayoría de los profesores, al menos utilizan como apoyo algunos elementos de apoyo audiovisual y ejercicios dentro y fuera del aula.

En lo que respecta a la vinculación de los alumnos con proyectos de investigación, se observa que existe muy poca difusión de la investigación de los profesores que pueden ofrecer un espacio a los alumnos para involucrarlos. Se recomienda abrir más opciones para que los alumnos participen en los proyectos de investigación de los profesores del programa, no solo como becarios, sino para desarrollar actividades de investigación, aunque éstas no sean remuneradas.

Las actividades extracurriculares (organizadas por el Departamento de Difusión de la Facultad) son diversas, tanto en el rubro cultural, como en el académico; cabe señalar que los estudiantes de Ciencias de la Comunicación se ven beneficiados con cursos directamente relacionados con la carrera como los de locución, dirección cinematográfica, producción radiofónica, entre otros. En este rubro sólo se puede sugerir al programa que participe directamente en la organización de los cursos, que haga sus propias propuestas y que los profesores adscritos al CECC participen en la impartición de estos cursos.

En lo que se refiere a la participación de los alumnos en proyectos de investigación, se detectó en los cuestionarios aplicados, que los estudiantes tienen poca o casi nula información sobre la existencia de proyectos de investigación tanto del programa, como de

la institución en general, por lo que se recomienda incrementar la difusión sobre la investigación que desarrollan los profesores del programa y abrir opciones de participación de los estudiantes en los proyectos de investigación.

Un caso muy particular es el de los idiomas, el cual en lo personal podría considerarlos una actividad extracurricular, puesto que la Facultad no los programa como obligatorios a pesar de ser requisito de titulación cubrir la comprensión de lectura de dos idiomas, o bien, la posesión de inglés o francés. Al respecto, opino que la institución debería considerar la posibilidad que incluir el idioma dentro del plan de estudios para hacerlo obligatorio, o quizás pedir al ingreso a la licenciatura un porcentaje mínimo del manejo del idioma. Esta opinión obedece también a la preocupación de que el requisito de idioma puede significar, por lo observado en la presente investigación, un obstáculo para la titulación.

Los porcentajes de reprobación son muy importantes en un programa académico; de acuerdo a los criterios de ACCECISO un programa académico de calidad no debe rebasar el 10% de reprobación en sus asignaturas. En la licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la FCPyS se detectó que en la formación inicial, que incluye los primeros cinco semestres de la carrera, los porcentajes de reprobación de las asignaturas oscilan entre 11.5% y 19%, los cuales rebasan el 10% mencionado.

En las opciones terminales los porcentajes más altos son los siguientes: opción *Periodismo en los Medios* tiene 16% de reprobación en Taller de periodismo, Taller de periodismo especializado I y Organización de unidades de comunicación; *Producción Audiovisual* tiene 14% de reprobación en Taller de apreciación estética y narrativa en los medios y 19% en Metodología de la investigación periodística en los medios audiovisuales; *Publicidad* tiene 15% de reprobación en Antropología del consumo; *Comunicación Política* tiene 26% de reprobación en la materia Teoría del comportamiento político y 23% en Teoría del conflicto y la negociación; *Comunicación Organizacional* tiene 13% de reprobación en la mitad de las asignaturas que imparte del sexto al octavo semestre. Finalmente es importante mencionar que los seminarios de titulación I y II tienen el 19% y 24% respectivamente de reprobación, cuestión nada alentadora si tomamos en cuenta que estos talleres está programados para que el alumno realice su tesis.

En general, como se observa en los dos párrafos anteriores todas las opciones terminales tienen porcentajes de reprobación mayores al 10%, lo cual no es favorable para el programa. No obstante, se reconoce que la opciones que abrió la institución para atender la reprobación (Programa de Fortalecimiento a los Estudios de Licenciatura de la UNAM) contribuirá sin duda a bajar los niveles de rezago en la población estudiantil. Así, se recomienda continuar con las acciones ya implementadas para resolver el problema y que el programa de Ciencias de la Comunicación busque otras opciones que apoyen el desarrollo académico de los estudiantes para revertir los altos porcentajes de reprobación. Asimismo, se recomienda dar especial atención a los seminarios de titulación con el fin de

bajar sus porcentajes de reprobación, para que ello también se refleje en la conclusión del trabajo de elaboración de tesis de los alumnos y por ende en la titulación.

La institución cuenta con un seguimiento de trayectorias escolares por generación (*Reporte de avance curricular por materia*), que permite detectar situaciones de permanencia, deserción y eficiencia terminal. Con las trayectorias escolares elaboradas por la Secretaría de Servicios Escolares de la FCPyS, se obtienen los avances en porcentaje de créditos de cada generación de alumnos de Ciencias de la Comunicación, lo cual sin duda es muy importante para el programa a fin de detectar niveles de rezago y poder tomar decisiones acorde a las necesidades de la licenciatura. A este respecto, es importante reconocer las opciones que ha brindado la institución para disminuir el rezago, tal es el caso del *Programa Emergente de Regularización Escolar*, donde los alumnos cursan en la modalidad SUA las materias que adeudan.

Respecto a lo anterior, se recomienda que el programa utilice la información de trayectorias escolares tanto para hacer análisis específicos sobre causas de deserción en la carrera, como usar los datos de las trayectorias y de esos análisis como un insumo permanente para la adecuada toma de decisiones relacionadas con el programa de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Parte de esas decisiones, según se encuentra documentado en el programa de Fortalecimiento a los Estudios de Licenciatura de la UNAM, de reciente implementación en la FCPyS, es la puesta en marcha del programa de tutorías para los alumnos. El inicio de las actividades de tutoría en la institución lo marca, sin duda, la impartición del *Taller de Tutoría para profesores de la Facultad*. Se reconoce este esfuerzo para echar a andar el programa a nivel institucional, pero debemos señalar que de acuerdo a la información obtenida, en dicho taller sólo participaron dos profesores del programa de Ciencias de la Comunicación (porque la DGAPA ofreció dos lugares solamente). A este respecto, se recomienda que las autoridades del programa fomenten la participación de sus profesores en el programa de tutorías para consolidarlo e iniciar lo más pronto posible los trabajos de tutoría con los estudiantes.

Actualmente, el programa de tutorías aún no muestra resultados concretos, pero es un buen comienzo el hecho de que ya estén programadas. Debido a que el programa de tutorías es institucional, se sugiere que las autoridades del programa de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación tomen en cuenta las particularidades de la carrera y de su población estudiantil para la implementación de las tutorías.

## **ALUMNADO**

El ingreso a la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, como a las demás carreras que ofrece la UNAM conlleva un proceso debidamente organizado y reglamentado. Como ya



se comentó en el desarrollo de la parte de evaluación del programa, se puede ingresar de dos formas, por pase reglamentado y por examen de selección. Lo que si es importante señalar es que, al ser general el ingreso a la licenciatura en la UNAM, no existe una relación directa entre el perfil de ingreso y los aspirantes a la licenciatura en Ciencias de la Comunicación. En este aspecto, el caso de la UNAM es muy particular puesto que el ingreso a esta institución es “masivo” (por llamarlo de alguna manera), lo cual dificulta, en el caso de los que ingresan por examen de selección, que exista una selección en relación al perfil de ingreso. No sucede lo mismo con los aspirantes que proceden de la Escuela Nacional Preparatoria (ingreso por pase reglamentado), quienes en el último año cursan materias del área económico-administrativa donde se les brinda una preparación previa al ingreso al área disciplinar de la licenciatura que van a cursar, la cual en parte se relaciona con el perfil de ingreso.

En cuanto a los cursos propedéuticos, dirigidos a los alumnos de primer ingreso, se sugiere que sean obligatorios para tener la certeza de que el estudiante cuando menos tiene idea de lo que le espera al cursar la licenciatura y, que se programen en grupos por carrera para relacionarlos directamente con las aptitudes que debe tener un estudiante para cursar la licenciatura en Ciencias de la Comunicación y se logre unificar el perfil del estudiante de recién ingreso.

La permanencia y acreditación de los alumnos están normadas por el Estatuto General de la Universidad y los Reglamentos Generales de Inscripción y de Exámenes, que entre otras cosas, regula el número de oportunidades para acreditar una materia, el tiempo máximo para cubrir los créditos del programa (tanto para alumnos de tiempo completo como parcial), así como las sanciones disciplinarias específicas, en estrecha correspondencia con el tiempo establecido en el plan de estudios.

Por otro lado, hablar del promedio de alumnos por grupo en el caso de la licenciatura que estamos revisando, y supongo que también en las otras licenciaturas de la FCPyS, es algo subjetivo en tanto que la información con la que se cuenta corresponde al número total de grupos y total de alumnos inscritos en esos grupos. De esta forma, considero que el dato puede verse un poco sesgado puesto que probablemente existan grupos con un número mínimo de estudiantes y algunos que cubran el máximo o incluso lo rebasen. Sin embargo esto no puede constatarse con la información obtenida y debido a que el cálculo realizado para obtener el promedio por grupo (dividir el total de alumnos entre el total de grupos) no es precisamente el más acertado.

Lo anterior se confirma si consideramos que según la Secretaría de Servicios Escolares de la Facultad oficialmente un grupo se abre con un mínimo de 10 alumnos y un máximo de 60, aunque en casos excepcionales se llegan a formar grupos de hasta 80 estudiantes. Así, es más que claro que no son las condiciones adecuadas de enseñanza-aprendizaje en el aula y la recomendación en este sentido estaría ligada con el comentario vertido al inicio de este último capítulo, respecto a la matrícula tan alta con la que cuenta el programa y

cómo esto tiene un efecto negativo en el programa académico en general. De hecho los criterios de la ACCECISO consideran que un grupo no debe tener más de 50 alumnos.

Por otra parte, al realizar la investigación y el acopio de información, se observó que en algunos casos (*ver nota de cuadros de aprobación, reprobación en materias optativas*) las platillas tienen registrados algunos grupos con uno o dos alumnos, lo que necesariamente nos lleva a sugerir una revisión de esos casos, debido a que como arriba se mencionó se requiere de un mínimo de 10 alumnos para abrir un grupo.

Aunado a lo anterior es importante señalar que la distribución de la matrícula total de la Facultad en los dos turnos es bastante desproporcionada, 69% en la mañana y 31% en la tarde (Secretaría de Servicios Escolares), por lo que se debería buscar una distribución más equilibrada con el fin, por supuesto, de proporcionar mejores servicios a los estudiantes del programa.

## **INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO**

Las aulas de los edificios A y B para la docencia son 75. Si tomamos en cuenta que tres se utilizan como laboratorios de cómputo, uno es bodega de intendencia y 11 espacios están tomados desde el inicio del conflicto estudiantil de 1999 por miembros del Consejo General de Huelga y otros grupos estudiantiles, el número de salones disponibles para cátedra es de 60, y aunque tres de ellos son realmente salones y los otros ocho son espacios muy pequeños (cubos o cubículos), bien podrían ser utilizados para grupos pequeños, por ejemplo los programados para idiomas o para los seminarios de titulación que . Aunado a lo anterior, en el transcurso de la investigación, al localizar grupos para aplicar la encuesta nos encontramos con que algunos grupos tomaban clase en la sala de juntas del CECC. Así, una recomendación de suma importancia es la necesidad de recuperar esos espacios que deben estar destinados a la impartición de clases; recuperación con la cual el programa estaría en posición de asignar un espacio a los grupos que toman clase en la sala de juntas, que si bien no son muchos, tampoco son las condiciones idóneas para impartir una cátedra. Por otro lado, es de reconocer que el mobiliario para alumnos se encuentra en muy buenas condiciones debido a que hace poco tiempo fue renovado, aunque 13 salones no cuentan con silla para profesor.

No está de más señalar que hay salones que no cuentan con el número exacto de bancas para el cupo que están destinados, en algunos casos se rebasa el número y en otros faltan. Es recomendable cumplir con el cupo de cada uno para que al programar los grupos no haya problema de disposición de bancas para los alumnos o se desperdicie el mobiliario. Asimismo, el programa debe hacer un análisis de la suficiencia de espacios para la impartición de clases por el alto número de alumnos que maneja y además por la dispareja distribución entre los alumnos atendidos en el turno matutino y en el vespertino (69% y 31% respectivamente).

En el rubro de laboratorios y equipo de apoyo a los estudiantes, se reconoce que la existencia del Hyperlab y el Aula Multimedia son dos muy buenas opciones para las prácticas escolares de los estudiantes. El equipo e infraestructura con que cuentan los laboratorios y talleres de televisión, radio, edición y fotografía, destinados a la formación de sus estudiantes, son accesibles en lo que se refiere a los mecanismos establecidos para su utilización. Sin embargo, en lo personal considero que si existe un problema en cuanto a la disponibilidad de equipo en relación al número de alumnos y del personal académico. No obstante lo anterior, se observó que el equipo se ha estado actualizando conforme los recursos de la institución lo han permitido y en este sentido no puede haber otra recomendación más que continuar con la modernización permanente del equipamiento de todos los talleres.

Respecto a los servicios de cómputo, es indiscutible que cuatro laboratorios, con 104 computadoras no pueden ser suficientes para atender a toda la población de la Facultad. Si tomamos en cuenta que de esos cuatro laboratorios sólo dos (47 computadoras) son de uso libre para los alumnos, son definitivamente insuficientes, incluso si fueran sólo para uso de los estudiantes del programa de Ciencias de la Comunicación (recordemos que el servicio de estos laboratorios es para los estudiantes de todas las licenciaturas que ofrece la FCPyS). Los otros dos laboratorios son utilizados para impartir cursos y clases que requieren de la utilización de equipo de cómputo. La encuesta aplicada a los alumnos nos deja claro que los servicios de cómputo son insuficientes para la población estudiantil, aunque reconocen que el equipo está actualizado y cuenta con acceso a Internet. Así entonces, la recomendación principal es ampliar la oferta de servicios de cómputo para uso de los estudiantes.

Con base en los datos recopilados sobre los servicios bibliotecarios que ofrece la FCPyS y los cuestionarios aplicados a los alumnos y egresados de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación es importante señalar que se reconoce una insuficiencia importante en lo que se refiere a espacio, disposición de títulos y de ejemplares, así como de actualización del acervo. Algunas de las deficiencias detectadas en particular son: libros insuficientes, espacio estrecho en el área de acervo, pocas computadoras para la búsqueda de títulos (algunas sin funcionar), el área de consulta sólo tiene catálogos en papel, se observan problemas de humedad (lo cual es negativo para la conservación del acervo) y si bien en el último informe de actividades se reportan avances significativos en la colocación de libros en proceso de encuadernación, aún existe un rezago importante, etc.

Indudablemente, los aspectos arriba mencionados impactan negativamente en el programa académico en cuestión. En vista de ello, una recomendación fundamental para el programa es atender las necesidades de actualización y suficiencia de bibliografía, readecuación y/o ampliación de su infraestructura, eficientar los servicios que proporciona (área de consulta, área de préstamo, etc.). Sin embargo, así como hacemos énfasis en estas recomendaciones, también podemos reconocer que los estudiantes no quedan del todo

desprotegidos si tomamos en cuenta que la UNAM en general ofrece una gama muy amplia de bibliotecas y hemerotecas para uso de todos los universitarios, (biblioteca central, biblioteca nacional, hemeroteca nacional, biblioteca y hemerotecas en todas sus facultades, escuelas e institutos, además de las bases de datos en línea a las que tiene acceso la Universidad).

Definitivamente el apoyo extra que ofrece la UNAM a los estudiantes, en este caso de Ciencias de la Comunicación, es muy importante, pero eso no exime a la Facultad de proporcionar servicios bibliotecarios suficientes y acorde a las necesidades de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación y de las otras disciplinas que ahí se imparten. Así, considero de suma importancia que la institución y el programa dediquen su máximo esfuerzo para mejorar los espacios, los servicios, actualizar el acervo y ampliar el número de adquisiciones en volúmenes para satisfacer la demanda de los estudiantes respecto a los servicios bibliotecarios y documentales.

Otro aspecto importante de mencionar es el estado físico que guardan las instalaciones de la Facultad, el cual deja mucho que desear puesto que los pasillos y paredes de los edificios de aulas se encuentran llenos de carteles de todo tipo, graffiti y otras pintas que dan un mal aspecto. Así, se recomienda reglamentar el uso de espacios para difusión y para manifestación de ideas. A este respecto, se recomienda que el programa junto con la Facultad elaboren un programa de sensibilización sobre la conservación de las instalaciones por parte de la comunidad.

Por otra parte es importante mencionar que el 95% del personal académico de tiempo completo cuenta con espacios de trabajo, ya sea éste un cubículo completo o compartido. Es de reconocer que la institución brinde infraestructura a los docentes para realizar sus actividades de docencia, investigación y/o extensión y difusión de la cultura. En el caso de los profesores por hora (de asignatura), éstos adolecen de tal ventaja, a pesar de poder hacer uso de la sala de juntas del Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación o en general las instalaciones del Centro, éstos no cuentan con un espacio específico para la realización de actividades o para dar asesoría a los alumnos. Se recomienda la apertura de espacios para profesores de asignatura, por ejemplo, la creación de una sala de trabajo exclusiva para estos docentes.

En el rubro de espacios de tipo audiovisual, se hace un importante reconocimiento al programa por contar con espacios suficientes para la realización de actividades académicas y culturales, tal es el caso de sus tres salas audiovisuales, una de ellas equipada para videoconferencias y el auditorio Ricardo Flores Magón, además de los salones con equipo audiovisual en los edificios de aulas.

Finalmente, en lo que se refiere a los espacios para la realización de actividades culturales y deportivas, podemos mencionar que en la Facultad se cuenta con los mínimos espacios

para el desarrollo de estas actividades, pero esto no desmerece puesto que el campus universitario ofrece una amplia gama de espacios para ello.

## **INVESTIGACIÓN**

Se reconoce la existencia de programas especiales de apoyo a proyectos de investigación por parte de la Universidad, lo cual es muy importante ya que ofrece recursos financieros para el desarrollo de la investigación del programa. Prueba de ello es la existencia de diversos proyectos de investigación de los profesores del CECC, que además han derivado en la elaboración de materiales didácticos de apoyo a los estudiantes del programa o en la creación de espacios para los mismos (Aula Multimedia, Hyperlab, Agencia de Noticias). Además, el programa tiene proyectos de profesores financiados por organismo externos, como CONACYT. Cabe señalar que estos programa de financiamiento institucional están debidamente reglamentados según lo muestran sus convocatorias anuales.

La Facultad en general cuenta con líneas de investigación entre las que destacan algunas específicas de comunicación. La investigación desarrollada por los profesores del programa es pertinente en tanto aborda temas sobre comunicación. En cuanto a la relación entre la investigación desarrollada por los profesores del Centro con las líneas de investigación institucionales, cabe señalar que no están del todo divorciadas, pero las líneas de investigación de la Facultad son realmente muy generales, cuando un proyecto de investigación suele ser muy específico, por lo que en este caso un proyecto podría relacionarse con varias líneas de investigación. Lo anterior no necesariamente puede ser negativo para el programa, pero considero que a través de las actividades que debe desarrollar la Coordinación de Investigación del CECC se pueden hacer ajustes (crear, cambiar, etc.) en las líneas de investigación institucionales, esto permitiría que haya una mejor relación entre líneas institucionales y proyectos de investigación del programa. Asimismo, se recomienda ampliar la difusión interna y externa de las líneas de investigación con que cuenta la institución y de los proyectos que desarrollan los profesores del programa, para con ello contribuir a la divulgación de los trabajos de investigación que realizan los docentes.

Por otra parte, los productos derivados de los proyectos de investigación son una fiel muestra del trabajo desarrollado por los docentes investigadores del CECC, pero son pocos los proyectos de los que han derivado esos productos. Se recomienda estimular a los profesores que cuentan con proyectos de investigación para que elaboren algunos trabajos o materiales (antologías, artículos de divulgación, etc.), que sirvan para la difusión de su investigación y para apoyar a otros profesores o a los alumnos en sus clases.

Es de destacar el trabajo desarrollado por la institución en pro de la investigación, a través del inicio de las actividades del llamado Consejo Interno de Investigación y de la creación de la Coordinación de Investigación en Comunicación en el CECC, ambas áreas dedicadas

a la búsqueda de la consolidación de la investigación, una de la Facultad en general y la otra del CECC en particular.

## **VINCULACIÓN Y EDUCACIÓN CONTINUA**

Se reconoce que el programa académico de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación cuenta con convenios de servicio social suficientes en cantidad. Respecto a la relación de instituciones y los programas que ofrecen podemos destacar que estas son instituciones del gobierno federal, del gobierno del Distrito Federal, Asociaciones Civiles e Instituciones de Educación Superior. En el caso de los convenios firmados para la realización de prácticas profesionales encontramos una importante participación de televisoras, radiodifusoras, periódicos, instituciones de educación superior, industrias del ramo editorial, organismos no gubernamentales y secretarías de Estado, lo cual sin duda contribuye a la formación profesional de los estudiantes e incluso de los egresados del programa.

La participación de los empleadores en la revisión del anterior plan de estudios de Ciencias de la Comunicación fue muy importante, pero debemos señalar que la relación con los empleadores se da a través de la bolsa de trabajo de la Facultad y no a través del programa. Se recomienda que el programa contemple la participación continua de los empleadores en la actualización de los planes de estudio, tal vez en el momento que se programe una evaluación o revisión general del plan, es decir, que no necesariamente tengan que participar en la actualización permanente de los contenidos de las asignaturas que realizan los cuerpos colegiados internos.

Un aspecto de suma importancia en un programa académico es el seguimiento de sus egresados, a través del cual se puede conocer la ubicación de éstos en el mercado laboral, así como obtener su opinión sobre la formación que recibieron, la relación de ésta con sus actividades laborales y la continuidad en su formación profesional. Desafortunadamente el programa académico de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación no cuenta con un seguimiento de egresados actual y que haya sido realizado propiamente el Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación o por la Facultad (el último seguimiento realizado en la Facultad data de 1993 y se quedó en la primera parte). Aunque debemos reconocer la existencia del seguimiento de los egresados realizado a nivel de la UNAM, la recomendación es que el CECC realice un seguimiento específico de sus egresados o bien que establezca vínculos con el Programa de Vinculación con Exalumnos de la Universidad para definir necesidades específicas para el seguimiento de los egresados de Ciencias de la Comunicación de la Facultad, lo cual sería muy enriquecedor para el programa.

A pesar de que se reporta en los informes anuales que la Facultad ha tenido grandes avances en la base de datos de los egresados, no hay trabajos específicos de vinculación con los mismos de parte de la institución. Por su parte, la Asociación de Egresados de

Ciencias Políticas y Sociales ha desarrollado actividades importantes en pro de la Facultad y en busca de mantener vínculos entre los egresados de todas las carreras de la FCPyS, lo cual es digno de reconocer, pero aún no se ha organizado una asociación de los egresados de Ciencias de la Comunicación en lo cual debería ser pionera la FCPyS, por ser la formadora del mayor número de comunicólogos del país.

En el rubro de Educación Continua se observa que existe una oferta importante de actos de educación continua para los egresados y para el público en general. Los diplomados, seminarios, etc. que ofrece la institución, versan sobre las Ciencias Sociales en general y sobre las disciplinas que ofrece la Facultad. Sin embargo en el caso particular de Ciencias de la Comunicación sólo se ofrecen el Diplomado en Comunicación Organizacional, el de Relaciones Públicas y el de Comunicación Política, los cuales no son programados todos los años, por lo que se recomienda que el CECC promueva la organización de más opciones de educación continua y actualización para sus egresados. Los cursos de idiomas para egresados, programados en el rubro de educación continua, se reconocen porque con ellos se apoya a los egresados para cubrir el requisito del idioma para la titulación.

## **PLANEACIÓN Y ORGANIZACIÓN**

La normatividad de la institución se compone por todos los reglamentos y estatutos incluidos en la Legislación Universitaria de la Universidad Nacional Autónoma de México. Si bien este documento regula todas las actividades académicas y administrativas de las dependencias de la Universidad, sería recomendable que la Facultad y el mismo CECC contaran con algunos reglamentos internos.

La FCPyS cuenta con el Plan de Desarrollo 2000-2004 en el que a través de siete programas estratégicos establece acciones a desarrollar en este periodo. En él se establece la misión de la Facultad, pero el documento carece de una parte diagnóstica, una visión, fortalezas y debilidades. Además, el programa académico de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación no cuenta con un plan de desarrollo, ni con una misión, ni una visión propias. Asimismo, es importante señalar que no existe difusión de la misión de la institución. Sería recomendable que el programa contara con un plan de desarrollo interno o con algún documento de planeación estratégica o al menos con programas de trabajo anuales con su respectivo seguimiento o evaluación.

Por lo que se pudo observar durante la investigación, la institución no cuenta con un seguimiento de las acciones plasmadas en su Plan de Desarrollo, etapa muy importante para la autoevaluación y seguimiento de resultados tanto de la institución, como del programa.

Asimismo, se recomienda que la institución concluya su manual de organización y elabore su manual de procedimientos, ya que se requiere que todo proceso académico y administrativo esté debidamente regulado y se realice en tiempo y forma.

En lo que se refiere a la vida colegiada y la participación, es de reconocerse que los últimos años las autoridades han apoyado el desarrollo del trabajo colegiado con la creación de órganos colegiados al interior de sus Centros de Estudios por Especialidad. En el caso del CECC, las actividades del Consejo Asesor Interno y de sus ejes o seminarios están debidamente reglamentadas.

Finalmente, en lo que se refiere al indicador establecido por ACCECISO sobre que el programa debe contar con sistemas de información completos y actualizados y de acuerdo a la investigación realizada, se observó que ni la institución ni el programa cuentan con bancos de datos, del personal académico actualizados y completos. Lo anterior se constató al encontrar diferentes fuentes de información sobre profesores, que en algunos casos diferían mucho unas de otras y estaban incompletas, por ejemplo, en el caso de las antigüedades del personal docente donde no se encontró toda la información, además de encontrar un caso en el que un técnico académico está adscrito a el CECC, pero no realiza sus actividades en el centro, sino en la Coordinación de Extensión Universitaria de la Facultad.

Sobre lo anterior, se recomienda tanto al programa, como a la institución la creación de sistemas de información tanto del personal académico, como del administrativo, así como de indicadores sustantivos (matrícula, egreso, titulación, etc.) completos, actualizados y de fácil acceso a nivel institucional puesto que toda esa información es insumo para toma de decisiones.

## **ADMINISTRACIÓN ACADÉMICA Y FINANCIAMIENTO**

En términos generales, el programa cuenta con el personal administrativo y académico-administrativo indispensable. Sin embargo, al ser un programa que debe brindar atención a una matrícula muy alta, se sugiere hacer una revisión de las necesidades de personal administrativo y/o académico-administrativo de apoyo.

La relación entre el sindicato y autoridades históricamente ha sido de conflicto, sin embargo, la administración ha puesto empeño en resolver esos problemas a través de un programa de mejoramiento de las relaciones laborales, incluido en su plan de desarrollo, lo que ha influido positivamente en el sentido de que las áreas que cuentan con una mayoría de personal sindicalizado no se vean afectadas por las diferencias entre personal y autoridades.



Respecto a la administración escolar, me parecen realmente obsoletos los procesos a través de los cuales realizan todo tipo de trámites escolares los alumnos. Esto queda más que claro al ver como hasta la fecha para inscribirse aún hacen largas filas. Se recomienda impulsar la modernización de los servicios escolares (inscripciones y trámites por Internet).

Sobre otros servicios, podemos hacer notar lo siguiente el servicio de fotocopios realmente es accesible en cuanto a economía se refiere, los horarios son adecuados, podría considerarse suficiente si sólo atendiera a la comunidad de Ciencias de la Comunicación, pero este servicio se ofrece a alrededor de 6 mil estudiantes (o sea la matrícula total de la Facultad). Lo anterior es más que evidente al observar las enormes filas que se hacen para acceder a este servicio.

El servicio de librería es absolutamente insuficiente, es muy pequeña y por ende cuenta con muy pocas publicaciones a la venta (sólo las que edita la FCPyS), cuando debería tener variedad en títulos relacionados no sólo con comunicación, sino con Ciencias Sociales en general. Además, la ubicación de la librería no es nada favorable.

La cafetería es muy pequeña e históricamente se sabe que no ofrece alimentos de calidad. Se sugiere abrir una cafetería con espacio suficiente y que ofrezca alimentos de calidad y accesibles económicamente para la comunidad.

El rubro de presupuesto no deja de ser importante en este apartado, y sobre él es necesario comentar que me queda clara la distribución por partidas que tiene establecida la UNAM y sobre la cual trabajan todas sus dependencias, pero considero que la asignación de los recursos, al menos en el caso de la Facultad, está centralizada y esto no favorece el desarrollo del programa académico o mejor dicho de los proyectos de trabajo del programa. Quizás sea conveniente que en algunos rubros se generen a nivel interno (de la Facultad), partidas específicas para los proyectos de sus Centros de Estudios, en este caso, el de Ciencias de la Comunicación.

## **EFICIENCIA TERMINAL**

La normatividad establecida para el proceso de titulación de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, está claramente establecida en la legislación Universitaria de la UNAM. En enero de 2004 el H. Consejo Técnico de la FCPyS aprobó, además de la tesis y tesina, otras variantes de titulación por tesina: el informe de práctica profesional, la memoria de servicio social o la redacción de un ensayo en el marco de los seminarios de investigación o titulación; esto apoya sin duda los procesos de titulación de sus egresados.

Si revisamos los datos presentados en el capítulo anterior sobre la eficiencia terminal, podemos decir lo siguiente: el porcentaje de titulados en relación al egreso fue de 25.59%

en el año 2000, 32.46% en 2001 y 16.08% en 2002; estas cifras están muy por debajo del 50% de egresados titulados establecido en los criterios de la ACCECISO. Así, considero urgente elaborar programas de apoyo a la titulación de egresados rezagados y de los recién egresados también.

Sobre la información obtenida de titulación de los años 2000 a 2003, debemos señalar que ésta corresponde en su mayoría a titulados de generaciones del plan de estudios anterior, debido a que la primera generación del Plan 1997 egresó en el semestre 2002-1. Estos datos hacen difícil establecer una relación real de ingreso-egreso-titulación y obtener el dato de los egresados rezagados de cada generación, puesto que las estadísticas muestran el número de titulados en general por año y no distingue a qué generación pertenecen. En lo que respecta al actual plan de estudios, con el Programa de Fortalecimiento a los Estudios de Licenciatura la Secretaría de Servicios Escolares inició el seguimiento de trayectorias escolares, a través de las cuales ya se puede detectar el avance de los alumnos de cada generación desde el primer semestre hasta su egreso. A este respecto, se recomienda al CECC obtener de dicha Secretaría los datos precisos sobre ingreso, egreso y titulación por generación para poder hacer un análisis objetivo de la eficiencia terminal generacional, con lo cual estaría en posición de tomar decisiones adecuadas para resolver los problemas de eficiencia terminal y/o titulación.

El trabajo de trayectorias escolares elaborado por la Secretaría de Servicios Escolares y la puesta en marcha del Programa de Fortalecimiento a los Estudios de Licenciatura, son muy importantes para apoyar el buen desarrollo académico de los estudiantes, más si tomamos en cuenta que el porcentaje de egreso de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación es de alrededor de 35%. De igual forma, si retomamos los datos de trayectoria escolar de los alumnos del plan de estudios 1997, presentados en el capítulo anterior, podemos observar que no es alentador que el porcentaje de alumnos incluidos en el nivel de abandono temprano vaya en aumento, del total de estudiantes de la generación 2000 estaba en este nivel de rezago, lo cual rebasa el máximo de 10% de deserción que la ACCECISO considera aún aceptable en un programa académico.

Finalmente, tomando en cuenta la inexistencia de seguimientos de egresados realizados por el programa académico de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, y como se mencionó en el rubro de Vinculación y Educación Continua, se recomienda que se inicien los trabajos necesarios para realizar el seguimiento a los egresados de dicha licenciatura, a través del cual se pueden obtener datos de utilidad para el desarrollo del programa (ubicación de los egresados en el mercado laboral, opinión sobre la formación profesional recibida, etc.).

## CONCLUSIONES

Los objetivos planteados al inicio de esta investigación fueron los siguientes:

- Reconocer la calidad del programa académico de la licenciatura escolarizada en Ciencias de la Comunicación e impulsar su mejoramiento, a través de las recomendaciones derivadas de la presente evaluación.
- Fomentar en la FCPyS y en el área responsable del programa académico de Ciencias de la Comunicación, una cultura de mejora continua.
- Propiciar que el desempeño del programa académico de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación alcance parámetros de calidad nacionales e internacionales.
- Contribuir a que el programa académico de Ciencias de la Comunicación disponga de recursos suficientes y de los mecanismos idóneos para asegurar la realización de sus propósitos.
- Promover cambios significativos en el programa evaluado, acordes con las necesidades sociales presentes y futuras.
- Fomentar que la FCPyS y sus áreas académicas cumplan con su misión y sus objetivos.
- Conocer el estado actual del programa académico de la licenciatura escolarizada en Ciencias de la Comunicación y su operación, basándonos en el uso de criterios ya reconocidos.
- Cubrir el primer requisito para la acreditación del programa académico de la licenciatura escolarizada en Ciencias de la Comunicación.
- Contribuir con un informe evaluatorio que sirva como guía para generar proyectos de mejoramiento para el programa académico de Ciencias de la Comunicación.
- Identificar fortalezas y debilidades de los programas académico de la licenciatura escolarizada en Ciencias de la Comunicación.

Los objetivos arriba descritos guiaron el desarrollo del presente trabajo, con el cual se espera contribuir positivamente al desarrollo del programa. La presente investigación es una “radiografía” de la situación que guarda el programa académico de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, que presenta las fortalezas y debilidades de dicho programa, las cuales en el último capítulo han sido traducidas en un diagnóstico de evaluación del programa que incluye recomendaciones y reconocimientos. Asimismo, este documento puede ser utilizado por las autoridades del programa como el trabajo de autoevaluación que se requiere para iniciar el proceso de acreditación de la licenciatura en cuestión.

La hipótesis elaborada para este trabajo de investigación consideró que el programa académico en cuestión no cumple al cien por ciento los requerimientos para lograr la excelencia en la calidad académica. Efectivamente, en el tercer capítulo de este trabajo se hizo el análisis correspondiente de cumplimiento de los criterios establecidos por la

Asociación para la Acreditación y Certificación en Ciencias Sociales A. C. (ACCECISO), los resultados fueron los esperados, el programa de Ciencias de la Comunicación cuenta con algunas deficiencias.

La FCPyS y el programa académico de Ciencias de la Comunicación al pertenecer a la UNAM cuentan con una serie de ventajas en el sentido de que si bien el programa puede tener algunos problemas internamente como son las condiciones de la biblioteca, los laboratorios de cómputo, los servicios de idiomas, las instalaciones culturales y deportivas, etc., estas deficiencias de alguna forma pueden ser subsanadas por los servicios que en general ofrece la Universidad a través de su amplia red de bibliotecas, de sus instalaciones deportivas, de sus áreas culturales, de su Centro de Lenguas Extranjeras, etc. Pero independientemente de ello, el programa académico tiene la obligación de cumplir con todos los servicios necesarios para el buen desarrollo de los estudiantes durante el tiempo que cursan su licenciatura, principalmente en el programa académico de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, que tiene áreas de especialización que requieren de servicios de apoyo académico específicos.

Retomando lo anterior, considero que si el programa desea someterse a un proceso de acreditación, antes debe hacer una minuciosa revisión del análisis presentado en esta investigación bajo el título de *Diagnóstico de la Evaluación del Programa Académico de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación*, el cual puede ser un insumo para realizar o iniciar proyectos para resolver los problemas presentados y también para fortalecer todos aquellos procesos ya iniciados para solucionar otros problemas que aquejaban al programa. A este respecto también puedo decir que el programa puede realizar a partir de este trabajo, un proceso de autoevaluación interna que le permita detectar si está en posibilidad de obtener una acreditación, si no es así, las autoridades debe ponerse metas a corto plazo que sirvan para cubrir la mayoría de los criterios de evaluación establecidos por la ACCECISO.

# ANEXOS

# **ANEXO 1**

## **MUESTRA DE CUESTIONARIOS APLICADOS A ALUMNOS, EGRESADOS, PROFESORES Y EMPLEADORES**

## CUESTIONARIO PARA ALUMNOS DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA FCPyS

### DATOS GENERALES

Edad \_\_\_\_\_

Sexo M  F

Generación \_\_\_\_\_

Semestre que cursa actualmente \_\_\_\_\_

Turno M  V

Opción terminal (si eres de 6to. a 9no. semestre) \_\_\_\_\_

Promedio \_\_\_\_\_

### PROFESORES

**¿Consideras que tus profesores cubren el perfil requerido para la materia que imparten?**

- LA MAYORÍA
- ALGUNOS
- NINGUNO

**¿Tus profesores te proporcionan el programa de la materia al inicio del curso?**

- LA MAYORÍA
- ALGUNOS
- NINGUNO

**¿Se apegan tus profesores a estos programas?**

- LA MAYORÍA
- ALGUNOS
- NINGUNO

**¿Tus profesores concluyen el programa de la materia durante el semestre?**

- LA MAYORÍA
- ALGUNOS
- NINGUNO

**¿Evalúas semestral o anualmente a tus maestros?**

- SI
- NO

**¿Consideras que esa evaluación contribuye al mejoramiento del desempeño de tus profesores?**

- SI
- NO

¿POR QUÉ? \_\_\_\_\_

### PLAN Y PROGRAMAS DE ESTUDIO

**¿Conoces el plan de estudios de tu carrera?**

- SI

NO

¿Qué opinas en general de tu plan de estudios?

---

---

¿Consideras que las asignaturas que has cursado son útiles para tu formación profesional?

SI

NO

¿POR QUÉ? \_\_\_\_\_

¿Consideras que la proporción de asignaturas teóricas es?

SUFICIENTE

INSUFICIENTE

EXCESIVA

¿Consideras que la proporción de asignaturas prácticas es?

SUFICIENTE

INSUFICIENTE

EXCESIVA

¿Consideras que los contenidos y la bibliografía de las asignaturas están actualizados?

SI

NO

¿POR QUÉ? \_\_\_\_\_

#### PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

¿Qué métodos de enseñanza utilizan sus profesores?

Exposición oral

Exposición audiovisual

Ejercicios dentro del aula (seminario, dinámicas de grupo, etc.)

Ejercicios fuera del aula (prácticas de campo, visitas guiadas, etc.)

#### INFRAESTRUCTURA Y EQUIPO

¿Consideras que las instalaciones de la biblioteca son adecuadas (en iluminación, espacio, ubicación, etc.)?

SI

NO

¿POR QUÉ? \_\_\_\_\_

¿Encuentras los libros que necesitas en la biblioteca?

SI

NO

¿Consideras que el acervo de tu biblioteca es?

SUFICIENTE



INSUFICIENTE	<input type="checkbox"/>	ACTUALIZADO	<input type="checkbox"/>
		OBSOLETO	<input type="checkbox"/>

**¿Consideras que el servicio y horario de la biblioteca es adecuado?**

SI

NO

¿POR QUÉ? \_\_\_\_\_

**¿Consideras que el equipo de cómputo para consulta de catálogos es suficiente?**

SI

NO

¿POR QUÉ? \_\_\_\_\_

**¿Consideras que el número de laboratorios de cómputo y su equipo son suficientes?**

SI

NO

¿POR QUÉ? \_\_\_\_\_

**¿El equipo de cómputo de los laboratorios está actualizado y tiene acceso a Internet?**

SI

NO

**¿Cómo calificas el servicio del préstamo del siguiente equipo: carrusel para diapositivas, tv y video, proyectores, cañones, pantallas, radio grabadoras, cámaras de video, etc.?**

BUENO

REGULAR

MALO

**¿Cuáles de los siguientes servicios te ofrece la Facultad para apoyar tu formación?** (Puedes marcar varias opciones)

Cabinas de radio

Estudios de televisión

Laboratorio de fotografía

Diaporamas

Islas de edición

Préstamo de equipo para grabación en locaciones

Salas de redacción

**¿Consideras que el equipo disponible en los servicios que marcaste en la pregunta anterior es?**

SUFICIENTE	<input type="checkbox"/>	ACTUALIZADO	<input type="checkbox"/>
		OBSOLETO	<input type="checkbox"/>

**¿Consideras que la calidad de los servicios que marcaste en la pregunta 22 es?**

- BUENA
- REGULAR
- MALA

### INVESTIGACIÓN

¿Conoces algún programa a través del cual puedas participar en los proyectos de investigación que se realizan en la Facultad?

SI

NO

¿CUÁL? \_\_\_\_\_

¿Conoces algún programa de becas para la realización de tesis?

SI

NO

¿CUÁL? \_\_\_\_\_

### VINCULACIÓN

¿Conoces alguna alternativa que ofrezca la institución para vincularte con el mercado laboral?

SI

NO

¿CUÁL? \_\_\_\_\_

### ADMINISTRACIÓN ACADÉMICA Y NORMATIVIDAD

¿Consideras que la calidad de los servicios escolares (inscripciones, reinscripciones, trámites de constancias, etc.) es?

BUENA

REGULAR

MALA

¿Conoces las opciones de titulación y sus requisitos?

SI

¿CUÁLES? \_\_\_\_\_

NO

**CUESTIONARIO PARA EGRESADOS DE LA LICENCIATURA EN  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA FCPyS**

**DATOS GENERALES**

**Edad** \_\_\_\_\_

**Sexo** M  F

**Estado Civil** Casado  Soltero  Otro

**Año de Ingreso a la Licenciatura** \_\_\_\_\_

**Año de Egreso de la Licenciatura** \_\_\_\_\_

**Generación** \_\_\_\_\_

**Promedio** \_\_\_\_\_

**Plan de estudios cursado**

1976

1997

**OTRO ¿CUÁL?** \_\_\_\_\_

**Si es del Plan 1997 ¿qué opción terminal cursó?**

Periodismo

Producción

Publicidad

Com. Política

Com. Organizacional

**¿Está titulado?**

SI

NO

**Si la respuesta fue SI, ¿Cuánto tiempo necesitó para titularse?**

1 a 2 años

3 a 5 años

5 años o más

5 años o más

5 años o más

5 años o más

**Si la respuesta fue NO, ¿Motivo por el cual no esta titulado?**

Cuestiones de trabajo

Cuestiones Familiares

Cuestiones de salud

Aún no concluye la tesis

**PROFESORES**

**¿Los profesores con los que tomó clase cubrieron sus expectativas de formación profesional?**

LA MAYORÍA

ALGUNOS

NINGUNO

## PLAN Y PROGRAMAS DE ESTUDIO

¿Qué opina en general del plan de estudios que cursó?

---

---

¿El plan de estudios que cursó cubrió sus expectativas de formación profesional?

SI

NO

¿POR QUÉ? \_\_\_\_\_

¿Considera que la calidad de la formación teórica que recibió fue?

EXCELENTE

BUENA

REGULAR

DEFICIENTE

¿Considera que la calidad de la formación práctica que recibió fue?

EXCELENTE

BUENA

REGULAR

DEFICIENTE

¿Considera que la relación entre la teoría y la práctica durante la licenciatura fue?

ALTA

MEDIANA

ESCASA

INEXISTENTE

**En su opinión, el Plan de estudios debería:**

Permanecer igual

Mejorar la organización de las asignaturas

Modificar el sistema de evaluación del aprendizaje

Cambiar los métodos de enseñanza

Modificar los contenidos de las asignaturas

Reestructurarse completamente

## INFRAESTRUCTURA Y EQUIPO

¿Durante el tiempo que cursó la licenciatura, la calidad de los servicios bibliotecarios (infraestructura, horario, préstamo a domicilio, etc.) fue?

EXCELENTE

BUENA

REGULAR

MALA

¿Durante el tiempo que cursó la licenciatura, considera que el apoyo obtenido del acervo bibliohemerográfico fue?

EXCELENTE

- BUENO   
REGULAR   
MALO

**¿En general, considera que la calidad de los servicios de cómputo (laboratorios y su equipamiento, horarios, etc.) fue?**

- EXCELENTE   
BUENA   
REGULAR   
MALA

#### VINCULACIÓN

**¿Forma parte de alguna Asociación de Egresados?**

- SI   
NO

¿CUÁL? \_\_\_\_\_

**¿Participa en los eventos para egresados que realiza la Facultad?**

- SI   
NO

POR QUÉ? \_\_\_\_\_

**¿Alguna vez ha sido invitado a participar en la revisión de planes de estudio de su carrera?**

- SI   
NO

POR QUÉ? \_\_\_\_\_

#### CONDICIÓN LABORAL ACTUAL

**¿Trabaja actualmente?**

- SI   
NO

**¿En qué sector se desempeña laboralmente?**

- PUBLICO   
PRIVADO

OTRO, ¿CUAL? \_\_\_\_\_

**¿Considera que la relación entre las actividades que realiza en su trabajo y sus estudios de licenciatura es?**

- ALTA   
MEDIANA   
ESCASA   
INEXISTENTE

**CUESTIONARIO PARA PROFESORES DE LAS LICENCIATURAS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES (FCPyS)**

**DATOS GENERALES**

Profesor de Carrera  Técnico Académico  Profesor de Asignatura

Adscripción \_\_\_\_\_

Antigüedad \_\_\_\_\_

Grado Académico LIC.  MAE.  DOC.  OTRO

Sexo M  F

¿Asignaturas que imparte en la Facultad? \_\_\_\_\_

¿Conoce la reglamentación para ingreso, permanencia, promoción y estímulo a los docentes?

Si   
No

¿Participa en los cursos de didáctica y actualización profesional que ofrece la institución?

Si   
No

Por qué \_\_\_\_\_

¿Cuáles han sido los últimos tres cargos en los que se ha desempeñado profesionalmente?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

¿Cómo vincula su práctica profesional con la docencia?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**CUERPOS COLEGIADOS**

¿Participa en algún órgano colegiado de la Facultad?

Si   
No

¿Cuál? \_\_\_\_\_

¿Cuántas veces se reunieron en los seis meses pasados?

\_\_\_\_\_

¿Tienen actas o minutas de esas reuniones?

Si   
No   
Algunas

¿Hacen seguimiento de los acuerdos ahí tomados?

Si   
No

## PLAN Y PROGRAMAS DE ESTUDIO

¿Cuál es su opinión general sobre el plan de estudios vigente?

---

---

¿Considera que los programas del plan de estudios están actualizados en temática y bibliografía?

Si

No

¿Por qué?

---

¿Participa usted en las revisiones y actualizaciones del Plan?

Si

No

¿Por qué?

---

¿Participa en la selección de nuevos libros y revistas para la biblioteca?

Si

No

¿Por qué?

---

## ALUMNADO

¿Cubren sus alumnos el perfil de actitudes, habilidades y conocimientos para llevar su materia?

Si

No

¿Los resultados de la evaluación semestral que hacen sus alumnos sobre su desempeño docente influye en sus estrategias didácticas?

Si

No

## PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

¿Qué medios audiovisuales y otras tecnologías utiliza en su aula?

---

---

¿Sabe cuáles son las materias con mayor índice de reprobación en su especialidad?

Si

No

¿Cómo participa en las acciones encaminadas a resolver este problema?

---

## INFRAESTRUCTURA

¿Cuenta con cubículo en su Centro de adscripción?

Si

No

**¿Tiene asignada computadora?**

Si

No



**CUESTIONARIO PARA EMPLEADORES DE LAS LICENCIATURAS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES (FCPyS)**

**DATOS GENERALES**

Institución o empresa que representa \_\_\_\_\_

Profesión \_\_\_\_\_

Puesto \_\_\_\_\_

Sexo                                              
                                    M                                      F

**OPINIÓN SOBRE ESTUDIANTES Y EGRESADOS DE LA FCPyS**

**¿Usted de qué institución educativa y de qué carrera es egresado?**

**¿Por qué su institución o empresa contrata a los estudiantes y/o egresados de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales?** (puede marcar varias opciones)

Actitudes                     

Valores                     

Habilidades                     

Conocimientos                     

Otro (s) ¿Cuál (es)? \_\_\_\_\_

**¿Generalmente de qué Licenciatura de la FCPyS su institución o empresa requiere más alumnos y/o egresados?** (puede marcar varias opciones)

Administración Pública                     

Ciencia Política                     

Ciencias de la Comunicación                     

Relaciones Internacionales                     

Sociología                     

**¿Generalmente cómo es la trayectoria laboral de los alumnos y/o egresados de la FCPyS en su institución o empresa?**

Permanecen por largo tiempo                     

Permanecen poco tiempo                     

**¿Cuál es la opinión de su institución o empresa sobre el desempeño laboral de los alumnos y/o egresados de la FCPyS?**

Buena                     

Regular                     

Mala                     

**¿Con qué frecuencia su institución o empresa promueve el ascenso laboral de los egresados contratados de la FCPyS?**

Regularmente                     

Esporadicamente                     

No hay promociones

**¿Qué desventajas considera usted que tienen los egresados de la FCPyS frente a los de otras instituciones educativas del D.F., ya sean públicas o privadas?**

---

---

---

**¿Participa su institución o empresa en proyectos de vinculación con la FCPyS?**

Si

No

¿Cuál (es)?

---

**¿Alguna vez su institución o empresa ha sido invitada por la FCPyS para participar en la actualización o modificación de planes de estudio de las carreras vinculadas con su ramo empresarial?**

Si

No

## **ANEXO 2**

# **RESULTADOS DE CUESTIONARIOS APLICADOS A ALUMNOS, EGRESADOS, PROFESORES Y EMPLEADORES**

**RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS ALUMNOS DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA FCPYS**

<b>IDENTIFICACIÓN</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
1	1	2.2
2	1	2.2
3	1	2.2
4	1	2.2
5	1	2.2
6	1	2.2
7	1	2.2
8	1	2.2
9	1	2.2
10	1	2.2
11	1	2.2
12	1	2.2
13	1	2.2
14	1	2.2
15	1	2.2
16	1	2.2
17	1	2.2
18	1	2.2
19	1	2.2
20	1	2.2
21	1	2.2
22	1	2.2
23	1	2.2
24	1	2.2
25	1	2.2
26	1	2.2
27	1	2.2
28	1	2.2
29	1	2.2
30	1	2.2
31	1	2.2
32	1	2.2
33	1	2.2
34	1	2.2
35	1	2.2
36	1	2.2
37	1	2.2
38	1	2.2
39	1	2.2
40	1	2.2

41	1	2.2
42	1	2.2
43	1	2.2
44	1	2.2
45	1	2.2
46	1	2.2
<b>Total</b>	46	100

<b>EDAD</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
	1	2.2
18	1	2.2
19	2	4.3
20	11	23.9
21	16	34.8
22	8	17.4
23	2	4.3
24	1	2.2
28	1	2.2
30	2	4.3
56	1	2.2
<b>Total</b>	46	100

<b>SEXO</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>FEM</b>	32	69.6
<b>MAS</b>	14	30.4
<b>Total</b>	46	100

<b>SEMESTRE</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
2°	4	8.7
4°	4	8.7
6°	20	43.5
8°	17	37
<b>PASANTE</b>	1	2.2
<b>Total</b>	46	100

<b>TURNO</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>0</b>	2	4.3
<b>MAT</b>	26	56.5
<b>MIX</b>	2	4.3
<b>VES</b>	16	34.8
<b>Total</b>	46	100

<b>CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>CC</b>	46	100

<b>PROMEDIO</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>0</b>	5	10.9
<b>7.8</b>	1	2.2
<b>8</b>	6	13
<b>8.3</b>	1	2.2
<b>8.5</b>	1	2.2
<b>8.6</b>	2	4.3
<b>8.61</b>	1	2.2
<b>8.85</b>	2	4.3
<b>8.87</b>	1	2.2
<b>8.9</b>	1	2.2
<b>9</b>	5	10.9
<b>9.05</b>	1	2.2
<b>9.1</b>	7	15.2
<b>9.18</b>	1	2.2
<b>9.2</b>	1	2.2
<b>9.22</b>	2	4.3
<b>9.26</b>	1	2.2
<b>9.3</b>	2	4.3
<b>9.37</b>	1	2.2
<b>9.5</b>	2	4.3
<b>9.6</b>	2	4.3
<b>Total</b>	46	100

<b>OPCION TERMINAL</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>0</b>	9	19.6
<b>Comunicación Organizacional</b>	6	13
<b>Comunicación Política</b>	11	23.9
<b>Periodismo</b>	4	8.7
<b>Producción</b>	8	17.4
<b>Publicidad</b>	8	17.4
<b>Total</b>	46	100

<b>¿Consideras que tus profesores cubren el perfil requerido para la materia que imparten?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>LA MAYORÍA</b>	19	41.3
<b>ALGUNOS</b>	27	58.7
<b>NINGUNO</b>	0	0.0
<b>Total</b>	46	100

<b>¿Tus profesores te proporcionan el programa de la materia al inicio del curso?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>LA MAYORÍA</b>	15	32.6
<b>ALGUNOS</b>	30	65.2
<b>NINGUNO</b>	1	2.2
<b>Total</b>	46	100

<b>¿Se apegan tus profesores a estos programas?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>LA MAYORÍA</b>	14	30.4
<b>ALGUNOS</b>	30	65.2
<b>NINGUNO</b>	2	4.3
<b>Total</b>	46	100

<b>¿Tus profesores concluyen el programa de la materia durante el semestre?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>LA MAYORÍA</b>	13	28.3
<b>ALGUNOS</b>	31	67.4
<b>NINGUNO</b>	2	4.3
<b>Total</b>	46	100

<b>¿Evalúas semestral o anualmente a tus maestros?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>SI</b>	43	93.5
<b>NO</b>	3	6.5
<b>Total</b>	46	100

<b>¿Consideras que esa evaluación contribuye al mejoramiento del desempeño de tus profesores?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>SI</b>	14	30.4
<b>NO</b>	32	69.6
<b>Total</b>	46	100

<b>¿Conoces el plan de estudios de tu carrera?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>SI</b>	44	95.7
<b>NO</b>	2	4.3
<b>Total</b>	46	100

<b>¿Qué opinas en general de tu plan de estudios?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>0</b>	3	6.5
<b>OPINIÓN FAVORABLE</b>	11	23.9
<b>OPINIÓN DESFAVORABLE</b>	15	32.6
<b>OPINIÓN INTERMEDIA</b>	17	37.0
<b>Total</b>	46	100

<b>¿Consideras que las asignaturas que has cursado son útiles para tu formación profesional?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>SI</b>	40	87.0
<b>NO</b>	6	13.0
<b>Total</b>	46	100

<b>¿Consideras que la proporción de asignaturas teóricas es?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>SUFICIENTE</b>	25	54.3
<b>INSUFICIENTE</b>	8	17.4
<b>EXCESIVA</b>	13	28.3
<b>Total</b>	46	100

<b>¿Consideras que la proporción de asignaturas prácticas es?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>SUFICIENTE</b>	4	8.7
<b>INSUFICIENTE</b>	41	89.1
<b>EXCESIVA</b>	1	2.2
<b>Total</b>	46	100

<b>¿Consideras que los contenidos y la bibliografía de las asignaturas están actualizados?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>SI</b>	15	32.6
<b>NO</b>	31	67.4
<b>Total</b>	46	100

<b>¿Qué métodos de enseñanza utilizan tus profesores?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>Exposición oral</b>	8	17.4
<b>Exposición audiovisual</b>	1	2.2
<b>Ejercicios dentro del aula (seminario, dinámicas de grupo, etc.)</b>	3	6.5
<b>Ejercicios fuera del aula (prácticas de campo, visitas guiadas, etc.)</b>	0	0.0
<b>Exposición oral y audiovisual</b>	9	19.6
<b>Exposición oral y ejercicios dentro del aula</b>	3	6.5
<b>Exposición oral y ejercicios fuera del aula</b>	1	2.2
<b>Exposición oral, audiovisual y ejercicios dentro del aula</b>	4	8.7
<b>Exposición oral, audiovisual y ejercicios fuera del aula</b>	2	4.3
<b>Exposición oral, ejercicios dentro y fuera del aula</b>	2	4.3
<b>Exposición oral, audiovisual, ejercicios dentro y fuera del aula</b>	13	28.3



Total	46	100
-------	----	-----

**¿Consideras que las instalaciones de la biblioteca son adecuadas (en iluminación, espacio, ubicación, etc.)?**

	Frequency	Percent
SI	15	32.6
NO	31	67.4
Total	46	100

**¿Encuentras los libros que necesitas en la biblioteca?**

	Frequency	Percent
SI	1	2.2
NO	45	97.8
Total	46	100

**¿Consideras que el acervo de tu biblioteca es?**

	Frequency	Percent
SUFICIENTE PERO OBSOLETO	2	4.3
INSUFICIENTE Y OBSOLETO	44	95.7
Total	46	100

**¿Consideras que el servicio y horario de la biblioteca es adecuado?**

	Frequency	Percent
SI	13	28.3
NO	33	71.7
Total	46	100

**¿Consideras que el equipo de cómputo para consulta de catálogos es suficiente?**

	Frequency	Percent
SI	7	15.2
NO	39	84.8
Total	46	100

**¿Consideras que el número de laboratorios de cómputo y su equipo son suficientes?**

	Frequency	Percent
SI	4	8.7
NO	42	91.3
Total	46	100

**¿El equipo de los laboratorios de cómputo está actualizado y tiene acceso a internet?**

	Frequency	Percent
SI	36	78.3
NO	10	21.7
Total	46	100

**¿Cómo calificas el servicio del préstamo del siguiente equipo: carrusel para diapositivas, tv y video, proyectores, cañones, pantallas, radio grabadoras, cámaras de video, etc.?**

	Frequency	Percent
0	1	2.2
BUENO	13	28.3
REGULAR	11	23.9
MALO	21	45.7
Total	46	100

**¿Cuáles de los siguientes servicios te ofrece la Facultad para apoyar tu formación?**

	Frequency	Percent
0	1	2.2
Cabinas de radio	1	2.2
Estudios de televisión	0	0.0
Laboratorio de fotografía	0	0.0
Diaporamas	0	0.0
Islas de edición	0	0.0
Préstamo de equipo para grabación en locaciones	0	0.0
Salas de redacción	0	0.0
Cabinas de radio y estudios de televisión	2	4.3
Cabinas de radio y laboratorio de fotografía	2	4.3
Estudios de televisión y diaporamas	1	2.2
Cabinas de radio, estudios de televisión y laboratorio de fotografía	8	17.4
Cabinas de radio, estudios de televisión y diaporamas	2	4.3
Cabinas de radio, estudios de televisión e islas de edición	1	2.2
Cabinas de radio, laboratorio de fotografía y diaporamas	2	4.3
Cabinas de radio, laboratorio de fotografía y préstamo de equipo para grabación en locaciones	1	2.2
Estudios de televisión, laboratorio de fotografía y diaporamas	1	2.2
Cabinas de radio, estudios de televisión, laboratorio de fotografía y diaporamas	2	4.3
Cabinas de radio, estudios de televisión, laboratorio de fotografía e islas de edición	3	6.5
Cabinas de radio, estudios de televisión, laboratorio de fotografía y préstamo de equipo para grabación en locaciones	3	6.5
Cabinas de radio, estudios de televisión, islas de edición y préstamo de equipo para grabación en locaciones	1	2.2
Cabinas de radio, laboratorio de fotografía, diaporamas y préstamo de equipo para grabación en locación	1	2.2
Cabinas de radio, laboratorio de fotografía, islas de edición y salas de redacción	1	2.2
Cabinas de radio, estudios de televisión, laboratorio de fotografía, diaporamas e islas de edición	3	6.5
Cabinas de radio, estudios de televisión, laboratorio de fotografía, diaporamas y préstamo de equipo para grabación en locación	1	2.2
Cabinas de radio, estudios de televisión, laboratorio de fotografía, diaporamas y salas de redacción	1	2.2

Cabinas de radio, estudios de televisión, laboratorio de fotografía, islas de edición y préstamo de equipo para grabación en locación	1	2.2
Cabinas de radio, estudios de televisión, laboratorio de fotografía, islas de edición y salas de redacción	2	4.3
Cabinas de radio, estudios de televisión, laboratorio de fotografía, diaporamas, islas de edición y préstamo de equipo para grabación en locación	1	2.2
Cabinas de radio, estudios de televisión, laboratorio de fotografía, diaporamas, préstamo de equipo para grabación en locación y salas de redacción	1	2.2
Cabinas de radio, estudios de televisión, laboratorio de fotografía, islas de edición, préstamo de equipo para grabación en locación y salas de redacción	1	2.2
Cabinas de radio, estudios de televisión, laboratorio de fotografía, diaporamas, islas de edición, préstamo de equipo para grabación en locación y salas de redacción	2	4.3
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

**¿Consideras que el equipo disponible en los servicios que marcaste en la pregunta anterior es?**

	Frequency	Percent
SUFICIENTE PERO OBSOLETO	3	6.5
INSUFICIENTE Y OBSOLETO	43	93.5
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

**¿Consideras que la calidad de los servicios que marcaste en la pregunta 22 es?**

	Frequency	Percent
0	2	4.3
BUENA	3	6.5
REGULAR	13	28.3
MALA	28	60.9
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

**¿Conoces algún programa a través del cual puedas participar en los proyectos de investigación que se realizan en la Facultad?**

	Frequency	Percent
SI	7	15.2
NO	39	84.8
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

**¿Conoces algún programa de becas para la realización de tesis?**

	Frequency	Percent
SI	6	13.0
NO	40	87.0
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

<b>¿Conoces alguna alternativa que ofrezca la institución para vincularse con el mercado laboral?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>SI</b>	21	45.7
<b>NO</b>	25	54.3
<b>Total</b>	46	100

<b>¿Consideras que la calidad de los servicios escolares (inscripciones, reinscripciones, trámites de constancias, etc.) es?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>BUENA</b>	6	13.0
<b>REGULAR</b>	22	47.8
<b>MALA</b>	18	39.1
<b>Total</b>	46	100

<b>¿Conoces las opciones de titulación y sus requisitos?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>SI</b>	29	63.0
<b>NO</b>	17	37.0
<b>Total</b>	46	100

**RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS EGRESADOS DE  
LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA FCPYS**

<b>IDENTIFICACIÓN</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
1	1	4.0
2	1	4.0
3	1	4.0
4	1	4.0
5	1	4.0
6	1	4.0
7	1	4.0
8	1	4.0
9	1	4.0
10	1	4.0
11	1	4.0
12	1	4.0
13	1	4.0
14	1	4.0
15	1	4.0
16	1	4.0
17	1	4.0
18	1	4.0
19	1	4.0
20	1	4.0
21	1	4.0
22	1	4.0
23	1	4.0
24	1	4.0
25	1	4.0
<b>Total</b>	25	100

<b>EDAD</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
0	1	4.0
21	1	4.0
22	1	4.0
23	2	8.0
24	4	16.0
25	6	24.0
27	3	12.0
29	2	8.0
30	1	4.0
31	1	4.0
33	1	4.0

34	1	4.0
39	1	4.0
<b>Total</b>	25	100

<b>SEXO</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>FEM</b>	18	72.0
<b>MAS</b>	7	28.0
<b>Total</b>	25	100

<b>Estado Civil</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>Casado</b>	2	8.0
<b>Soltero</b>	23	92.0
<b>Total</b>	25	100

<b>Ciencias de la Comunicación</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>System</b>	25	100

<b>Año de Ingreso a la Licenciatura</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
1986	1	4.0
1988	2	8.0
1991	1	4.0
1993	2	8.0
1994	3	12.0
1995	3	12.0
1997	4	16.0
1998	3	12.0
1999	2	8.0
2000	4	16.0
<b>Total</b>	25	100

<b>Año de Egreso de la Licenciatura</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
1990	1	4.0
1991	2	8.0
1994	1	4.0
1996	1	4.0
1997	2	8.0
1998	3	12.0
1999	1	4.0
2000	2	8.0
2001	2	8.0
2002	2	8.0

2003	4	16.0
2004	4	16.0
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

<b>Promedio</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
0	1	4.0
7	1	4.0
8	1	4.0
8.12	1	4.0
8.15	1	4.0
8.23	1	4.0
8.3	1	4.0
8.45	2	8.0
8.5	2	8.0
8.6	1	4.0
8.61	1	4.0
8.9	1	4.0
8.95	1	4.0
9	1	4.0
9.12	1	4.0
9.2	1	4.0
9.4	1	4.0
9.5	1	4.0
9.56	1	4.0
9.76	1	4.0
9.77	1	4.0
9.8	1	4.0
9.98	1	4.0
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

<b>Plan de estudios cursado</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
1976	15	60.0
1997	10	40.0
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

<b>Si es del Plan 1997 ¿qué opción terminal cursó?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
0	15	60.0
Periodismo	1	4.0
Producción	1	4.0
Publicidad	4	16.0
Com. Política	1	4.0
Com. Organizacional	3	12.0
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

<b>¿Está titulado?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>SI</b>	6	24.0
<b>NO</b>	19	76.0
<b>Total</b>	25	100

<b>Si la respuesta es SI, ¿cuánto tiempo necesitó para titularse?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>0</b>	18	72.0
<b>1 a 2 años,</b>	5	20.0
<b>3 a 5 años</b>	1	4.0
<b>5 años o más</b>	1	4.0
<b>Total</b>	25	100

<b>Si la respuesta fue NO ¿Motivo por el que no está titulado?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>0</b>	6	24.0
<b>Cuestiones de trabajo</b>	8	32.0
<b>Cuestiones familiares</b>	0	0.0
<b>Cuestiones de salud</b>	0	0.0
<b>Aún no concluye la tesis</b>	7	28.0
<b>Cuestiones de trabajo y familiares</b>	1	4.0
<b>Cuestiones de trabajo y de salud</b>	1	4.0
<b>Cuestiones de trabajo y no concluye</b>	2	8.0
<b>Total</b>	25	100

<b>¿Los profesores con los que tomó clase cubrieron sus expectativas de formación profesional?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>LA MAYORÍA</b>	11	44.0
<b>ALGUNOS</b>	14	56.0
<b>NINGUNO</b>	0	0.0
<b>Total</b>	25	100

<b>¿Qué opina en general del plan de estudios que cursó?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>0</b>	1	4.0
<b>Bueno, me hubiera gustado llevar el plan 1997.</b>	1	4.0
<b>Bueno, porque es de posibilidades amplias.</b>	1	4.0
<b>Creo que aun tiene carencias en cuanto a los contenidos.</b>	1	4.0
<b>El plan está muy bien diseñado, pero desafortunadamente en la Facultad no hay profesores que realmente dominen las asignaturas y, en específico en las opciones terminales.</b>	1	4.0
<b>El plan tiene algunas deficiencias, no es tan práctico.</b>	1	4.0
<b>El tronco común fue muy extenso, el tiempo que debió dedicarse a materias de especialización.</b>	1	4.0



En algunos casos muy generalizado y muy cultural, pero faltó especializarse.	1	4.0
En general es bueno aunque faltaban algunas especialidades y prácticas de comunicación.	1	4.0
En la etapa de formación de formación básica excelente, pero en materias de la carrera muy obsoleto, existían muchos elementos que lo volvían atrasado.	1	4.0
Falta mas práctica, no es muy completo.	1	4.0
Falta práctica y generación de proyectos que sirvan como cartas de presentación.	1	4.0
Falta reforzar en algunas materias de metodología, la bibliografía y el tiempo en el sentido de que el profesor apoye, asesore al alumno.	1	4.0
Faltaba implementar prácticas de campo.	1	4.0
Fue bueno ya que entramos directamente a los tópicos que aluden a la profesión, lo cual ayuda pues no divagamos.	1	4.0
Fue muy austero y poco actualizado.	1	4.0
Fue muy teórica, no permitió obtener un panorama mas amplio de la practicidad en el campo laboral. Tiene una sola opción de titulación.	1	4.0
Le faltaba iniciar la especialización desde los primeros semestres, estaba muy enfocado a periodismo.	1	4.0
Me hubiera gustado tener mas materias en el área de especialización (publicidad) y mayor conocimiento en el aspecto práctico de la carrera.	1	4.0
Muchas materias teóricas y poco útil para la practica profesional. Profesores de poca experiencia profesional en periodismo producción y publicidad.	1	4.0
Muy bueno porque los maestros eran de los que actualizaban la información que nos impartían.	1	4.0
Necesitamos más, creo que finalmente la especialización nos deja con muchos vacíos.	1	4.0
No está actualizado.	1	4.0
Poseía una formación ideológica, pero faltaba poner mas atención en el factor práctico.	1	4.0
Teníamos a diferencia del de ahora una visión mas extensa pues ahora solo los alumnos tendrán menos trabajo pues sus opciones terminales así lo establecen.	1	4.0
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

<b>¿El plan de estudios que cursó cubrió sus expectativas de formación profesional?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>0</b>	1	4
<b>SI</b>	11	44
<b>NO</b>	13	52
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

<b>¿Considera que la calidad de la formación teórica que recibió fue?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>EXCELENTE</b>	8	32.0
<b>BUENA</b>	17	68.0
<b>REGULAR</b>	0	0.0
<b>DEFICIENTE</b>	0	0.0
<b>Total</b>	25	100

<b>¿Considera que la calidad de la formación práctica que recibió fue?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>EXCELENTE</b>	1	4.0
<b>BUENA</b>	5	20.0
<b>REGULAR</b>	12	48.0
<b>DEFICIENTE</b>	7	28.0
<b>Total</b>	25	100

<b>¿Considera que la relación entre la teoría y la práctica durante la licenciatura fue?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>ALTA</b>	1	4.0
<b>MEDIANA</b>	11	44.0
<b>ESCASA</b>	13	52.0
<b>INEXISTENTE</b>	0	0.0
<b>Total</b>	25	100

<b>En su opinión, el plan de estudios debería:</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>Permanecer igual</b>	1	4.0
<b>Mejorar la organización de las asignaturas</b>	6	24.0
<b>Modificar el sistema de evaluación del aprendizaje</b>	1	4.0
<b>Cambiar los métodos de enseñanza</b>	5	20.0
<b>Modificar los contenidos de las asignaturas</b>	1	4.0
<b>Modificar organización y cambiar métodos de enseñanza</b>	1	4.0
<b>Modificar organización y modificar contenidos</b>	5	20.0
<b>Modificar el sistema de evaluación del aprendizaje y cambiar métodos de enseñanza</b>	1	4.0
<b>Cambiar los métodos de enseñanza y modificar contenidos de las asignaturas</b>	3	12.0
<b>Mejorar organización, modificar sistema de evaluación, cambiar métodos de enseñanza y modificar contenidos de las asignaturas</b>	1	4.0
<b>Total</b>	25	100

**¿Durante el tiempo que cursó la licenciatura, la calidad de los servicios bibliotecarios (infraestructura, horario, préstamo a domicilio, etc.) fue?**

	Frequency	Percent
EXCELENTE	5	20.0
BUENA	9	36.0
REGULAR	11	44.0
MALA	0	0.0
Total	25	100

**¿Durante el tiempo que cursó la licenciatura, considera que el apoyo recibido del acervo bibliohemerográfico fue?**

	Frequency	Percent
EXCELENTE	3	12.0
BUENA	13	52.0
REGULAR	9	36.0
MALO	0	0.0
Total	25	100

**¿En general, considera que la calidad de los servicios de cómputo (laboratorios y su equipamiento, horarios, etc.) fue?**

	Frequency	Percent
EXCELENTE	0	0.0
BUENA	9	36.0
REGULAR	11	44.0
MALA	5	20.0
Total	25	100

**¿Forma parte de alguna asociación de egresados?**

	Frequency	Percent
0	1	4.0
SI	0	0.0
NO	24	96.0
Total	25	100

**¿Participa en los eventos para egresados que realiza la Facultad?**

	Frequency	Percent
0	1	4.0
SI	1	4.0
NO	23	92.0
Total	25	100

**¿Alguna vez ha sido invitado a participar en la revisión de planes de estudio de su carrera?**

	Frequency	Percent
0	1	4.0
SI	1	4.0
NO	23	92.0
Total	25	100

<b>¿Trabaja Actualmente?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>0</b>	0	0.0
<b>SI</b>	18	72.0
<b>NO</b>	7	28.0
<b>Total</b>	25	100

<b>¿En qué sector se desempeña laboralmente?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>0</b>	7	28.0
<b>PÚBLICO</b>	6	24.0
<b>PRIVADO</b>	11	44.0
<b>PÚBLICO Y PRIVADO</b>	1	4.0
<b>Total</b>	25	100

<b>¿Considera que la relación entre las actividades que realiza en su trabajo y sus estudios de licenciatura es?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>0</b>	7	28.0
<b>ALTA</b>	6	24.0
<b>MEDIANA</b>	4	16.0
<b>ESCASA</b>	8	32.0
<b>INEXISTENTE</b>	0	0.0
<b>Total</b>	25	100

**RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS PROFESORES DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA FCPyS**

<b>IDENTIFICACIÓN</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
12	1	6.3
13	1	6.3
14	1	6.3
15	1	6.3
16	1	6.3
17	1	6.3
18	1	6.3
19	1	6.3
20	1	6.3
21	1	6.3
22	1	6.3
23	1	6.3
24	1	6.3
25	1	6.3
26	1	6.3
27	1	6.3
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

<b>NOMBRAMIENTO</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>Profesor De Carrera</b>	1	6.3
<b>Técnico Académico</b>	0	0
<b>Profesor De Asignatura</b>	15	93.8
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

<b>ADSCRIPCIÓN</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>CECC</b>	16	100

<b>ANTIGÜEDAD</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>0</b>	1	6.3
<b>1 año</b>	1	6.3
<b>10 años</b>	1	6.3
<b>11 años</b>	1	6.3
<b>17 años</b>	1	6.3
<b>2 años</b>	1	6.3
<b>22 años</b>	1	6.3
<b>28 años</b>	1	6.3
<b>3 años</b>	2	12.5
<b>3 meses</b>	1	6.3

4 años	2	12.5
6 años	1	6.3
7 años	1	6.3
9 años	1	6.3
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

<b>GRADO ACADÉMICO</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
0	1	6.3
Doctorado	3	18.8
Licenciatura	2	12.5
Maestría	10	62.5
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

<b>SEXO</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
FEM	6	37.5
MAS	10	62.5
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

<b>¿Asignaturas que imparte en la Facultad?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
4 licenciatura y 2 en Posgrado	1	6.3
Metodológica	1	6.3
Metodológica	1	6.3
Metodológica y Técnico Instrumental	1	6.3
Metodológica y Teórico Analítica	1	6.3
Técnico Instrumental	2	12.5
Técnico Instrumental y Teórico	1	6.3
Teórica	1	6.3
Teórico Analítica	3	18.8
Teórico Analítica y Técnico Instrumental	1	6.3
Teórico Analítica y Teórica	3	18.8
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

<b>¿Conoce la reglamentación para ingreso, permanencia, promoción y estímulo a los docentes?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
Si	8	50
No	8	50
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

<b>¿Participa en los cursos de didáctica y actualización profesional que ofrece la institución?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
Si	7	43.8
No	9	56.3
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

<b>¿Cuáles son los últimos tres cargos en los que se ha desempeñado profesionalmente?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>0</b>	2	12.5
<b>PROFESOR EN LA FCPYS</b>	1	6.3
<b>PROFESOR EN LA UNAM</b>	2	12.5
<b>CARGOS EN INSTITUCIONES DE GOBIERNO</b>	2	12.5
<b>PROFESOR EN OTRAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR</b>	3	18.8
<b>PROFESOR EN LA FCPYS Y EN OTRAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR</b>	5	31.3
<b>PROFESOR EN LA FCPYS, EN OTRAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR Y EN INSTITUCIONES DE GOBIERNO</b>	1	6.3
<b>Total</b>	16	100

<b>¿Cómo vincula su práctica profesional con la docencia?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>0</b>	1	6.3
<b>CON INVESTIGACIÓN</b>	3	18.8
<b>APLICANDO CASOS PRÁCTICOS</b>	12	75
<b>Total</b>	16	100

<b>¿Participa en algún Órgano Colegiado de la Facultad?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>Si</b>	3	18.8
<b>No</b>	13	81.3
<b>Total</b>	16	100

<b>¿Cuántas veces se reunieron en los seis meses pasados?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>0</b>	13	81.3
<b>3 veces</b>	2	12.5
<b>12 veces</b>	1	6.3
<b>Total</b>	16	100

<b>¿Tienen actas o minutas de esas reuniones?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>0</b>	13	81.3
<b>Si</b>	3	18.8
<b>No</b>	0	0
<b>Total</b>	16	100

<b>¿Hacen seguimiento de los acuerdos ahí tomados?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>Si</b>	3	18.8
<b>No</b>	13	81.3
<b>Total</b>	16	100

<b>¿Cuál es su opinión general sobre el Plan de Estudios vigente?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
Adecuado en cuanto que incorpora a los estudiantes a su especialidad desde el principio, pero desarticulado debido a la falta de claridad sobre los vínculos entre las carreras	1	6.3
De comunicación adecuadas las habilidades que se enseñan	1	6.3
Debe Mejorar	1	6.3
El plan carece de una formación interdisciplinaria	1	6.3
Es bueno pero perfectible y que los profesores tenemos la oportunidad de enriquecer los contenidos mediante prácticas, ejercicios interactivos, lecturas comentadas	1	6.3
Es bueno, aunque los tiempos escolares son muy cortos para aplicarlos	1	6.3
Es interesante y puede renovarse constantemente	1	6.3
Es mucho mejor que el anterior	1	6.3
Excelente	1	6.3
Favorable	1	6.3
Funciona y desde luego puede mejorar	1	6.3
Lamentable, comunicación organizacional no corresponde al perfil de las ciencias sociales	1	6.3
Le hace falta abarcar obras y autores nuevos	1	6.3
Por las dinamicidad de los procesos de comunicación es necesario tener una revisión permanente	1	6.3
Presenta insuficiencias en la relación entre temas y no ofrece una vertiente aplicada e instrumental para el ejercicio profesional	1	6.3
Responde a las necesidades del mercado laboral sin detrimento de la formación ética y social	1	6.3
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

<b>¿Considera que los programas del Plan de Estudios están actualizados en temática y bibliografía?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>Si</b>	10	50
<b>No</b>	6	50
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

<b>¿Participa usted en las revisiones y actualizaciones del Plan?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>Si</b>	6	37.5
<b>No</b>	10	62.5
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

<b>¿Participa en la selección de nuevos libros y revistas para la biblioteca?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>Si</b>	6	37.5
<b>No</b>	10	62.5
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100</b>



<b>¿Cubren sus alumnos el perfil de actitudes, habilidades y conocimientos para llevar su materia?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>Si</b>	12	75
<b>No</b>	4	25
<b>Total</b>	16	100

<b>¿Los resultados de la evaluación semestral que hacen sus alumnos sobre su desempeño docente influye en sus estrategias didácticas?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>Si</b>	13	81.3
<b>No</b>	3	18.8
<b>Total</b>	16	100

<b>¿Qué medios audiovisuales y otras tecnologías utiliza en su aula?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>0</b>	1	6.3
<b>acetatos</b>	2	12.5
<b>acetatos y vídeo</b>	1	6.3
<b>acetatos, películas, conferencias e investigación en portales cibernéticos</b>	1	6.3
<b>acetatos, vídeos y dinámicas grupales</b>	1	6.3
<b>DVD</b>	1	6.3
<b>Exposición dirigida y actividades extraclase</b>	1	6.3
<b>grabadora, T.V. vídeo y acetatos. Faltan cañones</b>	1	6.3
<b>ninguno</b>	1	6.3
<b>películas, diapositivas, etc.</b>	1	6.3
<b>proyector de acetatos</b>	1	6.3
<b>T.V. radio y vídeo</b>	1	6.3
<b>T.V. VHS, DVD y faltan cañones</b>	1	6.3
<b>T.V. y cine</b>	1	6.3
<b>T.V. y vídeo</b>	1	6.3
<b>Total</b>	16	100

<b>¿Sabe cuáles son las materias con mayor índice de reprobación en su especialidad?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>Si</b>	3	18.8
<b>No</b>	13	81.3
<b>Total</b>	16	100

<b>¿Cómo participa en las acciones encaminadas a resolver este problema?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>0</b>	12	75
<b>cambiando las estrategias didácticas</b>	1	6.3
<b>doy asesoría</b>	1	6.3
<b>revisando durante el curso el aprovechamiento de los alumnos y dando asesoría</b>	1	6.3
<b>revisando programas con profesores y tomando cursos de actualización</b>	1	6.3
<b>Total</b>	16	100

<b>¿Cuenta con cubículo en su centro de adscripción?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>Si</b>	2	12.5
<b>No</b>	14	87.5
<b>Total</b>	16	100

<b>¿Tiene asignada computadora?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>Si</b>	2	12.5
<b>No</b>	14	87.5
<b>Total</b>	16	100

**RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS EMPLEADORES DE LAS LICENCIATURAS DE LA FCPyS**

<b>IDENTIFICACIÓN</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
1	1	11.1
2	1	11.1
3	1	11.1
4	1	11.1
5	1	11.1
6	1	11.1
7	1	11.1
8	1	11.1
9	1	11.1
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

<b>Institución o empresa que representa</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
AFASA	1	11.1
CASA CONSULTORAS	1	11.1
DELEGACION BENITO JUAREZ	1	11.1
EL PALACIO DE HIERRO S.A. DE C.V.	1	11.1
KBTEL. TELECOMUNICACIONES S.A. DE C.V.	1	11.1
MEXICANA DE AVIACION	1	11.1
OCESA ENTRETENIMIENTO	1	11.1
P.F.P.	1	11.1
SEARS ROEBUCK DE MEXICO	1	11.1
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

<b>Profesión</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
L.A.E.	1	11.1
LIC. EN PSICOLOGIA	3	33.3
PERIODISMO	1	11.1
PSICOLOGIA	3	33.3
TIENDA DEPARTAMENTAL	1	11.1
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100</b>

<b>Puesto</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
0	2	22.2
ANALISTA RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN	1	11.1
ASESOR RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN	1	11.1
ASISTENTE R. H.	1	11.1
COORDINADORA RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN	1	11.1
SUB EMPLEO	1	11.1
JEFA DE DEPTO DE RECLUTAMIENTO	1	11.1

JEFE CAPACITACIÓN REC. Y SELECCIÓN	1	11.1
Total	9	100

Sexo		
	Frequency	Percent
Masculino	5	55.6
Femenino	4	44.4
Total	9	100

¿Usted de qué institución educativa y de qué carrera es egresado?		
	Frequency	Percent
0	1	11.1
CARLOS SEPTIEN GARCIA/PERIODISMO	1	11.1
PSICOLOGIA	1	11.1
UAM-XOCHIMILCO/LIC. PSICOLOGÍA SOCIAL	1	11.1
UNAM/L.A.E.	1	11.1
UNAM/PSICOLOGIA	2	22.2
UNIVERSIDAD SIMÓN BOLIVAR / L.A.E.	1	11.1
UTLA/PSICOLOGÍA	1	11.1
Total	9	100

¿Por qué su institución o empresa contrata a los estudiantes y/o egresados de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales? (puede marcar varias opciones)		
	Frequency	Percent
Actitudes	0	0
Valores	0	0
Habilidades	1	11.1
Conocimientos	1	11.1
Actitudes y conocimientos	1	11.1
Habilidades y conocimientos	2	22.2
Actitudes, valores y conocimientos	1	11.1
Actitudes, habilidades y conocimientos	2	22.2
Actitudes, valores, habilidades y conocimientos	1	11.1
Total	9	100

¿Generalmente de qué Licenciatura de la FCPyS su institución o empresa requiere más alumnos y/o egresados? (puede marcar varias opciones)		
	Frequency	Percent
0	1	11.1
Administración Pública	1	11.1
Ciencia Política	1	11.1
Ciencias de la Comunicación	2	22.2
Relaciones Internacionales	0	0
Sociología	0	0
Administración Pública y Ciencias de la Comunicación	1	11.1
Administración Pública, Ciencias de la Comunicación y Relaciones Internacionales	2	22.2
Administración Pública, Ciencia Política, Ciencias de la Comunicación, Relaciones Internacionales y Sociología	1	11.1

Total	9	100
-------	---	-----

**¿Generalmente cómo es la trayectoria laboral de los alumnos y/o egresados de la FCPyS en su institución o empresa?**

	Frequency	Percent
Permanecen por largo tiempo	8	88.9
Permanecen poco tiempo	1	11.1
Total	9	100

**¿Cuál es la opinión de su institución o empresa sobre el desempeño laboral de los alumnos y/o egresados de la FCPyS?**

	Frequency	Percent
Buena	8	88.9
Regular	1	11.1
Total	9	100

**¿Con qué frecuencia su institución o empresa promueve el ascenso laboral de los egresados contratados de la FCPyS?**

	Frequency	Percent
0	1	11.1
Regularmente	4	44.4
Esporádicamente	4	44.4
Total	9	100

**¿Qué desventajas considera usted que tienen los egresados de la FCPyS frente a los de otras instituciones educativas del D.F., ya sean públicas o privadas?**

	Frequency	Percent
0	1	11.1
EL IDIOMA INGLES	1	11.1
LA ACTITUD, FALTA DE SEGURIDAD Y LAS HABILIDADES QUE DESARROLLAN EN LA UNIVERSIDAD	1	11.1
LA TECNOLOGIAS (ES INSUFICIENTE)	1	11.1
MANEJO DEL IDIOMA INGLES	1	11.1
NINGUNA	2	22.2
NO HAY DESVENTAJAS	1	11.1
POSIBLEMENTE EL ANTECEDENTE DE QUE EL AMBIENTE ES MUY POLITIZADO; O POR LOS PROBLEMAS QUE EXISTEN EN LA UNAM BAJO MUCHO EL APOYO A ESTOS ESTUDIANTES	1	11.1
Total	9	100

**¿Participa su institución o empresa en proyectos de vinculación con la FCPyS?**

	Frequency	Percent
0	2	22.2
Si	5	55.6
No	2	22.2
Total	9	100

<b>¿Cuál (es)? relacionada con pregunta anterior</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>0</b>	6	66.7
<b>BOLSA DE TRABAJO DE LA FCPyS Y LA BOLSA UNIVERSITARIA DE TRABAJO</b>	2	22.2
<b>BOLSA DE TRABAJO</b>	1	11.1
<b>Total</b>	9	100

<b>¿Alguna vez su institución o empresa ha sido invitada por la FCPyS para participar en la actualización o modificación de planes de estudio de las carreras vinculadas con su ramo empresarial?</b>		
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
<b>Si</b>	1	11.1
<b>No</b>	8	88.9
<b>Total</b>	9	100

# BIBLIOGRAFÍA

## LIBROS

Astin Alexander W., La evaluación de programas educativos, México, UNAM, Colegio de pedagogía, 1983, 52 p.

Cano García Elena, Evaluación de la calidad educativa, Madrid, La muralla, 1998, 339 p.

Carrión Carranza Carmen, Valores y principios para evaluar la educación, México, Paidós-Mexicana, 2001, 179 p.

Casanova Maria Antonia, Manual de evaluación educativa, Madrid, Muralla, 1995, 246 p.

Casanova, María Antonia. La evaluación educativa. Escuela Básica. Ed. Muralla, Madrid, España. 1995.

Castillo Arredondo Santiago, La evaluación educativa hoy: formación y práctica, Madrid, Universidad Nacional de Educación a distancia, 2000.

Cid Campos Raúl, Evaluación cualitativa en la educación superior, México, UAM, Limusa, 1991, 295 p.

Colmenero Sergio. Historia, presencia y conciencia (Facultad de Ciencias Políticas y Sociales 1951-1991), México, UNAM, 1991, 323 p.

Díaz Barriga, Ángel ed., Procesos curriculares, institucionales y organizacionales, México, Consejo Mexicano de Investigación Educativa, 453 p.

Dieterich Heinz, Nueva guía para la investigación científica, México, Ariel, 1997, 220 p.

Garza Mercado Ario, Manual de técnicas de investigación para estudiantes de Ciencias Sociales, México, El Colegio de México, 1996, 410 p.

Grawitz Madeleine, Métodos y técnicas de las Ciencias Sociales, México, Editia Mexicana, 1984.

Historia de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (40 Aniversario) Memorias, testimonios y noticias. FCPyS. UNAM. 1991. 199 p.

La evaluación de la educación superior en México, México, ANUIES, 1984, 107 p.

La evaluación en la UNAM: organización institucional y planes de estudio, México, UNAM, Coordinación de Humanidades: M. A. Porrúa, 1997, 246 p.

Lafourcade Pedro D., La evaluación en organizaciones educativas centradas en logros, México, Trillas, 1982, 208 p.

Legislación Universitaria de la Universidad Nacional Autónoma de México. UNAM. Oficina del Abogado General. 5ta. Edición. 2000. 625 p.

Los condicionantes de la calidad educativa, Buenos Aires, México, Novedades Educativas, 1999, 124 p.

Luján Castro, José y Puente Azcutia, Julio. Evaluación de los centros docentes. Plan EVA. Madrid. Ministerio de Educación y Ciencia, Secretaría de Estado de Educación, 1996.

Maria de Allende Carlos, Evaluación educativa, calidad de la educación: bibliografía comentada, México, ANUIES, 1990, 288 p.

Monedero Moya Juan José, Bases teóricas de la evaluación educativa, Archidona, Málaga, Aljibe, 1998, 141 p.

Palladino Enrique, Como diseñar y elaborar proyectos. Elaboración-planificación-evaluación, Buenos Aires, Espacio, 1999, 156 p.

Palladino Enrique, Diseños curriculares y calidad educativa, Buenos Aires, Espacio, 1998, 138 p.

Pardinas, Felipe, Metodología y técnicas de Investigación en Ciencias Sociales, Mexico : Siglo XXI, 1993, 242 p.

Pérez Pérez Ramón, El curriculum y sus componentes: hacia un modelo integrador, Vilassar de Mar, Barcelona: Oikos-Tau, 1994, 197 p.

Pruzzo de Di Pego Vilma, Evaluación curricular, evaluación para el aprendizaje: una propuesta para el proyecto curricular institucional, Buenos Aires, Espacio, 1999, 223 p.

Referencias bibliográficas sobre evaluación educativa en México, México, SEP, Consejo Técnico de la educación, Comisión de evaluación, 125 p.

Ruiz Ruiz José María, Cómo hacer una evaluación de centros educativos, Madrid, Narcea, 1996, 350 p.



Santos Guerra Miguel Ángel, La evaluación: un proceso de dialogo, comprensión y mejora, Archidona, Málaga, Aljibe, 1995, 230 p.

Villar Angulo Luis Miguel colab., Un ciclo de enseñanza reflexiva: estrategia para el diseño curricular, Bilbao, Mensajero, 1995, 279 p.

Zabalza Miguel Ángel, Diseño y desarrollo curricular, Madrid, Narcea, 1997, 311 p.

## **INFORMES Y OTROS DOCUMENTOS**

Asociación para la Acreditación y Certificación de las Ciencias Sociales (ACCECISO). Documento de Criterios y Procedimientos para la Evaluación y Acreditación. México. 2003.

Cuarto Informe de Actividades, 2003. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Administración del Dr. Fernando Pérez Correa. FCPyS. UNAM. 2004. 71 p.

Cuarto Informe de Labores 1999. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Administración de la Mtra. Cristina Puga Espinosa. FCPyS. UNAM. 32 p.

Documento de Trayectorias Escolares FCPyS. Dirección General de Evaluación Educativa. UNAM. Marzo 2001.

Documento Programa de Fortalecimiento de los Estudios de Licenciatura de la UNAM. Dirección General de Evaluación Educativa. UNAM. 2002.

El futuro de la UNAM. Plan de Desarrollo 1997-2000. UNAM. 1997. 98 p.

Estadísticas, estímulos y reconocimientos académicos UNAM 2000-2001. DGAPA. UNAM. 2002. 30 p.

IV Informe de Labores, Estadísticas y Cuadros Comparativos, Enero 1996-Diciembre 1999. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Administración de la Mtra. Cristina Puga Espinosa. Solar, Servicios Editoriales. 2000. 28 p.

Plan de Desarrollo 2000-2004. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. UNAM. 2000. 66 p.

Plan de Estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación 1997. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. UNAM. 1997. 188 p.

Primer Informe de Actividades, 2000. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Administración del Dr. Fernando Pérez Correa. Solar, Servicios Editoriales. 2001. 43 p.

Segundo Informe de Actividades, 2001. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Administración del Dr. Fernando Pérez Correa. Solar, Servicios Editoriales. 2002. 58 p.

Servicios que ofrece tu Facultad. Folleto. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. UNAM. 2001.

Tercer Informe de Labores, 1998. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Administración de la Mtra. Cristina Puga Espinosa. FCPyS. UNAM. 65 p.

## ARTÍCULOS

“La evaluación y Acreditación de la Educación Superior en México”, en Revista de la Educación Superior. ANUIES, Vol. XXVI (1), No. 101, enero-marzo1997.

ANUIES, Secretaría General Ejecutiva. “Consideraciones generales sobre el proceso de la acreditación de las Instituciones de Educación Superior en México”, en Revista de la Educación Superior. ANUIES Vol. XXII (3), No.88, octubre-diciembre 1993.

De Alba, Alicia. “Evaluación de la Congruencia Interna de los Planes de Estudio; Análisis de un caso” en Revista de la Educación Superior. ANUIES, Vol. XIII (2), No. 54, abril-junio 1985.

Díaz Barriga, Ángel. “La Evaluación Universitaria en el contexto del pensamiento neoliberal” en Revista de la Educación Superior. ANUIES, Vol. XXII (3), No.88, octubre-diciembre 1993.

Gago Huguet, Antonio “Cultura y Evaluación en México: del Diagnóstico a la Acreditación” en Revista de la Educación Superior. ANUIES, Vol. XXVII (3), No.107, julio-septiembre 1998.

Gago Huguet, Antonio y Mercado del Collado, Ricardo “La evaluación en la Educación Superior Mexicana” en Revista de la Educación Superior. ANUIES, Vol. XXII (3), No. 96, Octubre-diciembre 1995.

García Garduño José Ma. “La revisión de programas: un modelo alternativo de evaluación curricular en la Educación Superior” en Revista de la Educación Superior. ANUIES, Vol. XXII (3), No. 87, julio-septiembre 1993.

Gidi Villareal, Emilio “La importancia de la Evaluación para la Transformación del Sistema de Educación Superior” en Revista de la Educación Superior. ANUIES, Vol. XXII (2), No. 86, enero-marzo1994.

Glidden, Robert. "The Contemporary Context of Accreditation: Challenges in a Changing Environment", Keynote Address for 2<sup>nd</sup> CHEA "Usefulness" Conference, 25 de junio 1998.

Llarena de Thierry, Rocío. "La evaluación de la educación superior en México", en Revista de la Educación Superior. ANUIES Vol. XXIII, No. 89, enero-marzo 1994.

Marum Espinosa, Elia. "Avances en el proceso de acreditación de las Instituciones de Educación Superior en México" en Revista de la Educación Superior. ANUIES Vol. XXIV (4), No. 96, octubre-diciembre 1995.

Mejía Montenegro, Jaime. "La evaluación cualitativa de la educación superior mexicana. ¿Una perspectiva aplazada?" en Revista de la Educación Superior. ANUIES Vol. XXIII (1), No. 89, enero- marzo 1994.

Mendoza Rojas Javier. "Contexto de la Evaluación de la Educación Superior en América Latina" en Revista de la Educación Superior. ANUIES, Vol. XXII (3), No.88, octubre-diciembre 1993.

Pallan Figueroa, Carlos. "Los procesos de evaluación y acreditación de las Instituciones de Educación Superior en México en los últimos años." en Revista de la Educación Superior. ANUIES Vol. XXIII (3), No. 91, julio-septiembre 1994.

Pérez Rocha, Manuel "Evaluación, acreditación y calidad de la educación superior", en Revista de la Educación Superior. ANUIES Vol. XXV, No. 98, abril-junio 1996.

Pisani B., Olga y Tovar G., Marcela "Evaluación de Planes de Estudio en IES: Un problema central de la Investigación Educativa" en Revista de la Educación Superior. ANUIES, Vol. XIII (2), No. 54, abril-junio 1985.

Ríos, Cristina "Proceso de acreditación y evaluación en los EU y México: Un estudio comparativo" en Revista de la Educación Superior. Vol. XXX, No. 119, julio-septiembre 2001.

Rodríguez Gómez, Roberto. "Acreditación de la educación superior (primera parte). El modelo estadounidense". Campus Milenio/47, septiembre 04, 2003. <http://www.riseu.net/roberto/campus 47.html>

Romay Muñoz Ma. De la Luz "Alternativa metodológica para Evaluar la Calidad de Programas en Educación Superior" en Revista de la Educación Superior. ANUIES, Vol. XXIII (3), No. 91, julio-septiembre 1994.

Valle Flores, Ma. Angeles. "Nuevas instancias de regulación del mercado de trabajo profesional en México". CESU. UNAM . ponencia presentada en Latin American Studies Association (LASA), XXI International Congress Chicago, Illinois, September 24, 1998.

Viesca, Martha y Arévalo, Javier "El Currículo de Ciencias de la Comunicación de la UNAM descripción de una experiencia" en Revista de la Educación Superior. ANUIES, Vol. XIII (2), No. 54, abril-junio 1985.

**NOTA: Todos los números de la Revista de la Educación Superior de la ANUIES fueron consultados en la página de Internet de ese organismo.**

### TESIS

Tapia Campos Martha Laura, La Facultad de Ciencias Políticas y Sociales una historia de sus planes de estudio: historia documental. México, UNAM, FCPyS, 1985, 232 p. Asesor Salcedo Castellanos Francisco, Licenciatura en Periodismo y Ciencias de la Comunicación.

### PÁGINAS WEB CONSULTADAS

<http://www.copaes.org.mx>, fecha de acceso 16/02/2004

<http://www.ceneval.edu.mx> , fecha de acceso 17/02/2004

<http://www.anui.es.mx>./anui.es/revsup/ fecha de acceso marzo-abril 2004

<http://www.sep.gob.mx>, fecha de acceso marzo-abril 2004

<http://www.ciees.edu.mx>, fecha de acceso 16/02/2004

<http://www.dgae.unam.mx>, fecha de acceso 08/08/2003

[www.hyperlab.politicas.unam.mx](http://www.hyperlab.politicas.unam.mx), fecha de acceso 04/04/2004