



**UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES  
ACATLÁN**

**TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II.  
UNA PROPUESTA DESDE EL MODELO DE EDUCACIÓN BASADA  
EN COMPETENCIAS**

**TESIS PROFESIONAL**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

**PRESENTA**

**PATRICIA GALÁN LARA**

**ASESOR: LIC. VENUS ARMENTA FRAGA**

**AGOSTO, 2009**



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.



*Esta tesis está dedicada a la memoria de Celia,  
por su increíble intuición pedagógica y por su  
gran valentía y pasión para vivir.  
Para mi mamá, de quien aprendí tanto.*



## **Agradecimientos**

Es difícil enlistar a todos aquellos quienes directa o indirectamente participaron en la construcción de esta tesis; a todos aquellos a quienes habría que agradecer por las ilusiones compartidas, por los discursos llenos de razones y sinrazones, por los remedios a mis peores ratos, por sus múltiples sonrisas.

Pero agradezco sobre todas las cosas a mis padres, Salvador y Celia, por la vida, por su amor, por sus canas, por cada instante en que bajo su mirada me formaron y me enseñaron a defender mis ideas, a cuidar de mí, a ser lo que soy.

A mi papá por su confianza, por la conversación, y porque siempre estuvo al pendiente de la concreción de este trabajo. A mi mamá, por su consejo, por su regaño y por tantas cosas innumerables.

Agradezco también a mi hermano Salvador, por su compañía, por cada risa, por cada palabra, y porque soy bien afortunada de tener un hermano como él.

Asimismo agradezco a mis profesores, porque me enseñaron a descubrir, a desconfiar, a buscar el conocimiento. Pero muy especialmente a mis maestros de la preespecialidad de Investigación y Docencia, y a la Profesora Venus Armenta Fraga por su paciencia para ver crecer un sueño, por escuchar, por asesorar el trabajo que aquí se presenta. A mis sinodales Héctor Jesús Torres Lima, Laura González, Eduardo Escamilla, Alejandro Byrd, por sus comentarios y muy valiosas anotaciones a este trabajo de titulación.



También agradezco a mis amigos, por la música y las letras, por los inolvidables instantes en la Universidad, y aún por los que vivo ahora con ellos después de ésta; a Adriana Chávez por sus observaciones a los puntos y comas de esta tesis; a Carlos Cuevas, por su ayuda en la revisión final de este trabajo y por los *mensajes telepáticos*; a Fred Centeno por su amistad y sus infinitas palabras de apoyo y alegría; así mismo a mis amigos y compañeros: Erica, Israel, José Manuel, Marquinho, Rosalía, Sandra; a Enrique Escalona, porque sabe cuánto VIVÍ la gestación y desarrollo de esta tesis; a todos, y a quienes no menciono, porque permanecerán en la memoria de estos años de trabajo y de etapas compartidas.

Finalmente agradezco a mis amigos y compañeros de trabajo, que queriendo y aun sin querer, formaron parte de este proceso; y es que no hay nada tan valioso como tener la oportunidad de seguir aprendiendo.

Pero sobre todo agradezco a Dios, porque me ha permitido llegar hasta aquí.

A todos ¡muchas gracias! Estoy muy feliz por ver llegar este momento.

**Patricia Galán Lara**

**Julio, 2009**



# Índice

<b>I. Introducción</b>	<b>I</b>
<b>Capítulo Uno</b>	<b>1</b>
<b>1.- Marco Histórico-Contextual</b>	<b>5</b>
1.1 Universidad Nacional Autónoma de México	5
1.2 Facultad de Estudios Profesionales, Acatlán.	7
1.3 Periodismo y Comunicación Colectiva (planes de estudio anteriores) y Comunicación	8
1.3.1 Comunicación. Justificación del plan de estudios	9
1.3.2 Necesidades académicas que cubre el plan de estudios de Comunicación	10
1.3.3 Necesidades socioeconómicas que cubre la Licenciatura en Comunicación	10
1.4 Plan de estudios vigente	11
1.4.1 Mapa curricular del ciclo básico	12
1.4.2 Mapa curricular por preespecialidades	13
1.4.3 Materias optativas	16
1.4.4 Perfil del egresado	16
1.4.4.1 Perfil del egresado por preespecialidades	17
1.4.4.2 Sistematización del perfil institucional	18
1.5 Áreas de conocimiento que contempla el plan de estudios	20

1.6 Modalidades didácticas que contempla el plan de estudios	21
1.7 La formación para la investigación que contempla el plan de estudios vigente	22
1.7.1 Investigación Aplicada II	23
1.7.1.1 Programa Oficial. Descripción y Observaciones	23
1.7.1.2 Programa Propuesto. Descripción y Observaciones	26
1.7.1.3 Comparativo entre el programa oficial y el programa propuesto	29
1.7.1.3.1 Contenidos mínimos. Comparativo	32
1.7.1.4 Contenidos de la materia Investigación Aplicada II	35
1.7.1.4.1 Técnicas de Investigación Aplicada	36
1.7.1.4.2 Investigación Aplicada	38
1.7.1.4.3 Investigación Aplicada en Comunicación	39
1.7.1.4.4 Estudios Mercadológicos	40
1.7.1.4.5 Mercadotecnia	41
1.7.1.4.6 Investigación Mercadológica	42
1.7.1.4.6.1 Investigación de Mercado	42
1.7.1.4.6.2 Investigación Publicitaria	42
1.7.1.4.6.3 Investigación de Auditorios	44
<b>Capítulo Dos</b>	<b>47</b>
<b>2.- Marco Teórico</b>	<b>51</b>
2.1. Educación Basada en Competencias (EBC)	52
2.1.1 Modelos de Competencias	53
2.1.1.1 El modelo alemán	53
2.1.1.2 El modelo de Reino Unido	54
2.1.1.3 El modelo de Estados Unidos de América	54

2.1.1.4 El modelo canadiense	55
2.1.1.5 El modelo australiano	56
2.1.1.6 El modelo mexicano	56
2.1.2 Conceptos de competencia	57
2.1.2.1 Sobre los tipos de competencia	59
<b>2.2 Teoría del aprendizaje</b>	<b>61</b>
2.2.1 Teorías Conductistas	61
2.2.2 Teorías Cognoscitivistas	63
2.2.2.1 Gestalt	64
2.2.2.2 Teoría de la equilibración de Piaget	65
2.2.2.3 La teoría del aprendizaje de conceptos, Vigotskii	67
2.2.2.4 La teoría del aprendizaje significativo de Ausubel	70
2.2.3 Educación Basada en Competencias desde el Cognoscitivismo	76
2.2.4 Caracterización de competencia	79
2.2.4.1 Saberes	81
2.2.4.2 Entrenamiento (máquinas e instrumentos)	81
2.2.4.2.1 Instrumentos	84
2.2.4.2.1.1 Mapa conceptual	85
2.2.4.2.1.2 Mapa semántico	86
2.2.4.2.1.3 Red conceptual	87
2.2.4.2.1.4 Red semántica	88

2.2.4.2.1.5 Modelo	90
2.2.4.2.1.6 Matriz de doble entrada	93
2.2. 4.2.1.7 Agenda	93
2.2.4.2.1.8 Tabla de operacionalización	93
2.2.4.2.1.9. Resumen y ensayo	94
2.2.4.2.1.10 Géneros periodísticos	95
2.2.4.2.1.11 Técnicas de investigación, instrumentos cuantitativos y cualitativos	95
2.2.4.3 Habilidades	96
2.2.4.3.1 Perfil de habilidades básicas	98
2.2.4.3.2 Arquitectura de la investigación. Hacia el desarrollo de la habilidad de investigar	99
2.2.5 Dinámica de grupos y educación	100
<b>2.3 Teoría pedagógica</b>	<b>101</b>
2.3.1 Educación Integral	101
2.3.1.1 Área intelectual (espíritu)	102
2.3.1.2 Área psicomotora (manos)	103
2.3.1.3 Área afectiva (corazón)	104
2.3.2 Etapas de Desarrollo Grupal	105
2.3.2.1 Integración	105
2.3.2.2 Asimilación	107
2.3.2.3 Discusión	107
2.3.2.4 Creación	108
<b>2.4 Perfil de Competencias</b>	<b>110</b>

<b>2.5 Evaluación</b>	<b>111</b>
2.5.1 Evaluación diagnóstica	111
2.5.2 Evaluación formativa	112
2.5.3 Evaluación sumativa	112
<b>Capítulo Tres</b>	<b>115</b>
<b>3. Marco Metodológico</b>	<b>119</b>
<b>3.1 Cómo se desarrolló la Presentación del Taller</b>	<b>120</b>
3.1.1 Descripción General	120
3.1.2 Descriptores formales del taller	120
3.1.2.1 Área del conocimiento a la que refiere el Taller de Investigación Aplicada II	120
3.1.2.2 Modalidad didáctica y justificación del Taller de Investigación Aplicada II	120
3.1.3 Objetivo General del Taller de Investigación Aplicada	120
3.1.4 Competencia general y Competencias transversales del Taller de Investigación Aplicada II	120
3.1.5 Objetivos Particulares	121
3.1.6 Objetivos Específicos	121
3.1.6.1 Objetivos Específicos (por alumno)	121
3.1.6.2 Objetivos Específicos (por sesión)	121
3.1.7 Perfil de ingreso de los participantes	122
3.1.8 Especificaciones a la estructura del Taller	122
3.1.9 Programación: temas, subtemas y competencias	122
3.1.10 Productos concretos a desarrollar en cada fase del Taller	123

3.1.11 Evaluación	123
3.1.12 Perfil del egresado del Taller de Investigación Aplicada II	123
3.1.13 Perfil de Competencias del egresado del Taller de Investigación Aplicada II	123
<b>3.2 Cartas descriptivas (cómo se desarrollaron las treinta y dos Cartas, una por clase)</b>	<b>124</b>
<b>3.2.1 Primera fuente. Tabla: Planeación teórico-didáctica</b>	<b>124</b>
3.2.1.1 Diseño de la Tabla	127
3.2.1.1.1 Primer Nivel. Ejes teóricos	127
3.2.1.1.2 Segundo Nivel. Teorías	128
3.2.1.1.3 Tercer Nivel. Conceptos	129
3.2.1.2 Desarrollo de la Tabla	<b>130</b>
3.2.1.2.1 Primer Nivel. Ejes teóricos	130
3.2.1.2.2 Segundo Nivel. Teorías	131
3.2.1.2.3 Tercer Nivel. Conceptos.	132
3.2.1.2.3.1 Tabla Planeación Teórico Didáctica (modelo)	133
<b>3.2.2 Segunda fuente. Tabla: Planeación horaria</b>	<b>135</b>
3.2.2.1 Diseño de la Tabla: Planeación horaria	136
3.2.2.1.1 Modelo general de la tabla	138
3.2.2.1.2 Presentación de tabla (en el Anexo II)	138
<b>3.2.3 Diseño y desarrollo de la Carta Descriptiva</b>	<b>140</b>
3.2.3.1 Diseño de la Carta	140
3.2.3.2 Dinámica de la Carta	145

3.2.3.3 Modelo Carta Descriptiva	146
3.3 Notas sobre la estructura del Taller	148
<b>Capítulo Cuatro</b>	<b>151</b>
<b>4.- Marco Técnico</b>	<b>155</b>
<b>4.1 Presentación del Taller</b>	<b>155</b>
4.1.1 Descripción General	155
4.1.2 Descriptores formales	156
4.1.2.1 Área del conocimiento a la que refiere el Taller de Investigación Aplicada II	158
4.1.2.2 Modalidad didáctica y justificación del Taller de Investigación Aplicada II	158
4.1.3 Objetivo general del Taller de Investigación Aplicada	158
4.1.4 Competencia general y competencias transversales del Taller de Investigación Aplicada II	159
4.1.5 Objetivos Particulares	159
4.1.6 Objetivos Específicos	160
4.1.7 Perfil de ingreso de los participantes	160
4.1.8 Especificaciones a la estructura del Taller	161
4.1.9 Programación: temas, subtemas y competencias	162
4.1.10 Productos concretos a desarrollar en cada fase del Taller	164
4.1.11 Evaluación	164
4.1.12 Perfil del egresado del Taller de Investigación Aplicada II	165
4.1.13 Perfil de Competencias del egresado del Taller de Investigación Aplicada II	165
4.2 Cartas Descriptivas	166
4.2.1 Cartas Descriptivas. Treinta y dos sesiones clase.	167

4.3 Notas sobre la estructura del Taller 200

**II. Conclusiones XIII**

- Conclusiones Teóricas
- Conclusiones Metodológicas
- Conclusiones Técnicas
- Conclusiones Temáticas

**III. Fuentes de Información**

**IV. Anexos**

**Anexo I Planeación Teórico-Didáctica**

**Anexo II Planeación Horaria**

## Índice de Figuras

1.1 Mapa Conceptual del Capítulo Uno	3
2.1 Mapa Conceptual del Capítulo Dos	49
2.2 Ciclo de actividad según Vigotskii	69
2.3 Ausubel, Aprendizaje Significativo	73
2.4 Modelo Cognoscitivismo	75
2.5 Modelo de Educación Basada en Competencias, desde el Cognoscitivismo	78
2.6 Elementos de la competencia	80
2.7 Entrenamiento	82
2.8 Entrenamiento-Mediación	83
2.9 Mapa Conceptual	86
2.10 Mapa Semántico	87
2.11 Red Conceptual	88
2.12 Red Semántica	90
3.1 Mapa Conceptual del Capítulo Tres	117
3.2 Tabla: Planeación teórico-didáctica	125
4.1 Mapa Conceptual del Capítulo Cuatro	153



## I. Introducción

Diseñar un escenario donde el alumno construya competencias, específicamente la competencia para investigar, es el objetivo central de esta tesis; una competencia que sin duda deberá corresponderse a las necesidades del egresado en comunicación pues dotará a éste de una herramienta para competir en el mundo de manera crítica, creativa y responsable, pero que a la vez dotará a la Comunicación, como disciplina, de un recurso humano competente que a mediano o largo plazo alimentará sus marcos de referencia.

La propuesta que aquí se presenta - *Taller de Investigación Aplicada II. Una propuesta desde el modelo de Educación Basada en Competencias (EBC)* - es por lo tanto un pretexto y un escenario. Un pretexto para continuar en el desarrollo de la habilidad de investigar, pero también un escenario para la demostración de competencias, en este caso la de investigar en el terreno de la Investigación Mercadológica, tipo de investigación que se enclava en la materia Investigación Aplicada II, correspondiente al noveno semestre de la licenciatura en Comunicación.

Pero, por qué desarrollar una tesis como esta, por qué ubicarla a propósito de una materia curricular de la carrera de Comunicación, por qué basada en competencias.

Para comenzar se dirá la tesis aquí presentada es el resultado concebido desde hace casi cuatro años, mientras cursaba la preespecialidad de Investigación y Docencia, un compromiso afortunado que adquirí con el deseo de conocer las implicaciones entre la pedagogía y la comunicación.

En aquel tiempo de preespecialización entré en contacto con referentes teóricos, así como experiencias frente a grupo, que poco a poco fueron gestando este trabajo de titulación. Así que materias como: Teoría Pedagógica, Seminario de

Planes y Programas de Estudio, Seminario de Trabajo Áulico, Taller de Comunicación Educativa, así como Investigación Aplicada I y II, me dieron los referentes para generar una serie de ideas en torno a cómo se enseña a investigar, y aún más, cómo se aprende a investigar.

Ideas que ahora materializo en esta propuesta y que tienen por fundamento la idea de que para aprender el trabajo de la investigación es necesario poner en movimiento diversos conocimientos, y habilidades para buscar, analizar, organizar y presentar información; también se considera necesario, e ideal, contar con una actitud inquisitiva, creativa, que lleve al sujeto a disfrutar la búsqueda y el encuentro con el problema de investigación. Por otro lado, desde esta postura también será necesario contar con la intervención de un facilitador, que provea el desarrollo de los conocimientos y el alcance de las habilidades propias del investigador.

En este sentido durante los años en la universidad fui concibiendo la idea de que “la formación para la investigación es (y será) un proceso que implica práctica y actores diversos, en el que la intervención de los formadores como mediadores humanos se concreta en un quehacer académico consistente en promover y facilitar de manera sistematizada, el acceso a los conocimientos, el desarrollo de habilidades, hábitos y actitudes, y la internalización de valores que demanda la práctica de la investigación”<sup>1</sup>. Pero amén de generar una idea sobre cómo aprender a investigar; la pregunta sería para qué aprender a investigar, bajo qué contexto social, por qué desarrollar esta propuesta.

---

<sup>1</sup> MORENO, Bayardo María Guadalupe. Potenciar la Educación. Un Currículum Transversal de Formación para la Investigación. En: [http://barcelonaicsei2005.org/trabajos\\_completos/Maria\\_Guadalupe\\_Moreno\\_Bayardo.pdf](http://barcelonaicsei2005.org/trabajos_completos/Maria_Guadalupe_Moreno_Bayardo.pdf) Citado el 16 de septiembre de 2008.

También en el mismo artículo señala “Es diferente formar para la investigación a quien se dedicará a la investigación como profesión, tarea que aquí se reconoce con el término Formación de Investigadores; que a quien necesita dicha formación ya sea como apoyo para un mejor desempeño en su práctica profesional, como herramienta para aprender o en su caso para aplicar productos de investigación, o bien como mediación para internalizar estructuras del pensamiento y acción que le permitan resolver problemas y en general, para lograr mejores desempeños en la vida cotidiana”.

La sociedad actual se caracteriza por el exceso de información y de fuentes para acceder a ésta, sin embargo muchas veces tanto para el ciudadano común, así como para el profesional, la información se vuelve una contaminación constante que no permite visualizar caminos estratégicos para la toma de decisiones, o incluso para los desempeños comunes de la vida cotidiana. Es por ello que la investigación, el manejo y presentación de información se vuelve una necesidad no sólo para cualquier sujeto, o para el profesional en sí, sino para los directivos inmersos en la iniciativa pública y privada que precisan de datos estratégicos para un mejor desempeño de sus objetivos y metas institucionales.

Entre los espacios que demandan información para la toma de decisiones podemos enumerar secretarías de estado, escuelas, medios de comunicación, empresas productoras de bienes y servicios, agencias de publicidad, de investigación de mercado, micro y pequeñas empresas, etc., espacios todos, que resultan una oportunidad y un desafío para el estudiante. Una oportunidad porque se diversifica el espectro y se abre el campo del egresado en Comunicación, pero también un desafío, ya que nos enfrentamos a un espacio en el que tendrá que demostrar que se es competente, que tiene habilidades, que sabe.

Es así que bajo este contexto se planteó la idea de diseñar un taller de investigación que permitiera al alumno la concreción de sus competencias específicamente dentro de un área donde el profesionalista de la Comunicación está ganando terreno. En este caso se ubicó al área de la mercadología o del marketing. Por lo que la materia Investigación Aplicada II, en la que se aborda la investigación de mercado, publicitaria y de auditorio, se perfiló como el espacio curricular idóneo para plantear esta propuesta.

Una propuesta que bajo la óptica del modelo de la Educación Basada en Competencias (EBC), permitirá la generación de espacios para que el alumno construya sus propias competencias (dentro de un entorno educativo), es decir

para que movilice un conjunto de saberes, habilidades, entrenamientos y valores que podrán ser reflejados en el quehacer profesional, lo que ampliará sus oportunidades de inserción.

También se resalta que esta materia fue elegida por su ubicación curricular - noveno semestre de la preespecialidad de investigación y docencia - lo que permitiría el trabajo con alumnos que ya cuentan con referentes y experiencia sobre la Comunicación y la investigación.

Es por lo anterior que lo que aquí se presenta es una propuesta sobre cómo mirar y operar la didáctica de la investigación, específicamente de la investigación aplicada en Comunicación, y refiriendo a ésta desde el modelo de la EBC. Cabe señalar que es una propuesta desde la distribución y tematización que se hizo, hasta el abordaje de este programa; mismo que se hace desde el Modelo<sup>2</sup> de Educación Basada en Competencias, y que aquí se ha caracterizado, desde los postulados del Cognoscitivismo.

## **Planteamiento del Problema**

A continuación se hablará de dos problemáticas que sustentan la propuesta:

- **Problema uno: El que refiere a la formación de recursos humanos con habilidades para desarrollar investigación en comunicación (fines académicos)**

Para contextualizar diremos que la Universidad Nacional Autónoma de México tiene como misión impartir educación superior para formar profesionales, investigadores, profesores universitarios y técnicos útiles a la sociedad; organizar y realizar investigaciones, principalmente acerca de las condiciones y los

---

<sup>2</sup> FLORES Ochoa Rafael. Hacia una Pedagogía del Conocimiento. Ed. Mc. Graw Hill. p. 161 Los Modelos permiten ya sea, penetrar en la esencia misma de la enseñanza, reglamentar, normativizar el proceso educativo; o bien establecer un dónde y para qué de la Educación.

problemas nacionales, y extender con la mayor amplitud posible los beneficios de la cultura.

En el país nuestra institución es pionera en la investigación en diversos campos científicos como la genómica o la ecología, y en disciplinas humanísticas y sociales como la filosofía de la ciencia y los estudios regionales, no por nada la UNAM produce el 50% de toda la investigación en México.

En el terreno de la Comunicación observamos que se ha polemizado – arduamente - sobre su estatuto científico, sobre su epistemología y campos de aplicación, por lo que nuestra disciplina nos presenta un universo tan cautivador como absolutamente complejo.

Amén de encontrarnos en una etapa de transición “de la era de la comunicación de masas, a una nueva era de la información multimedia y en red. Es indispensable por tanto modificar el enfoque de nuestra docencia e investigación, puesto que no estamos ya en la sociedad de los «medios masivos», sino en la sociedad de la información<sup>3</sup>”.

Sin embargo, para afrontar la complejidad de nuestros tiempos, o para comprenderlos desde el terreno de la Comunicación, es necesario problematizar el diseño curricular de los planes y programas, así como fortalecer la formación para la Investigación Básica, no sin restarle implicación a la Investigación Aplicada misma que sistematizada potenciaría la reconstrucción de marcos referenciales.

No obstante, para que la Comunicación potencialice su desarrollo - a mediano y largo plazo - será necesario preparar nuestros propios recursos humanos en la

---

<sup>3</sup> CHONG, López Blanca y Santiago, Rodríguez Azucena. Los egresados de la carrera de comunicación en el campo laboral. En: <http://www.lag.uia.mx/buenaaval/buenaaval5/b05LosEgresadosDeComunicacion.pdf> Citado el 19 de septiembre de 2008.

investigación, transmitirles el oficio, procurar el desarrollo de dicha habilidad en entornos curriculares. Pero ¿cómo lograr esto?

- **Problema dos: El que refiere a la formación de recursos humanos con habilidades para desarrollar investigación en comunicación (fin socioeconómicos o de inserción laboral)**

Desde finales del siglo pasado se observó no sólo un fuerte impacto y demanda de las carreras referentes a la Comunicación y Periodismo, sino también una apertura en sus campos laborales. Pues si bien en el inicio sólo se daba preponderancia a la comunicación a través de medios electrónicos, también se observó la emergencia del campo laboral hacia las tareas organizacionales, la publicidad, la educación y el marketing, que no sólo hacen uso de los medios masivos tradicionales, sino también apoyados de las tecnologías de información y comunicación.

Al respecto dice Manuel Ortiz, profesor de la Universidad Autónoma de Baja California que “ en la producción de materiales multimedia y otras aplicaciones, el cibercomunicador se inserta en este ámbito, conjuntamente con otras disciplinas, como los pedagogos, los arquitectos, los publicistas, los ingenieros en computación, los psicólogos y distintas profesiones más, para el diseño y elaboración de materiales, que van desde programas de capacitación, de divulgación científica, de promoción y difusión artística, cultural y comercial, en la publicidad y la mercadotecnia, en productos para la comunicación política y en programas de educación en línea y a distancia. Este yacimiento laboral emergente implica una necesaria interdisciplina por parte del cibercomunicador y también el desarrollo de competencias cada vez más flexibles y adaptables al acelerado cambio tecnológico”<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> ORTIZ, Marín Manuel. Universidad Autónoma de Baja California. México. Profesiones Emergentes para los Comunicadores. En Revista Chasqui <http://www.dlh.lahora.com.ec/paginas/chasqui/paginas/chasqui252.htm> Citado el 19 de septiembre de 2008.

De esta manera observamos que la sociedad requiere de un egresado en Comunicación más competitivo, más creativo, con mayor capacidad de gestión, de manejo de tecnologías y de visión estratégica. **Pero ¿cómo lograr que un egresado en Comunicación se torne más competitivo?**

Como se ve nos enfrentamos a un doble problema. Por un lado el que refiere al desarrollo de recursos humanos que hagan crecer – a mediano o largo plazo - nuestra disciplina, y por el otro, el que refiere a los embates que generalmente experimenta el egresado de Comunicación; problemas que se considera, pueden ser abordados desde el diseño y operación curricular que procuren el desarrollo de habilidades para la investigación.

Es por lo anterior que el *Taller de Investigación Aplicada II. Una propuesta desde el Modelo de Educación Basada en Competencias*, se constituye como un escenario para resolver el doble problema al que nos enfrentamos; un escenario que, como se mencionó al inicio de esta introducción, dará al alumno una herramienta más para competir en el mundo – laboral y/o académico - , una meta sin duda grande, pero abordable desde los espacios de acción docente.

A continuación se describe cada uno de los capítulos del presente trabajo:

- **Capítulo Uno. Marco Histórico-Contextual**

En este primer capítulo se presenta un resumen de la historia de la Universidad Nacional, así como de una de sus facultades, la ahora Facultad de Estudios Superiores Acatlán; posteriormente se hablará de la carrera de Comunicación, sus características, su plan de estudios, y los planes antecedentes a éste (Periodismo y Comunicación Colectiva); para finalizar con el programa de la materia Investigación Aplicada II, perteneciente a la preespecialidad de Investigación y Docencia; aquí se hará una descripción y comparación entre el programa oficial y

del programa propuesto; se incluye aquí información sistematizada sobre los contenidos temáticos de la materia.

También en este capítulo se hablará sobre el perfil del egresado (institucional), el perfil por preespecialidades, las áreas de conocimiento que contempla el plan de estudios, así como la formación para la Investigación en Comunicación que hay en la totalidad curricular.

Lo anterior nos permitirá ubicar el lugar y el contexto en el cual se inscribe la presente propuesta.

- **Capítulo Dos. Marco Teórico**

En la primera parte de este capítulo se hablará sobre la Educación Basada en Competencias (EBC), así como de algunos modelos internacionales y dos de sus referentes teóricos del aprendizaje: el Conductismo y el Cognoscitivismo; se describirá la diferencia entre Educación Basada en Competencias (EBC) y Educación Basada en *Normas* de Competencia Laboral (EBNC); también en esta parte veremos algunos conceptos de competencia, así como algunos tipos de competencias referidos en la literatura al respecto.

El cuerpo de este Marco Teórico se desarrolla básicamente en dos ejes, el de la Teoría del Aprendizaje y el de la Teoría Pedagógica. El primer eje nos permite ubicar – principalmente - la dimensión psicológica del aprendizaje y el segundo la dimensión pedagógica en el que se desenvolverá la propuesta.

- En el primer eje – del de la Teoría del Aprendizaje - se encontrará lo referente al conductismo y al cognoscitivismo – Gestalt, Piaget, Vigotskii, Ausubel – así como una caracterización de la EBC, desde el Cognoscitivismo. Posteriormente encontraremos la definición de Competencia, describiremos sus componentes: saberes, entrenamiento,

instrumentos – se describirán once de éstos – también aquí se hablará de las habilidades y de la habilidad de investigar.

- El segundo eje es el de la Teoría Pedagógica. Aquí encontraremos lo referente a los postulados de la Educación Integral y a las Etapas de Desarrollo Grupal, ambas fueron de gran utilidad, no sólo para conceptualizar el taller, sino también en el momento de la planeación y el establecimiento de las Cartas Descriptivas.

En este capítulo también se incluirá lo referente a: dinámicas de grupos, del Perfil de Competencias, de la Evaluación, y de la Arquitectura de la Investigación lo que nos auxilió en el momento de diseñar los subtemas del programa.

- **Capítulo Tres. Marco Metodológico**

En este capítulo se hablará sobre cómo se realizó la **Presentación del Taller y las Cartas Descriptivas**. Pues en estos productos se materializa la propuesta:

- para la Presentación del Taller se tomaron varios elementos del capítulo uno y dos, así como de los Anexos,
- por otro lado, para la concreción de las Cartas Descriptivas se desarrollaron dos instrumentos metodológicos: (el primero) Tabla: Planeación Teórico-Didáctica, se desarrollaron 32 de éstas, una por clase; y (el segundo instrumento) Tabla: Planeación Horaria. Se desarrolló una para todo el Taller. **En este capítulo se describirá el diseño y dinámica de ambos instrumentos metodológicos.**
- También aquí se habla sobre la Carta Descriptiva, su modelo, diseño y dinámica.

- **Capítulo Cuatro. Marco Técnico**

Contiene la Presentación del taller y las 32 Cartas Descriptivas. La Presentación es la descripción general del taller y pretende ser un texto que divulgue al taller como oferta; las Cartas Descriptivas, son un producto dirigido especialmente al coordinador (a) del taller.

Los puntos que se abordan en la Presentación del Taller son:

- Descripción General
- Descriptores formales del taller
  - Área del conocimiento a la que refiere el Taller de Investigación Aplicada II
  - Modalidad didáctica y justificación del Taller de Investigación Aplicada II
- Objetivo General del Taller de Investigación Aplicada
- Competencia general y competencias transversales del Taller de Investigación Aplicada II
- Objetivos Particulares
- Objetivos Específicos
- Perfil de ingreso de los participantes del taller
- Especificaciones a la Estructura del Taller
- Programación: Temas, Subtemas y Competencias
- Productos concretos a desarrollar en cada fase del Taller
- Evaluación
- Perfil del egresado del Taller de Investigación Aplicada II
- Perfil de competencias del egresado del Taller de Investigación Aplicada II

Posteriormente a estos puntos se encuentran las treinta y dos Cartas Descriptivas, mismas que describen los objetivos y características de cada una de las sesiones; las actividades – previas - a realizar por cada alumno, así como las actividades – en sesión clase – a realizar por el grupo.

Recordemos que el diseño y llenado de las Cartas Descriptivas se describe en el Marco Metodológico.

Posterior al Marco Técnico se ubican las **Conclusiones**, teóricas, metodológicas, técnicas y temáticas; esto haciendo referencia, correspondientemente, a los capítulos dos, tres y cuatro. En las conclusiones se referirá a elementos específicos necesarios que engranaron el presente trabajo de titulación.

Esta tesis presenta al final las **Fuentes de Información** - libros, tesis, artículos de Internet, etc. - que fueron de significativo interés para la concreción de este trabajo. Así como los **Anexos**.

Se presentan dos: Anexo I “Tablas: Planeación teórico-didáctica”, que Es un Anexo del Marco Metodológico y son treinta y dos tablas, una por clase; y el Anexo II “Tabla: Planeación Horaria”, también es un anexo al Marco Metodológico y es una sola tabla.

Cabe señalar que al inicio de cada capítulo se encontrará un *Mapa Conceptual* de los contenidos, así mismo, al final se ubicará un *Cierre* del mismo.

### **Cierre de la Introducción**

Este trabajo es una sistematización de los saberes y experiencias que me dieron la carrera de Comunicación, específicamente dentro de la Preespecialidad en Investigación y Docencia, y que no es de ninguna manera un trabajo finalizado y preceptivo, sino una invitación a trazar una Didáctica de la Investigación, específicamente para nuestra disciplina, la Comunicación.

Por otro lado, es también el resultado de la vida misma y de los deseos e ideales que se desarrollaron durante toda la carrera ya que los marcos que conforman el

presente trabajo forman parte de mis creencias, mi experiencia, desencuentros y dudas, sobre lo que implica el proceso de aprender y enseñar a investigar; una preocupación que me invita a seguir investigando en el área tanto comunicativa como didáctica.

# Capítulo Uno



# Mapa Conceptual del Capítulo Uno

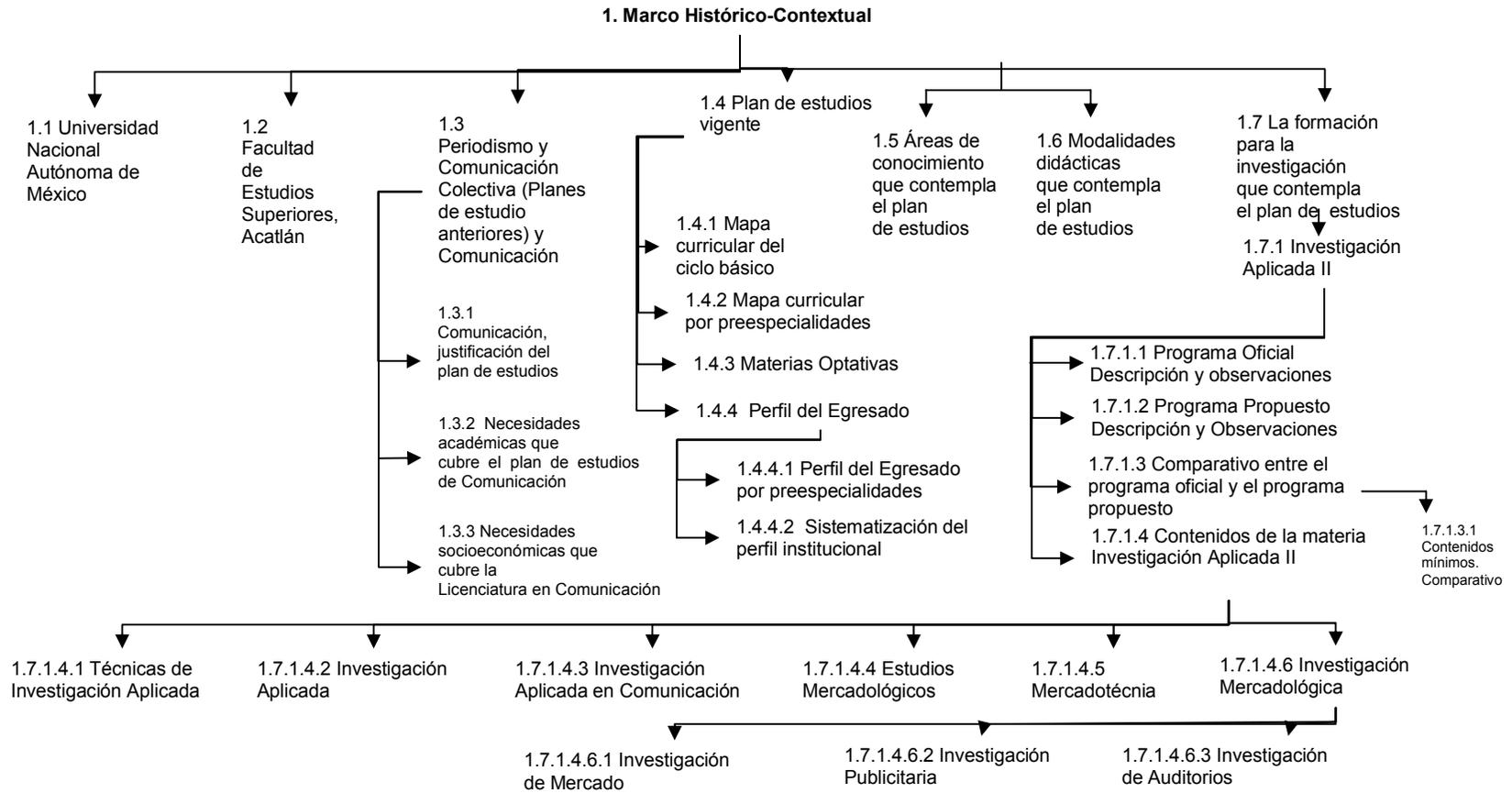


Figura 1.1  
PGL



## **1. Marco histórico-contextual**

Este capítulo tiene como propósito ubicar el lugar y el contexto en el que se ubica la presente propuesta. Es por ello que aquí se presenta un resumen de la historia de la Universidad Nacional, así como de una de sus facultades, la ahora Facultad de Estudios Superiores Acatlán; posteriormente se hablará de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva, antecedente del actual plan de estudio para la Licenciatura en Comunicación. Se incluye información sobre su justificación, los perfiles de egreso del mismo, su estructura curricular, así como las áreas y modalidades didácticas que contempla.

También aquí se encontrará lo referente a la formación para la Investigación en el plan de estudios de Comunicación, el programa oficial de la materia de Investigación Aplicada II, así como del programa propuesto. La propuesta parte del programa oficial y que en este capítulo se presenta un comparativo entre ambos.

Finalmente se presenta una descripción de los contenidos de la materia Investigación Aplicada II. La descripción se basa en investigación bibliográfica que fue necesario realizar para ubicar los conceptos que se abordan en la materia a la que hacemos referencia.

### **1.1 Universidad Nacional Autónoma de México**

La Universidad Nacional Autónoma de México es la institución educativa con mayor tradición académica y cultural del país. Sus antecedentes históricos se remontan a 1551, cuando se crea la Real y Pontificia Universidad de México<sup>5</sup>. Ésta prestó sus servicios educativos hasta 1865, año en que fue clausurada definitivamente por decreto de Maximiliano de Habsburgo; y no fue hasta 1910, cuando la Universidad

---

<sup>5</sup> Fundación UNAM. Información de la página electrónica <http://www.fundacion.unam.mx/nosotros/historia.html>, citada el 26 de febrero de 2007.

se volvió a inaugurar bajo el nombre de Universidad Nacional de México, sin embargo, hasta 1920 se le otorga el carácter de Nacional con base a la Ley. Por otra parte, el carácter de Autónoma se le da hasta 1929 gracias a un movimiento estudiantil que demandó que la Universidad quedara fuera de Educación Pública y que tuviera facultad de autoadministrarse en todos sus aspectos, sin intervención del Gobierno Federal.

Es importante resaltar que en la Universidad se han formado muchos de los más ilustres personajes de la ciencia, las humanidades, la cultura y las artes de México y de América Latina. Basta mencionar que los tres mexicanos que han merecido el Premio Nobel pasaron por sus aulas: Alfonso García Robles, Nobel de la paz en 1982, Octavio Paz, Nobel de literatura en 1990, y Mario Molina, Nobel de química en 1995.

Además la UNAM es pionera en la investigación en campos científicos como la genómica o la ecología, y en disciplinas humanísticas y sociales como la filosofía de la ciencia y los estudios regionales.

La Universidad Nacional Autónoma de México tiene como misión impartir educación superior para formar profesionales, investigadores, profesores universitarios y técnicos útiles a la sociedad; organizar y realizar investigaciones, principalmente acerca de las condiciones y los problemas nacionales, y extender con la mayor amplitud posible los beneficios de la cultura.

Sus funciones sustantivas son la docencia, la investigación y la difusión de la cultura; y para llevarlas a cabo, su estructura se divide en tres subsistemas: el de docencia, que incluye el bachillerato, los estudios profesionales y el postgrado; el de investigación, agrupado en investigación científica y humanidades, y ciencias sociales por el otro; finalmente se ubica el subsistema de difusión cultural.

## **1.2 Facultad de Estudios Profesionales, Acatlán**

Desde principios de la década de 1970 se presentó en México un incremento en la población demandante de educación media superior y superior. Por lo que, el 8 de noviembre de 1974, el H. Consejo Universitario aprobó el acuerdo de la creación de la E.N.E.P.A. (Escuela Nacional de Estudios Profesionales, Acatlán) que más tarde, en el año 2004, se convertiría en la Facultad de Estudios Profesionales Acatlán.

La Escuela fue inaugurada el 17 de marzo de 1975, durante la rectoría del Dr. Guillermo Soberón Acevedo. El espacio materializaría los postulados esenciales de la UNAM, la enseñanza, la investigación y la difusión de la cultura. Además de que tendría como compromiso: introducir innovaciones educativas, impulsar la interdisciplina y la multidisciplina, vincular la investigación y la docencia, integrar la teoría y la práctica y vincularse con el entorno<sup>6</sup>.

El 5 de marzo de 2004, el Consejo Universitario de la UNAM le reconoció a la ENEP Acatlán la consolidación académica y cultural alcanzada durante todo este tiempo, por lo que le otorgó el rango y denominación de Facultad de Estudios Superiores (FES). El cambio obedece a los requisitos establecidos por el Estatuto General de la UNAM y por el Reglamento General de Estudios de Posgrado.

La FES Acatlán, se ubica en el municipio de Naucalpan de Juárez y cuenta con 30 hectáreas de superficie, han pasado por sus instalaciones un aproximado de 27 generaciones de egresados, cuenta con 16 licenciaturas y tres más en el Sistema de Educación Abierta.

---

<sup>6</sup> Facultad de Estudios Superiores, Acatlán. <http://www.acatlan.unam.mx/campus/559/> consultada el 13 de marzo de 2007

### 1.3 Periodismo y Comunicación Colectiva (Planes de estudio anteriores) y Comunicación

El plan de estudios de Comunicación tiene dos antecedentes:

- El Plan de Periodismo y Comunicación Colectiva (1975) que era una “carrera de 9 semestres compuesta por 63 materias **con énfasis en una formación técnico-práctica**, que ofrece el grado de licenciado **con especialización en periodismo, radio o televisión**”<sup>7</sup>
- Y el plan de estudios Periodismo y Comunicación Colectiva, de 1983, era una “carrera de 9 semestres compuesta por 47 materias: 35 del ciclo básico, 10 de especialización y 2 optativas, **con énfasis durante el ciclo básico, en una formación humanística y en la preespecialidad técnico-práctica**. Ofrece el grado de licenciado **con preespecializaciones en: Periodismo Escrito, Periodismo Electrónico, Comunicación Persuasiva e Investigación y Docencia**”<sup>8</sup>

Posteriormente, para 1997, se implementa el plan de estudios de Comunicación **(actual)**. Carrera compuesta por 45 materias: 30 del ciclo básico, 12 de preespecialización, y 3 optativas (a elegir de 12). Las preespecialidades que se imparten son: **Comunicación Organizacional, Investigación y Docencia, Medios Electrónicos y Periodismo Escrito**<sup>9</sup>.

---

<sup>7</sup> División de Humanidades. Jefatura del Programa de Periodismo y Comunicación Colectiva. Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación Tomo I. Naucalpan, Estado de México, 1997. Pág. 25

<sup>8</sup> *Ibidem*. Pág. 25

<sup>9</sup> *Ibidem*. Pág. 11

### 1.3.1 Comunicación, justificación del plan de estudios

Tres puntos considerados para el diseño del plan de la Licenciatura en Comunicación son:

1. Se propone el cambio de nombre de la carrera, a propósito de:
  - Adecuar el título de la licenciatura a los objetivos, perfil y especialidades
  - Equilibrar la enseñanza de las diversas prácticas profesionales de la comunicación, sin enfatizar, o subordinar algún área de la disciplina
  - Posibilitar la introducción de prácticas emergentes, que enriquezcan la formación y den mayor oportunidad de empleo sin forzar el nombre de la carrera<sup>10</sup>
  
2. Por otro lado la modificación del Plan de Estudios da cumplimiento a uno de los acuerdos tomados por el Congreso Universitario que consiste en acelerar los procesos de revisión de los planes y programas de estudios de las distintas licenciaturas que se imparten en la Máxima Casa de Estudios
  
3. Además, esta última modificación, encuentra su fundamento en los resultados de las investigaciones realizadas en las siguientes áreas<sup>11</sup>:
  - Planes de estudio de otras instituciones donde se imparte esta carrera
  - Situación del mercado laboral
  - Seguimiento de nuestros egresados
  - Características específicas de la licenciatura impartida en la ENEP Acatlán
  - Material obtenido en diversos foros locales, en el Congreso Universitario y en asambleas y talleres del CONEICC

---

<sup>10</sup> Ibidem. Pág. 4

<sup>11</sup> Ibidem. Pág. 3

### **1.3.2 Necesidades académicas que cubre el plan de estudios de Comunicación**

En el plan de estudios la Comunicación es definida como: la reunión de conocimientos sistemáticos sobre el conjunto de interacciones que realizan los agentes culturales y sociales para intercambiar expresiones, haciendo uso de ciertos medios e instrumentos para transportar tanto representaciones como visiones y modelos del mundo<sup>12</sup>.

A su vez, el plan de estudios hace hincapié en que la comunicación como disciplina se encuentra en constante evolución lo que obliga a mantener el diseño de planes y programas en constante cambio, incorporando estrategias que le permitan al alumno vincular el saber con la práctica, así como abordar temáticas emergentes pues “resulta importante mencionar que existe la necesidad de reorientar alguna parte de la oferta curricular en comunicación hacia áreas descuidadas u olvidadas por la mayoría de las carreras<sup>13</sup>”.

### **1.3.3 Necesidades socioeconómica que cubre la Licenciatura en Comunicación**

En el Tomo I del plan de estudios de comunicación, al referirse a las características laborales del egresado dice: se puede observar la transformación de mercados como el periodístico y de medios electrónicos, la emergencia de otros, como la comunicación organizacional y la auditoría comunicativa, la necesidad creciente de prácticas como la investigación y la docencia, y cierta tendencia a redefinir algunas prácticas en los ámbitos de las relaciones públicas, la publicidad y la propaganda<sup>14</sup>.

---

<sup>12</sup> Ibidem. Pág. 10

<sup>13</sup> Ibidem. Pág. 17

<sup>14</sup> Ibidem. Pág. 18

Lo anterior es el antecedente para el establecimiento de un ciclo básico y uno de especialidad, pues esto permitirá al estudiante tener una formación teórico-metodológica, así como un acercamiento a técnicas y prácticas comunicativas (ciclo básico) y por otro lado, profundizar en conocimientos sobre el periodismo escrito, los medios electrónicos, la comunicación organizacional, y la investigación y docencia (ciclo de preespecialidad, a elección del alumno).

El plan de estudios de Comunicación (de 1997) parte de la consideración, tanto académica de la comunicación, así como socioeconómica. Es decir, considera tanto la crisis y posibilidades de su evolución disciplinaria, así como la demanda laboral y las oportunidades de inserción en el sector laboral para los egresados.

#### **1.4 Plan de estudios vigente**

Como ya se mencionó la carrera de Comunicación está conformada por dos ciclos: el básico que aporta al alumno los conocimientos generales indispensables del saber comunicativo y el ciclo de preespecialización que permite al alumno el conocimiento y habilidades especializadas sobre prácticas profesionales específicas. Ambos ciclos son complementarios. A continuación, observaremos la estructura curricular (básico).

### 1.4.1 Mapa curricular del ciclo básico<sup>15</sup>

<b>PRIMERO</b>	<b>SEGUNDO</b>	<b>TERCERO</b>	<b>CUARTO</b>	<b>QUINTO</b>	<b>SEXTO</b>
Teoría Social I	Teoría Social II	Teoría de la Comunicación I	Teoría de la Comunicación II	Teoría de la Comunicación III	Teoría de las Organizaciones
Epistemología de la Comunicación I	Epistemología de la Comunicación II	Investigación en Comunicación I	Investigación en Comunicación II	Investigación en Comunicación III	Investigación en Comunicación IV
Computación para Comunicadores	Estadística Aplicada	Legislación de la Comunicación en México	Semiótica	Psicología I	Psicología II
Redacción	Nota Informativa	Entrevista	Reportaje	Producción Radiofónica	Producción Televisiva
Historia Mundial del Siglo XX	Historia Latinoamericana del Siglo XX	Sociedad y Política del México Actual	Estructura y Desarrollo de los Medios I	Estructura y Desarrollo de los Medios II	Sociedad, Arte y Cultura

<sup>15</sup> Ibidem. Pág. 7

## 1.4.2 Mapa curricular por preespecialidades

Después del sexto semestre los alumnos podrán optar por alguna de las cuatro preespecialidades. Éstas se describen a continuación:

- **Comunicación organizacional:** El manejo de la comunicación en las organizaciones sociales, señaladas como práctica emergente, es una muestra de la diversificación que las prácticas profesionales están sufriendo. Las nuevas circunstancias por las que atraviesa el país han empezado a elevar la demanda de este tipo de comunicador, se ha mostrado como un área de oportunidad para cubrir una formación profesional aún muy poco ofrecida.
- **Investigación y docencia:** La docencia se ha revelado como una práctica estable con un mercado laboral creciente. Esta preespecialidad en la FES - Acatlán, ha permitido avanzar en la consolidación de su propia planta docente y la ha convertido en una proveedora de recursos humanos. La investigación en comunicación, se observa no sólo como apoyo a la docencia, sino como un área emergente prometedora ya que cada vez se requiere más conocer el papel e importancia de lo comunicativo en la organización de la sociedad<sup>16</sup>.
- **Medios electrónicos:** El área considera el uso combinado de técnicas e instrumentos de expresión y producción comunicativa.
- **Periodismo escrito:** Contempla un nuevo perfil del periodista, mismo que requiere una preespecialización y una adaptación a las transformaciones derivadas del uso de las nuevas tecnologías en la confección periodística<sup>17</sup>.

Observemos las materias de las cuatro preespecialidades:

---

<sup>16</sup> División de Humanidades. Jefatura del Programa de Periodismo y Comunicación Colectiva. Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación Tomo III. Naucalpan, Estado de México, 1997. Pág. 119

<sup>17</sup> *Ibidem*. Pág. 120

- **Mapa curricular de la preespecialidad en Comunicación Organizacional**

<b>SÉPTIMO</b>	<b>OCTAVO</b>	<b>NOVENO</b>
Seminario de la Comunicación Organizacional	<b>Optativa</b>	<b>Optativa</b>
Prácticas Profesionales en Comunicación Organizacional	Seminario de titulación I	<b>Optativa</b>
Seminario de teoría de las organizaciones	Comportamiento Organizacional	Auditoria Comunicativa
Computación Aplicada a la Comunicación Organizacional	Taller de Comunicación Organizacional	Seminario de Imagen Corporativa
Ética del Comunicador	Seminario de Publicidad y Mercadotecnia	Administración de Proyectos de Comunicación Organizacional

- **Mapa curricular preespecialidad en Investigación y Docencia**

<b>SÉPTIMO</b>	<b>OCTAVO</b>	<b>NOVENO</b>
Teoría Pedagógica	<b>Optativa</b>	<b>Optativa</b>
Computación Aplicada a la Investigación	Seminario de Titulación I	<b>Optativa</b>
Enseñanza e Investigación en Comunicación en México y América Latina	Investigación Aplicada I	Investigación Aplicada II
Elaboración de Materiales Científicos	Seminario de Planes y Programas de Estudios	Taller de Comunicación Educativa
Ética del Comunicador	Seminario de Trabajo Áulico	Prácticas Profesionales en Investigación y Docencia

- **Mapa curricular preespecialidad en Medios Electrónicos**

<b>SÉPTIMO</b>	<b>OCTAVO</b>	<b>NOVENO</b>
Seminario de Lenguajes Audiovisuales	<b>Optativa</b>	<b>Optativa</b>
Medios Electrónicos para la Educación	Seminario de Titulación I	<b>Optativa</b>
Administración de Proyectos en Medios Electrónicos	Producción Radiofónica Especializada	Producción Televisiva Especializada
Taller de Guión I	Taller de Guión II	Producción de Multimedia
Ética del Comunicador	Seminario de Tecnología de los Medios Electrónicos	Prácticas Profesionales en Medios Electrónicos

- **Mapa curricular preespecialidad en Periodismo Escrito**

<b>SÉPTIMO</b>	<b>OCTAVO</b>	<b>NOVENO</b>
Periodismo y Literatura	<b>Optativa</b>	<b>Optativa</b>
Seminario de la Prensa Actual en México	Seminario de Titulación I	<b>Optativa</b>
Edición Periodística I	Edición Periodística II	Administración de Proyectos Editoriales
Crítica, Artículo y Editorial	Crónica, Columna y Ensayo	Seminario de Periodismo Especializado
Ética del Comunicador	Instituciones de Información	Prácticas Profesionales en Periodismo Escrito

### **1.4.3 Materias Optativas**

Las materias optativas que se señalan en el octavo (una) y noveno (dos) semestre de cada preespecialidad, tienen la finalidad de complementar o profundizar los conocimientos recibidos previa o colateralmente en las materias obligatorias de su preespecialidad, estas materias son:

- Cibernética, Nuevas Tecnologías y Comunicación
- Investigación en Comunicación Alternativa
- Lenguaje Cinematográfico
- Literatura Latinoamericana Contemporánea
- Taller de Análisis de Imágenes en Movimiento
- Taller de Formación de Instructores para la Capacitación
- Taller de Fotografía y Composición de Imágenes Fijas
- Comunicaciones Internas
- Técnicas de Elaboración de Audiovisuales
- Técnicas de Cine Documental
- Seminario de Cultura de Masas
- Seminario de Titulación

### **1.4.4 Perfil del egresado**

Al perfil de egreso del estudiante de la licenciatura en Comunicación lo podemos observar desde dos componentes: el perfil del egresado de la Licenciatura (general), y el perfil de su preespecialización (específica) que es por elección del alumno.

Es así que de manera general, el egresado de la licenciatura en Comunicación puede desempeñarse en las áreas de periodismo escrito, medios electrónicos, comunicación organizacional e investigación y docencia,

para lo cual estará dotado de una sólida formación, teórica, metodológica y técnica, caracterizada por su compromiso con la sociedad, la cultura y la ética en la práctica social de la comunicación<sup>18</sup>.

#### **1.4.4.1 Perfil del egresado por preespecialidades**

Por otro lado, durante el ciclo de preespecialidad, el egresado adquirirá una formación específica que le permitirá desenvolverse en alguno de estos cuatro ámbitos de la profesión:

- **Comunicación Organizacional:** El egresado será capaz de investigar, diagnosticar, proponer, administrar, producir y evaluar acciones comunicativas en diversos tipos de organizaciones tales como: la familia, organizaciones vecinales, despachos o empresas, negocios, grupos religiosos, partidos políticos, etcétera, y todas aquellas que deseen conocer o mejorar su comunicación tanto interna como externa.
- **Investigación y Docencia:** El egresado no sólo tendrá la capacidad de realizar investigaciones de rigor y calidad académica, aplicando metodologías cuantitativas y cualitativas, sino cualquier tipo de investigación teórica o de teoría aplicada a diversos tipos de procesos comunicativos. Por lo que se refiere a la docencia, no sólo utilizará las técnicas de la enseñanza tradicional, sino que sabrá planear producir, administrar y evaluar productos de tecnología educativa, aplicados a presentaciones, asesorías, conferencias, y cursos de capacitación<sup>19</sup>.
- **Medios Electrónicos:** El egresado desarrollará habilidades para cada una de las etapas de preproducción, producción y postproducción.

---

<sup>18</sup> División de Humanidades. Jefatura del Programa de Periodismo y Comunicación Colectiva. Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación Tomo I. Naucalpan, Estado de México, 1997. Pág. 48

<sup>19</sup> *Ibidem*. Pág. 51

Revisará y aplicará las técnicas de producción en multimedios o producción computarizada de medios de comunicación.

- **Periodismo Escrito:** El egresado será capaz de investigar, planear, diseñar, y administrar y producir proyectos de producción editorial, y conocerá y manejará el diseño por computadora<sup>20</sup>.

#### **1.4.4.2 Sistematización del perfil institucional**

En la siguiente tabla observaremos el perfil institucional del egresado; desagregado desde la UNAM, la FES Acatlán y la licenciatura en Comunicación. Observaremos el perfil de la Preespecialidad en Investigación y Docencia, así como el objetivo de la materia en cuestión: Investigación Aplicada II, pues éste nos habla de lo que el alumno será capaz de practicar al egresar de la misma.

---

<sup>20</sup> Ibidem. Pág. 52

Ley Orgánica de la UNAM (FES ACATLÁN)	Perfil del Egresado de Comunicación <sup>21</sup>	Preespecialidad Investigación Y Docencia <sup>22</sup>	Investigación Aplicada II <sup>23</sup>
<p>Artículo I La Universidad Nacional Autónoma de México es una corporación pública, organizada, descentralizada del Estado, dotada de plena capacidad jurídica y que tiene por fines y <b>impartir educación superior para formar profesionistas, investigadores, profesores universitarios y técnicos útiles a la sociedad, organizar y realizar investigación</b> principalmente a cerca de las condiciones y problemas nacionales, y extender con la mayor amplitud posible los beneficios de la cultura</p> <p><b>Artículo II</b> II. Impartir sus enseñanzas y <b>desarrollar sus investigaciones de acuerdo con el principio de libertad de cátedra y de investigación.</b></p>	<p>Nuestros egresados desarrollarán <b>disposición para el trabajo en equipo</b>, lo cual les permitirá participar eficientemente en la solución de los problemas propios de su disciplina, a la vez que <b>los mantendrá abiertos al intercambio de experiencias</b> con profesionales de otras áreas.</p> <p>Su formación humanística, les permitirá <b>reflexionar acerca de las repercusiones de su ejercicio profesional, para asumir éticamente las responsabilidades y compromisos que la práctica de la comunicación conlleva</b></p>	<p>Estará capacitado para efectuar investigaciones teóricas o <b>de teoría aplicada</b> a los diversos procesos comunicativos, como <b>los estudios de opinión, de audiencia, de impacto, de mercado, etc.</b> En ellos aplica <b>métodos y técnicas</b> de probado rigor científico. Asimismo, puede participar en la corrección, redacción y edición de publicaciones científicas.</p> <p>El egresado puede planear, producir, administrar y evaluar productos de tecnología educativa, aplicados a presentaciones, asesorías, conferencias y cursos de capacitación.</p> <p>También podrá desenvolverse como docente en instituciones educativas especialmente en aquellas en las que se imparten estudios de comunicación o licenciaturas afines</p>	<p>Objetivo: El alumno será <b>capaz de practicar</b> las técnicas de la investigación aplicada, en los estudios mercadológicos, publicitarios y de auditorios.</p> <p>Temas: 1.- Mercadotecnia, publicidad y medios de comunicación 2.- Investigación mercadológica y el marketing. 3.- La investigación publicitaria 4.- Los estudios de auditorios</p>

<sup>21</sup> Jefatura del Programa de Periodismo y Comunicación Colectiva. Folleto de difusión de la Licenciatura en Comunicación (2004)

<sup>22</sup> División de Humanidades. Jefatura del Programa de Periodismo y Comunicación Colectiva. Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación Tomo I. Naucalpan, Estado de México, 1997. Pág. 52

<sup>23</sup> División de Humanidades. Jefatura del Programa de Periodismo y Comunicación Colectiva. Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación Tomo III. Naucalpan, Estado de México, 1997. Pág. 237

## 1.5 Áreas de conocimiento que contempla el plan de estudios

Para profundizar más en la estructuración del plan describiremos las áreas de conocimiento y las modalidades didácticas que éste contempla:

Se señala que el diseño está pensado para mantener coherencia, secuencialidad y un equilibrado peso de la teoría y la práctica. Para tal efecto se articulan cuatro áreas de conocimiento:

- **Teórica:** Comprende los contenidos pertinentes a los saberes propios de la comunicación en su génesis, en su estatuto y en su estado actual, es decir, abarca aquellos conocimientos abstractos y formales propios de los conocimientos de la comunicación como ciencia, que sirven para fundamentar su explicación y estudio.
- **Metodológica:** Comprende el conjunto de procedimientos, lógica y argumentación pertinentes para el abordaje riguroso de las interacciones, procesos y fenómenos comunicativos; comprende los conocimientos-informaciones pertinentes a una explicación científico-racional de la comunicación como saber<sup>24</sup>.
- **Técnico-Instrumental:** Se configura por las explicaciones y aplicaciones de técnicas o bien por aquellos conocimientos y informaciones sobre procedimientos específicos para aplicar-realizar las prácticas y ejercicios profesionales de la comunicación.
- **Contextual:** Trata de los contenidos que explican el saber comunicativo en relación con otros saberes (biofísicos, históricos, políticos, económicos, culturales, tecnológicos, éticos) en otras palabras, aquellos conocimientos que permiten situar el aprendizaje de la comunicación como una profesión científico-humanista<sup>25</sup>.

---

<sup>24</sup> *Ibidem*. Pág. 112

<sup>25</sup> *Ibidem*. Pág. 113

## 1.6 Modalidades didácticas que contempla el plan de estudios

Contempla cuatro modalidades:

- **Cursos monográficos:** Se basan en promover la reflexión, la investigación teórica y de campo, en donde el docente promueve los aprendizajes, discute con los alumnos analiza y discute teniendo como referencia epistemológica las teorías, los conceptos, las leyes y los principios enunciados por autores e investigadores en comunicación<sup>26</sup>.
- **Talleres:** Esta modalidad se basa en promover las prácticas constantes, el ejercicio de las habilidades conductuales para obtener la eficacia, facilidad, rapidez y viabilidad de las rutinas. La evaluación de los talleres tiene como criterios la eficiencia, velocidad, creatividad, la precisión, la formación de actitudes y las posibilidades prácticas. Tiene como referencia epistemológica el manejo y uso de las técnicas e instrumentos, las rutinas que se validan en la práctica comunicativa y por el mismo estudiante con las cuales se modifican los diferentes entornos.
- **Seminarios:** En ellos se da la comprobación, reflexión, discusión, crítica, diseño, producción y creación de los métodos que se prueban en los talleres. Su referencia epistemológica es la comprobación de las hipótesis que se desprenden de las leyes, teorías, y principios teóricos.
- **Prácticas:** Tratan de la aplicación directa de las producción y reproducción de conocimientos, habilidades, destrezas, actitudes adquiridas en la escuela, en el entorno profesional<sup>27</sup>.

---

<sup>26</sup> Ibidem. Pág. 114

<sup>27</sup> Ibidem. Pág. 115

## 1.7 La formación para la investigación que contempla el plan de estudios vigente

Uno de los objetivos de la Licenciatura en Comunicación, en correlación con los objetivos que se plantea la Facultad y la máxima casa de estudios, es el de dar impulso a la investigación, lo que la carrera se propone a través de contenidos programáticos con especial énfasis en la formación para la investigación en comunicación.

De esta forma, podemos observar en el mapa curricular:

- Cuatro cursos de investigación (ciclo básico). Investigación en Comunicación I, Investigación en Comunicación II, Investigación en Comunicación III e Investigación en Comunicación IV.
- Dos cursos de Epistemología: Epistemología de la Comunicación I y II (estas materias las podemos considerar antecedentes, para las cuatro materias de Investigación del ciclo básico).
- Y dos materias de Investigación Aplicada: Investigación Aplicada I e Investigación Aplicada II, éstas son específicamente para quienes eligen la preespecialidad en Investigación y Docencia.

Respecto a las materias de Epistemología de la Comunicación I y II diremos que éstas permiten al alumno: situar a la comunicación como un objeto de estudio, así como, identificar los diversos paradigmas de los que se alimenta. Podemos llamar a estas materias **antecedentes** de las de Investigación en Comunicación.

Posteriormente, en el ciclo curricular básico, ubicaremos las materias de Investigación I, II, III, IV, éstas llevarán al alumno desde la comprensión sobre qué es la actividad investigativa, qué es investigar en comunicación, hasta la aplicación de técnicas cuantitativas, formal estructurales y cualitativas, en el ámbito comunicativo.

Finalmente, las materias Investigación Aplicada I y II, pertenecientes a la preespecialidad de Investigación y Docencia, permiten al alumno la aplicación de los conocimientos y habilidades desarrolladas en las materias que anteceden, hacia las áreas de: opinión pública, comunicación educativa, comunicación organizacional e investigación mercadológica.

### **1.7.1 Investigación Aplicada II**

Aquí se presenta el Programa oficial de la materia y programa propuesto. Se hará una descripción y observaciones de ambos, posteriormente observaremos las analogías entre ellos.

Se termina en este punto con la descripción de los contenidos de la materia referida Investigación Aplicada II, misma que como hemos visto es una materia de la preespecialidad de Investigación y Docencia, de la Carrera de Comunicación, y se ubica en el noveno semestre.

#### **1.7.1.1 Programa oficial, descripción y observaciones**

El Programa oficial se describe como sigue:

- **Título de la asignatura:** Investigación Aplicada II
- **Calidad de:** Seriación (materia seriada)

- **Ubicación y características didácticas:**

Clave: (T4 P C8) AT

Créditos: 8

Ubicación: 9°

Carácter: OBLIG-PID

Área: Teórica

S. Didáctica: T

S. Evaluación: T

- **Carga horaria**

<b>HORAS</b>	<b>SEMANAL</b>	<b>SEMESTRAL</b>
Prácticas		
Teóricas	4	64
<b>TOTALES</b>	<b>4</b>	<b>64</b>

- **Objetivo General:** El alumno será capaz de practicar las técnicas de la investigación aplicada, en los estudios mercadológicos, publicitarios y de auditorios

- **Contenidos Mínimos:**

1. Mercadotecnia, publicidad, y medios de comunicación (12 hrs.)
2. La investigación mercadológica de marketing (14 hrs.)
3. La investigación publicitaria (14 hrs.)
4. Los estudios de auditorios (14 hrs.)

- **Bibliografía Básica:**

- GREEN, H. Investigación de mercados. México. Ed. Prencite Hal, 1988
- AKER, David. A, y Day. Investigación de Mercados, México. Ed. Mc Graw Hill, 1989.
- KOTLER y Amstrong. Fundamentos de Mercadotecnia. México, Ed. Prentice May. 1991.
- LONDO, David. Comportamiento del Consumidor, México, Ed. McGraw Hill., 1993

- **Bibliografía Complementaria:**

- ANDER, Egg, Ezequiel. Repasando la investigación-acción participativa. Gobierno Vasco, Ed. Documentos de Bienestar Social, 1990
- BOUDON, Raymon. Corrientes de la investigación en las ciencias sociales; aspectos interdisciplinarios, Madrid. Ed. Tecnos- UNESCO, 1987
- CARR, W y Kemmins, S. Teorías Críticas de enseñanza. La investigación acción en la formación del profesorado. Barcelona, Ed. Martínez Roca, 1988.
- SÁNCHEZ, Ruíz, E. La investigación de la comunicación en México. Logros, metas, perspectivas, México, Ed. Edicom, 1988.

## **Observaciones**

- En el cuadro donde se especifica la carga horaria, está vacío el espacio para las horas prácticas. También en el mismo cuadro se contemplan

64 horas teóricas totales, sin embargo, en los contenidos mínimos y su determinación horaria se contemplan 52 horas.

- En el objetivo general se establece que se practicarán las técnicas de la investigación aplicada en los **estudios** mercadológicos, publicitarios y de auditorio; pero en los contenidos mínimos no nos referimos **estudios** en todo momento, sino a **investigación**<sup>28</sup>.
- Respecto a la bibliografía básica, se presentan tres libros de investigación de mercado y uno de comportamiento del consumidor, todos publicados entre 1988 y 1991. Sobre la bibliografía complementaria, se presentan títulos que refieren a lo metodológico, así como a la investigación en comunicación en México.

Por lo anterior y pretendiendo no modificar, sino más bien **puntualizar** el programa de la asignatura Investigación Aplicada II, se presenta la siguiente propuesta para la materia en cuestión; esto considerando la revisión bibliográfica de los contenidos, así como la visión del modelo de Educación Basada en Competencias, en el que más adelante se ahondará.

#### **1.7.1.2 Programa propuesto, descripción y observaciones**

El programa propuesto parte del programa oficial y se describe como sigue a continuación:

- **Título de la asignatura:** Investigación Aplicada II

---

<sup>28</sup> Diccionario de la lengua española. Vigésima segunda edición. Madrid 2001. Estudio: Trabajo empleado en aprender o cultivar una ciencia o arte. Investigación: Tiene por fin ampliar el conocimiento científico sin perseguir, en principio, ninguna aplicación práctica.

- **Calidad de:** Seriación (materia seriada)
- **Ubicación y características didácticas:**

Clave: (T4 P C8) AT

Créditos: 8

Ubicación: 9°

Carácter: OBLIG-PID

Área: Teórica

S. Didáctica: T

S. Evaluación: T

- **Carga horaria**

<b>HORAS</b>	<b>SEMANAL</b>	<b>SEMESTRAL</b>
Teóricas		12
Metodológicas		46
Técnicas		6
<b>TOTALES</b>		<b>64</b>

- **Objetivo General:** El alumno será capaz de practicar las técnicas de la investigación aplicada, en los Estudios Mercadológicos
- **Competencia General:** El alumno será competente para desarrollar investigación mercadológica (de mercado, audiencia y publicitaria), con base a la teoría, metodología y técnica más pertinente
- **Competencias Transversales:** Competencia teórica, metodológica y técnica

Por competencia general entenderemos el conjunto de habilidades y saberes, que el participante evidenciará en el Taller de Investigación Aplicada II; éste

conjunto será susceptible de comercialización en el sector laboral del egresado de la carrera.

Por competencia transversal entenderemos a aquellas competencias que son necesarias, o condicionantes, para la correcta generación de la competencia general, por eso ésta última tiene carácter integrador.

- **Contenidos Mínimos:**

1. Investigación Aplicada. Comunicación y Mercado (4 horas)
2. Estudios Mercadológicos (8 horas)
3. Investigación de Mercado (18 horas)
4. Investigación Publicitaria(14 horas)
5. Investigación de Auditorios (14 horas)
  - Presentación de resultados (6 horas)

### 1.7.1.3 Comparativo entre el programa oficial y el programa propuesto

	<b>Programa oficial de la materia</b>	<b>Programa propuesto para la materia</b>
<b>Título de la Asignatura</b>	Investigación Aplicada II	Investigación Aplicada II
<b>Calidad de:</b>	Seriación (materia Seriada)	Seriación (materia Seriada)
<b>Ubicación y Características Didácticas</b>	Clave: (T4 P C8) AT Créditos: 8 Ubicación: 9° Carácter: OBLIG-PID Área: Teórica S. Didáctica: T S. Evaluación: T	Clave: (T4 P C8) AT Créditos: 8 Ubicación: 9° Carácter: OBLIG-PID Área: Teórica S. Didáctica: T S. Evaluación: T

<b>Carga Horaria</b>	<b>Programa oficial de la materia</b>			<b>Programa propuesto para la materia</b>		
	<b>HORAS</b>	<b>SEMANAL</b>	<b>SEMESTRAL</b>	<b>HORAS</b>	<b>SEMANAL</b>	<b>SEMESTRAL</b>
	<b>Prácticas</b>			<b>Teóricas</b>		12
	<b>Teóricas</b>	4	64	<b>Metodológicas</b>		46
	<b>TOTALES</b>	4	64	<b>Técnicas</b>		6
				<b>Totales</b>		<b>64</b>
<b>Objetivo General</b>	El alumno será capaz de practicar las técnicas de la Investigación Aplicada, en los estudios mercadológicos, publicitarios y de auditorios.			El alumno será capaz de practicar las técnicas de la Investigación Aplicada, en los estudios mercadológicos.		
<b>Competencia General</b>				El alumno será competente para desarrollar investigación mercadológica (de mercado, publicitaria y de auditorios), con base en la teoría, metodología y técnica más pertinente.		
<b>Competencias Transversales</b>				Competencia teórica, metodológica y técnica		

	<b>Programa oficial de la materia</b>	<b>Programa propuesto para la materia</b>
<b>Contenidos Mínimos</b>	1. Mercadotecnia, publicidad, y medios de comunicación (12 hrs.) 2. La investigación mercadológica o de marketing (14 hrs.) 3. La investigación publicitaria (14 hrs.) 4. Los estudios de auditorios (14 hrs.)	1. Investigación Aplicada. Comunicación y Mercado (4 horas) 2. Estudios Mercadológicos (8 horas) 3. Investigación de Mercado (18 horas) 4. Investigación publicitaria (14 horas) 5. Investigación de auditorios (14 horas) ◦ Presentación de resultados (6 horas)

**Observaciones:**

- En los tres primeros puntos no se presenta ningún cambio.
- En la carga horaria se observará la cuantificación en horas para abordar la teoría, la metodología y la (s) técnicas.
- El objetivo general cambia de: El alumno será capaz de practicar las técnicas de la investigación aplicada, en los estudios mercadológicos, publicitarios y de auditorios (programa oficial), a El alumno será capaz de practicar las técnicas de la investigación aplicada, en los Estudios Mercadológicos. Ya que hablar de Estudios Mercadológicos, o de estudios de Marketing, engloba la investigación de mercado, publicitaria y de auditorios.
- En el programa propuesto se habla de competencia general y competencias transversales (competencia teórica, metodológica, técnica).

- La competencia general hace énfasis en qué competencia va a alcanzar el participante al final del taller, nos referimos a qué producto – susceptible a ser comercializado – va a generar; y bajo qué condiciones.
- Las competencias transversales, que se marcan en el programa propuesto, son las condiciones bajo las cuales va a alcanzar esa competencia general; es decir bajo la condicionante de la teoría, metodología y técnica más pertinente al problema de investigación mercadológica.
- También la propuesta implicará competencias particulares, pero de esas se hablará en el siguiente punto.
- Los contenidos que se proponen parten de la revisión bibliográfica y se especifica su composición en el siguiente punto.

#### 1.7.1.3.1 Contenidos Mínimos. Comparativo

El programa oficial habla de “contenidos mínimos”, sin embargo nos referiremos también a éstos como: **temas**. Este es un comparativo de los contenidos o temas propuestos.

<b>Programa oficial de la materia</b>	<b>Programa propuesto para la materia</b>
1. Mercadotecnia, publicidad, y medios de comunicación (12 hrs.)	1. Investigación Aplicada. Comunicación y Mercado (4 horas)
2. La investigación Mercadológica o de marketing (14 hrs.)	2. Estudios Mercadológicos (8 horas)
	3. Investigación de Mercado (18 horas)

3. La investigación Publicitaria (14 hrs.)	4. Investigación Publicitaria (14 horas)
4. Los estudios de Auditorios (14 hrs.)	5. Investigación de Auditorios (14 horas)
	Presentación de resultados (6 horas)

**Observaciones:**

- En cada fila de la tabla podemos observar los temas análogos del programa oficial y del programa propuesto.
- El primer tema del programa propuesto tiene – básicamente – el objetivo de dotar al alumno de competencia teórica y metodológica (transversales, las ocuparán en todo momento) para desarrollar investigación aplicada en el mercado.
- Se pretende que se ubique la relación entre la investigación aplicada, la comunicación y el mercado;
- el segundo tema del programa propuesto: Estudios Mercadológicos. tiene por objetivo, hacer que el alumno identifique a los estudios mercadológicos, así como a tres diferentes tipos de investigación al respecto: investigación de mercado, publicitaria y de auditorios;
- en este mismo tema se abordará – básicamente – la competencia teórica sobre los estudios mercadológicos.
- Posteriormente, en el programa propuesto, pasaremos a los temas que pretenden el alcance de la competencia metodológica (transversal) para desarrollar investigación mercadológica: Investigación de mercado (tema 3), publicitaria (tema 4) y de auditorios (tema 5).
- Las últimas seis horas del taller no se han tematizado propiamente, y sólo se les ha nombrado: Presentación de resultados

- No se ha tematizado el último punto puesto que no hay un punto análogo en el programa oficial de la materia.
- Observemos el siguiente cuadro comparativo. Aquí se ven las competencias particulares que aborda cada tema.
- Cada competencia particular está amarrada a las competencias transversales: teórica, metodológica, técnica.
- **Cabe resaltar que la suma de las competencias particulares nos da la competencia general.**

**Competencia General:** El alumno será competente para desarrollar investigación mercadológica (de mercado, publicitaria y de auditorios), con base en la teoría, metodología y técnica más pertinente.

TEMA	COMPETENCIAS PARTICULARES
1. Investigación Aplicada. Comunicación y Mercado (4 horas)	1. Competencia teórica para desarrollar investigación aplicada (en Comunicación) 1.1 Competencia metodológica para desarrollar investigación aplicada (en Comunicación)
2. Estudios Mercadológicos (8 horas)	Competencia teórica para los estudios mercadológicos.
3. Investigación de Mercado (18 horas)	Competencia metodológica para la investigación de mercado
4. Investigación Publicitaria (14 horas)	Competencia metodológica para la investigación publicitaria
5. Investigación de Auditorio (14 horas)	Competencia metodológica para la investigación de auditorios
Presentación de resultados (6 horas)	Competencia técnica para la presentación de resultados (presentación ejecutiva)

Estas competencias particulares quedarán implicadas en la redacción del Objetivo Particular de las cartas descriptivas (una por sesión). Ver marco metodológico 3.2.3.1 Diseño de la Carta.

#### **1.7.1.4 Contenidos de la materia Investigación Aplicada II**

Tanto en el programa oficial, así como en el propuesto se habla de una serie de conceptos que se considera necesario aclarar. Esta aclaración parte de la revisión bibliográfica en el ámbito de los estudios mercadológicos. Lo anterior nos permitirá establecer un marco común para el abordaje de la materia.

Se hablará de las técnicas de investigación aplicada, la Investigación Aplicada, la Investigación Aplicada en Comunicación, los Estudios Mercadológicos, la Mercadotecnia; posteriormente se hablará de la Investigación Mercadológica: Investigación de Mercado, Investigación de Auditorio e investigación Publicitaria.

Para comenzar encontraremos un cuadro con las llamadas técnicas de investigación aplicada, mismas a las que hace referencia el objetivo general de la materia tanto en el oficial, como en el propuesto.

- Objetivo General en el programa oficial: **El alumno será capaz de practicar las técnicas de la investigación aplicada, en los estudios mercadológicos, publicitarios y de auditorio.**
- Objetivo General en el programa propuesto: **El alumno será capaz de practicar las técnicas de la investigación aplicada, en los estudios mercadológicos.**

#### 1.7.1.4.1 Técnicas de Investigación Aplicada

Tema y fuente bibliográfica	Técnica	
	Cuantitativa	Cualitativa
<p><b>Investigación de Mercados</b>            GREEN, H. Investigación de mercados. México. Ed. Prentice Hall, 1988            AKER, David. A, y Day. Investigación de Mercados, México. Ed. Mc Graw Hill, 1989.            KOTLER y Amstrong. Fundamentos de Mercadotecnia. México, Ed. Prentice Hall. 1991.            LONDO, David. Comportamiento del Consumidor, México, Ed. McGraw Hill., 1993</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Medición de actitudes (para la identificación de tributos importantes)</li> <li>- Experimentación</li> <li>- Análisis estadístico</li> <li>- Encuestas</li> <li>- Sondeos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Métodos de observación</li> <li>- Métodos proyectivos</li> <li>- Entrevistas</li> </ul>
<p><b>Investigación publicitaria</b>            DARREL, Lucas. La Efectividad publicitaria. Argentina. De. El Ateneo. 1969.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Test de laboratorio</li> <li>- Método Flesch (velocidad y claridad en lectura de mensaje publicitario)</li> <li>- Procedimiento “Cloze” (el sujeto adivina las palabras que han sido extraídas de un mensaje, verifica musicalidad de los mismos)</li> <li>- Análisis de contenido</li> <li>- Test en auditorio (después o durante la presentación del mismo a</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grupo de discusión</li> <li>- Distorsión perceptiva</li> <li>- Métodos proyectivos (técnicas de elección ordenada, técnicas expresivas, técnicas de construcción, técnicas de complementación)</li> <li>- Test en auditorio (después o durante la presentación del mismo a un auditorio)</li> <li>- Entrevistas a clientes</li> <li>- Análisis de contenido</li> </ul>

	<p>un auditorio, análisis de datos de manera cuantitativa)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Métodos por dispositivos: (psicogalvanómetro -captación por lapsos- , registros fotográficos, medidores de visibilidad)</li> </ul>	
<p><b>Investigación de audiencias</b>          JAUSET, A. Jordi. La Investigación de audiencias en televisión. Fundamentos estadísticos. Paidós Papeles de Comunicación. No. 28. España, 2000.          MYTTON, Graham. Handbook on radio and television audience research. BBC World Service Training Trust. UNICEF. United Kingdom, 1999.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Audímetro</li> <li>- Video Rating</li> <li>- Análisis estadístico de la audiencia (bruta, neta, objetiva, potencial, objetiva, útil)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grupo Focal</li> <li>- Entrevista Delphi</li> <li>- Técnicas Proyectivas</li> <li>- Observación participativa</li> <li>- Análisis de llamadas telefónicas, correos, cartas, etc.</li> </ul>

#### 1.7.1.4.2 Investigación aplicada

Existe cierto consenso en comprender por **investigación científica pura** (también conocida como fundamental o básica) a aquella dirigida a la generación de conocimiento *per se*, el cual no perseguiría el obtener otra utilidad de dicho conocimiento que el aumento en el acervo cognoscitivo colectivo. Por lo que sería un producto del espíritu explorador del hombre y buscaría desentrañar y conocer los secretos de la naturaleza. Buena parte de dicha investigación, por su propia esencia, se lleva a cabo en universidades.

Sin embargo, sobre todo en los países desarrollados, los trabajos que en alguna forma podría pensarse como de investigación pura, en realidad persiguen fines utilitarios. Por lo anterior, podemos decir que cada país, academia, política educativa, política científica, etc., establece y delinea qué es, cómo y para qué se hará investigación básica<sup>29</sup>.

Por otro lado, lo que se considera aquí **investigación aplicada**, difiere de la básica en que, el impacto que ésta genera tiene que ver directamente con el sector productivo (bienes y servicios). Hay dos tipos de investigación aplicada:

- **La Investigación Aplicada Fundamental**, se entendería como aquella investigación relacionada con la generación de conocimientos en forma de métodos, técnicas y/o sistematización de información, que desembocan, o podrían desembocar en aplicaciones al sector productivo. Los conocimientos de esta investigación también podrían, en lo inmediato, coadyuvar a la solución de otros problemas de investigación básica. Sin embargo, el problema es que los resultados y experiencias de la investigación aplicada no se sistematizan, ni existen mecanismos que devuelvan la

---

<sup>29</sup> CASTRO, Delgado Moisés. Caracterización de la investigación y de la tecnología. Revista de divulgación científica de la Universidad de las Américas, Puebla. Aleph Zero No. 27 <http://hosting.udlap.mx/profesores/miguela.mendez/alephzero/archivo/historico/az27/clasificacion.html>. Citado el viernes 9 de marzo 2007.

experiencia a las academias, principales generadoras de conocimiento.

- En segundo lugar se tiene **la Investigación Aplicada Tecnológica**, o investigación tecnológica. Se entenderá como aquella que genera prototipos, conocimientos y/o métodos dirigidos al sector productivo de bienes y servicios, sistemas y/o tecnología, ya sea con el fin de mejorarlo y hacerlo más eficiente; o con el fin de obtener productos nuevos y competitivos en dicho sector. En otros casos, la investigación tecnológica se ha hecho con base en la aplicación de conocimientos relativamente divulgados, es decir ingenieriles; como un ejemplo de esto, podría mencionarse la computadora personal o la mejora de procesos en la planta industrial<sup>30</sup>.
- En el mismo artículo referido se habla de una catalogación más, la de investigación científica académica, que sería la actividad que engloba tanto la investigación pura como la investigación aplicada básica.

#### **1.7.1.4.3 Investigación Aplicada en Comunicación**

La Investigación Aplicada en Comunicación, y haciendo referencia a Castro Delgado, refiere al tipo de investigación Aplicada Fundamental, y se entendería como aquella investigación relacionada con la generación de conocimientos - en forma de sistematización de información - que desembocan, o que podrían desembocar en diversas aplicaciones: de diagnósticos, de propuestas, etc., para el sector productivo (iniciativa privada o pública). Las aplicaciones estarán en diversos ámbitos de aplicabilidad, y en el ámbito de la comunicación éstas serían:

- Investigación Organizacional
- Investigación Educativa
- Estudios de opinión

---

<sup>30</sup> Ídem.

- Investigación de Mercado
- Investigación de Audiencias
- Investigación Publicitaria<sup>31</sup>

Los conocimientos de esta Investigación Aplicada en Comunicación también podrían coadyuvar a la solución de otros problemas de investigación básica en la misma disciplina. Sin embargo, como ya se mencionó, el problema muchas veces, es que los resultados y experiencias de la investigación aplicada no se sistematizan, ni existen mecanismos que devuelvan la experiencia a las academias, principales generadoras de conocimiento.

A continuación, y con el objetivo de establecer un marco de referencia, temático se describen los siguientes puntos.

#### **1.7.1.4.4 Estudios mercadológicos**

El término mercadológico es un sinónimo de marketing, que se utiliza en algunos países de Hispanoamérica, pero no en España<sup>32</sup>. Los estudios mercadológicos refieren básicamente a un conjunto de saberes que refieren a conocer y/o proyectar, sobre:

- Los diferentes bienes y servicios, a insertar en el mercado
- Los consumidores de los diferentes medios de comunicación masiva (audiencias)
- La gestión y el diseño de diversos materiales de difusión (publicidad)

---

<sup>31</sup> División de Humanidades. Jefatura del Programa de Periodismo y Comunicación Colectiva. Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación Tomo III. Naucalpan, Estado de México, 1997. Pág. 231 y 237. Los programas de Investigación Aplicada I e Investigación Aplicada II son los referentes para identificar las áreas de la investigación aplicada en comunicación.

<sup>32</sup> MESTRE, Miguel. Términos de Marketing. Diccionario. Base de Datos. SANTESIMASES, Ediciones Pirámide. Madrid, 1966. Pág. 594

Finalmente, los estudios mercadológicos o de marketing, refieren desde la producción y el abastecimiento, hasta la publicidad y la venta; su abordaje es desde múltiples visiones disciplinarias.

#### **1.7.1.4.5 Mercadotecnia**

La Mercadotecnia o Marketing es una actividad que implica métodos para diseñar, organizar, ejecutar y controlar la función comercializadora, de organización y de mercadeo de y para la organización. Sus objetivos son<sup>33</sup>:

- Establecer estrategias de negocios
- Buscar e identificar nuevos productos
- Seleccionar y medir mercados meta
- Desarrollar estrategias competitivas
- Desarrollar objetivos a corto y mediano plazo
- Establecer una conducta ética, tanto en lo que refiere a la información que se le da al cliente acerca del producto, así como en la sana y leal competencia entre los diversos productores.
- Generar estrategias de comunicación que incluyan: publicidad, relaciones públicas, venta personal, mercadotecnia directa, promoción de venta. Lo anterior permitirá establecer un lazo entre clientes y consumidores, con el objetivo último de influir en la conducta de los auditorios (clientes) seleccionados.

La Mercadotecnia se sirve de información estratégica que le permitirá observar y tomar decisiones para eficientar la comercialización de bienes y servicios; dicha información estratégica se extrae de diversos procesos de investigación que permitirán mirar desde la lógica del mercado.

---

<sup>33</sup> R.G. MURDICK. Mercadotecnia. By Special Agreement with BarCharts, Inc. Copyright BarCharts, Inc., 2002. USA. Traducción MEZA, Estaines Guadalupe. México 2002, para ed. Grupo Patria Cultural, S.A. de C. V.

#### **1.7.1.4.6 Investigación Mercadológica**

Mercado distingue diferentes fases o actividades mercadológicas, estas son: planeación del producto, diseño del producto, diseño del empaque, la imagen del producto y de la marca, la etiqueta y la política de precios<sup>34</sup>; seis momentos, en los se hace necesaria la investigación, puesto que ésta es imprescindible para la toma de decisiones estratégicas.

Los tipos de investigación mercadológica, o para el marketing, que a continuación se describen son tres: investigación de mercado, investigación de auditorio, investigación publicitaria.

##### **1.7.1.4.6.1 Investigación de Mercado**

La investigación de mercado es la reunión, registro, tabulación y análisis de datos relacionados con las distintas actividades de comercialización<sup>35</sup>; ésta permite: analizar al cliente, su ubicación y necesidades, reconocer el comportamiento de consumo en el cliente, identificar y definir las oportunidades de la mercadotecnia, monitorear el ambiente y a los competidores, delimitar y segmentar el mercado, evaluar si se están satisfaciendo las necesidades del mercado a través del **producto**.

##### **1.7.1.4.6.2 Investigación publicitaria**

Este tipo de investigación hace énfasis en la generación de información respecto a la **publicidad**. Es decir, hacia la generación de productos de difusión para un producto y/o servicio.

---

<sup>34</sup> S. MERCADO. Mercadotecnia Comparada. Limusa Noriega Editores. México 2006. Pág. 206

<sup>35</sup> S.MERCADO. Mercadotecnia Comparada. Limusa Noriega Editores. México 2006. Pág. 85

Sus empleos principalmente son: analizar la publicidad, su ubicación y las necesidades que presenta, identificar y definir las oportunidades de los diversos productos comunicativos, evaluar si se está dando información coherente y suficiente sobre el producto, a través de la publicidad, hacer pronósticos para los resultados de una campaña publicitaria.

Por otro lado, la investigación publicitaria “proporciona información que contribuye a evaluar las estrategias de publicidad, las diversas ejecuciones de los mensajes y la efectividad del medio o los medios de comunicación de modo que la efectividad pueda ser perfeccionada<sup>36</sup>.

Según el mismo autor los estudios publicitarios se dividen en:

- Investigación publicitaria, que refiere a medir anuncios publicitarios; antes del desarrollo de la publicidad, durante el desarrollo de la publicidad, después de la misma. Su objetivo es generar una **estrategia de publicidad más acorde a los resultados previamente adquiridos**.
- Investigación de **medios de publicidad**, mismos que exponen los mensajes a los consumidores.

Éstos últimos permiten identificar dónde verter una publicidad específica y con qué características.

La publicidad forma parte del área mercadológica y sirve como refuerzo de las ventas<sup>37</sup>.

---

<sup>36</sup> DARRELL Lucas. La Efectividad Publicitaria. Argentina 1969. Editorial El Ateneo. Pág. 145

<sup>37</sup> S.MERCADO. Mercadotecnia Comparada. Limusa Noriega Editores. México 2006. Pág. 397

### 1.7.1.4.6.3 Investigación de auditorios

Este tipo de investigación hace énfasis en la generación de información sobre el **auditorio** o audiencia, ésta puede ser definida de cinco formas:

- Audiencia Potencial: Que refiere al límite geográfico y mayor al cual puede llegar el producto comunicativo.
- Audiencia Objetiva: Es el grupo al que está dirigido determinado producto
- Audiencia Útil: Se refiere a los individuos que forman parte de la audiencia objetiva, y que ya son audiencia cautiva.
- Audiencia Bruta: Refiere a los individuos que por accidente, sin importar el tiempo ni cuántas veces, han consumido el producto.
- Audiencia Neta: Son individuos que se contabilizan en relación al tiempo y frecuencia de su consumo.

La investigación de auditorio tiene por objetivo conocer más de cerca el comportamiento “real” del espectador, entender sus preferencias, identificar sus necesidades, problemas, deseos, y costumbres en torno a diversos productos comunicativos<sup>38</sup>.

Los empleos de este tipo de investigación son: caracterizar al auditorio (en sus diversos tipos), identificar y definir las oportunidades de los diversos medios comunicativos, dónde verter la publicidad o programación específica, a qué audiencia se quiere llegar, monitorear la satisfacción y comportamiento de la audiencia, evaluar si se está dando información, entretenimiento, etc., coherente y suficiente al auditorio, hacer pronósticos sobre el alcance de determinada audiencia (técnico – por potencia de la transmisión – psicológica, social, etc.), así como hacer más redituable un medio de comunicación (televisión, radio, etc.).

---

<sup>38</sup> A. JAUSET, Jordi La Investigación de Audiencias en Televisión. Fundamentos Estadísticos. Paidós Papeles de Comunicación. España 2000. Pág. 28.

## **Cierre del Capítulo**

El presente capítulo permitió ubicar la propuesta que se aborda en esta tesis, por el lugar y el contexto en que se desarrolla; dónde se inserta curricularmente, a qué marco temático hace referencia, cuál es la propuesta temática para la materia, a qué competencia general van arribar los participantes de este Taller.

Sin embargo, todavía no se habla sobre la llamada Educación Basada en Competencias; cuáles son sus antecedentes, desde qué bases teóricas del aprendizaje se retoma, cuál será el cónclave conceptual más coincidente cuando nos enfrentamos a una institución educativa como la nuestra.

En el siguiente capítulo se hablará de estas consideraciones.



## Capítulo Dos



# Mapa Conceptual del Capítulo Dos

## 2. Marco Teórico

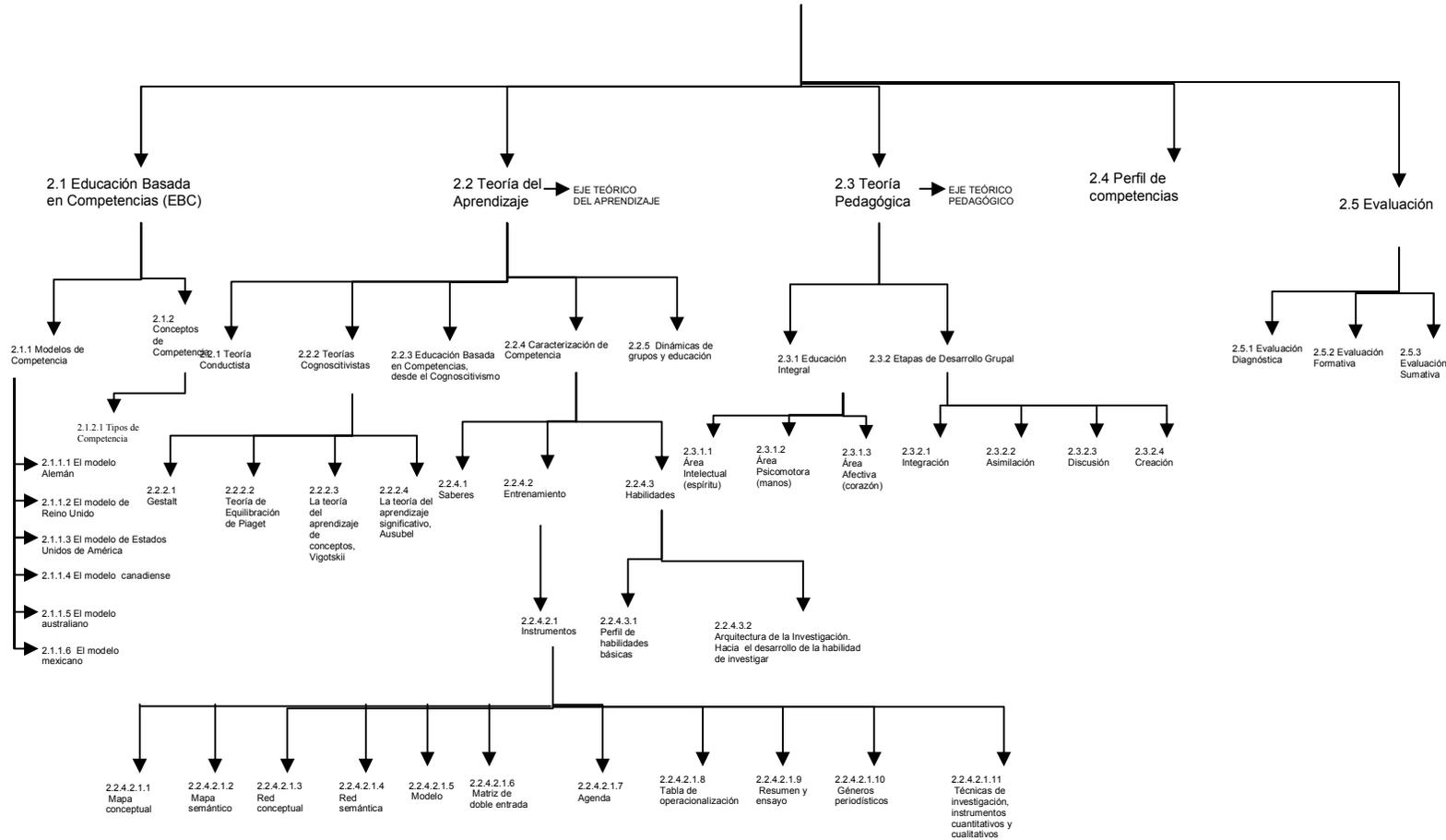


Figura 2.1  
PGL



## 2. Marco Teórico

El propósito de este capítulo es identificar a la Educación Basada en Competencias (EBC); así como establecer el entorno teórico, del aprendizaje y pedagógico, en el que se desenvolverá el Taller de Investigación Aplicada II.

Para comenzar se hablará de diversos modelos de la EBC; cinco modelos, de cinco diversas latitudes, que se caracterizan ya sea por la metodología para la identificación de competencias laborales, por la conceptualización que hacen de las competencias, por la trascendencia que éstas tienen en cuanto a política educativa, o por la formalización de la competencia en una Norma.

Al respecto se especifica que hay una clara diferencia entre la Educación Basada en Competencias (EBC) y la Educación Basada en Normas de Competencia Laboral (EBNC), pues la primera ve a la competencia de manera más integral, va encaminada a la formación para el trabajo; y la segunda que caracteriza a la competencia como una calificación técnica, va encaminada a la capacitación para y en el trabajo. De este modo la EBC – curricularmente – no hace el abordaje de una Norma, la EBNC sí.

Por otro lado, para hablar del modelo de la EBC, al igual que en la psicología de la educación, coexisten diversos paradigmas: conductista, cognitivo, constructivista, etc., y es a partir de alguno de estos que se puede delinear el modelo, así como caracterizar a la (s) competencia (s) en sí. En este capítulo sólo se hablará del paradigma conductista y del cognoscitivista, lo que se abordará en el punto 2.2 y que constituye nuestro **EJE TEÓRICO DEL APRENDIZAJE**.

En ese mismo punto se encontrarán diversos conceptos de competencia, así como una tipología de éstas. También en este eje se establecerá – para fines

del abordaje de la presente propuesta - una caracterización de la EBC, así como de la competencia en sí y sus componentes.

En el punto 2.3, que se constituye como el **EJE TEÓRICO PEDAGÓGICO**, se hablará de la Educación Integral y de las Etapas de Desarrollo Grupal, pues estos aspectos forman parte imprescindible para trazar el crecimiento del grupo de trabajo y de cada uno de los sujetos, que participarían en el Taller de Investigación.

Por último se encontrarán aspectos sobre el perfil de competencias y la evaluación.

## **2.1 Educación Basada en Competencias (EBC)**

El origen de la Educación Basada en Competencias se fundamenta en el interés porque la educación de respuesta a los avances y exigencias de la llamada Sociedad de la Información, lo que hace referencia a una época en la que el ser humano se enfrenta a cambios constantes en lo que respecta a la ciencia, la tecnología, y la acelerada generación de información.

En 1988 la Conferencia Mundial sobre la Educación, celebrada en la sede de UNESCO, se expresó que es necesario propiciar el aprendizaje permanente y la construcción de competencias adecuadas para contribuir al desarrollo cultural, social y económico de la Sociedad de la Información<sup>47</sup>.

Esta sociedad demanda un acercamiento progresivo entre las instituciones educativas y el sector laboral, lo que dotará al estudiante de elementos para enfrentar el contexto de trabajo<sup>48</sup>, un contexto en el que se deberá conjugar el

---

<sup>47</sup> ARGUDÍN, Yolanda. Educación Basada en Competencias. Editorial Trillas. México 2007. p. 12

<sup>48</sup> *Ibidem*. p. 17

el saber, el saber hacer y el saber ser. Es por ello que uno de los retos del diseño bajo el enfoque de la EBC es generar escenarios para el individuo construya sus propias competencias.

Revisaremos cinco modelos de competencias, entre los que encontraremos el caso mexicano.

## **2.1.1 Modelos de Competencias**

### **2.1.1.1 El modelo alemán**

El modelo alemán de competencia (*Die Kompetenz*) se integra por dos componentes: la calificación, que es puramente técnica; y la competencia, que integra competencia social, participativa, metodológica y de acción. Lo anterior se hace bajo el marco que presenta la industria moderna, misma que requiere de un trabajador técnicamente competente, pero multifacético; para la planeación, el control de calidad, el trabajo en equipo, la toma de decisiones, etc. Se sabe además que desde la aparición a principios del siglo XX - de los oficios industriales reconocidos en Alemania - la formación profesional se ocupó sobre todo de la transmisión de capacidades profesionales, que abarcan el conjunto de conocimientos, destrezas y aptitudes cuya finalidad es la realización de actividades definidas y vinculadas a una determinada profesión<sup>49</sup>. Del modelo alemán resaltamos básicamente la diferenciación entre una calificación y una competencia.

---

<sup>49</sup> RODRÍGUEZ, García Gilberto. Tesis Doctoral de Economía. Publicada en <http://www.eumed.net/tesis/2006/grg/>. Citada el 10 de febrero de 2007.

### **2.1.1.2 El modelo de Reino Unido**

El modelo del Reino Unido establece que hay competencias básicas, generales y específicas<sup>50</sup>. Éstas se definen en función de lo que se espera que un trabajador competente haga en un área determinada, sistemáticamente y en condiciones diferentes. En el Reino Unido la responsabilidad de determinar las Normas Laborales recae en un Organismo Director Industrial que se compone de empleadores, representantes de los trabajadores e instructores educadores. El Organismo se encarga de establecer las normas provisionales, las pone a prueba en situaciones de trabajo, consulta con los empleadores al respecto y vigila posteriormente que las normas acordadas sean adoptadas por los empleadores<sup>51</sup>. De este modelo resaltamos su aportación metodológica para la identificación y establecimiento de Competencias, que más tarde, una vez validadas, se convertirían en Normas.

### **2.1.1.3 El modelo de Estados Unidos de América**

Lo que resalta del modelo de los Estados Unidos es que la atención se concentra en: el trabajo con otros, la adquisición de datos, así como el trabajo con variedad de tecnologías. Tanto el modelo británico como el estadounidense, tienen en común que concretan unidades de competencia – provenientes de un análisis de funciones específicas - lo que será el fundamento curricular.

---

<sup>50</sup> Dirección General de Educación Tecnológica Industrial. Prueba Experimental del Modelo EBC DGETI. México, 1998. Pág. 11

<sup>51</sup> RODRÍGUEZ, García Gilberto. Tesis doctoral de Economía. Publicada en <http://www.eumed.net/tesis/2006/grg/>. Fecha de revisión 10 de febrero de 2007

El modelo contempla la versatilidad de los trabajadores, así como el abordaje de unidades de competencia en el desarrollo curricular.

#### **2.1.1.4 El modelo canadiense**

En Canadá durante la década de los ochenta se tomaron las medidas necesarias para lograr los objetivos siguientes: capacitar a las personas para que asuman sus responsabilidades como trabajadores en el campo de sus actividades profesionales y con ello contribuir al desarrollo personal; lo que implicaría desarrollar cualitativa y cuantitativamente las competencias necesarias en función de las necesidades del mercado de trabajo, así como, contribuir al mejoramiento de los recursos humanos así como al desarrollo social y económico del país.

El Ministerio de Educación canadiense reconoció que como consecuencia de la evolución tecnológica y la globalización de los mercados, la mayor parte de las funciones laborales se habían transformado. Así pues, era necesario dar un nuevo enfoque que permitiera la formación de personas calificadas, responsables, autónomas, dinámicas, que dieran muestras de polivalencia y adaptabilidad frente a un mercado de trabajo que cambia<sup>52</sup>.

El modelo canadiense da énfasis en la competencia integral de la persona capacitada, lo que impacta tanto en su desarrollo personal, así como en su entorno, en su comunidad, en su país.

---

<sup>52</sup> Ibidem.

### **2.1.1.5 El modelo australiano**

El modelo concibió una sistematización de Normas de Competencia con unidades de competencia y elementos; así como criterios de ejecución por cada elemento, rango de variables y guía de evidencia por toda la unidad de competencia, de esta manera, la evaluación será con un enfoque holístico o integrador, de conocimientos, habilidades y actitudes<sup>53</sup>. De Australia se resalta la sistematización de los componentes de la competencia.

### **2.1.1.6 El modelo mexicano**

En primera instancia el interés en el desarrollo de competencias apareció en contextos productivos, particularmente en el campo tecnológico, en donde la innovación es ilimitadamente progresiva, lo que representó la necesidad de capacitar de manera continua al personal, independientemente del título, diploma o experiencia laboral previa<sup>54</sup>.

Esta iniciativa de educación surgió inicialmente a partir de un acuerdo combinado entre la Secretaría de Educación Pública (SEP) y la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STYPS), aunque siguiendo las directrices técnicas y financieras del Banco Mundial y/o el Banco Interamericano de Desarrollo, correspondientemente, y en diversos periodos.

Durante el gobierno de Ernesto Zedillo, y bajo el marco del TLC, se crea el Consejo de Normalización y Certificación de Competencia Laboral, el

---

<sup>53</sup> GONZI, Andrew; ATHANASOW, James. Instrumentación de la Educación Basada en Competencias. Citado en: Dirección General de Educación Tecnológica Industrial. Prueba Experimental del Modelo EBC. DGETI. México, 1998. Pág. 12

<sup>54</sup> *Ibidem*. Pág. 13

CONOCER, mismo que impulsa el desarrollo de Comités Certificadores, quienes dan estructura y sustento a las Normas<sup>55</sup>.

Recordemos que el trabajo que aquí se sustenta se basa en el Modelo de Educación Basada en Competencias (EBC), y no contempla el abordaje curricular directo de ninguna Norma.

Sin embargo, más allá de la normalización, es importante señalar el interés e impulso que se ha dado en nuestro país en políticas de Educación Basada en Competencias; tanto a nivel medio superior como superior; así como mediante diversas instancias que promueven la capacitación para y en el trabajo.

Para finalizar diremos que la EBC en nuestro país se nutre de los diversos modelos, se reconstruye y se redefine a cada momento y en concordancia con la política educativa y/o con los ideales institucionales que la sustentan.

### 2.1.2 Conceptos de Competencia

A continuación, se revisarán algunos **conceptos de competencia**. Las siguientes definiciones contienen elementos en común:

- Ibarra<sup>56</sup> define competencia como “la capacidad productiva de un individuo que se define y **mide** en términos de desempeño en un determinado **contexto laboral**, y no solamente de conocimientos,

---

<sup>55</sup> Página del Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales. [http://www.sep.gob.mx/wb2/sep/sep\\_Conocer](http://www.sep.gob.mx/wb2/sep/sep_Conocer) Citada el 25 de marzo de 2007. En México existe el CONOCER como organismo nacional de normalización y certificación. En la página electrónica del se encontraron algunas Normas referentes a Comunicación Social, de ellas resaltamos : Registro de Imagen con Cámara Televisiva, y Registro de Audio. No se encontró ninguna norma perteneciente a la Investigación de Mercado, en ninguna Área.

<sup>56</sup> DE IBARRA, Agustín. Formación de Recursos Humanos y Competencia Laboral. El enfoque de competencia laboral. Boletín CINTERFOR/OIT No. 149. Montevideo 2000. Citado el 25 de marzo de 2007.” Pág. 24.

habilidades o destrezas en abstracto; es decir, la competencia es la integración entre **el saber, el saber hacer y el saber ser**".

- La UNESCO, en 1999, define a la competencia como: el conjunto de comportamientos socioafectivos y habilidades cognitivas, psicológicas, sensoriales y motoras que permiten llevar a cabo adecuadamente un desempeño, una función, una actividad o una tarea<sup>57</sup>.
- Para Formujer Argentina<sup>58</sup> la competencia "... no se reduce a un conocimiento o una técnica; no se limita tampoco a una actitud, sino que es una realidad compleja en la que se armonizan de forma a veces muy sutil diversos tipos de elementos. La competencia no es la simple suma de saberes y/o habilidades particulares. **La competencia articula, compone, dosifica y pondera constantemente estos recursos diversos y es a la vez, el resultado de su integración.**
- "La competencia entonces involucra el conocimiento, el saber, y las habilidades que en su conjunto se manifiestan a través de **desempeños o actuaciones**, que dependen a su vez del desarrollo cognitivo y el efecto del aprendizaje. Por otra parte, tales actuaciones o desempeños incluyen el uso de **herramientas simbólicas**<sup>59</sup>"
- Para Cuellar el concepto de competencia es "un conjunto de procedimientos de carácter intelectual (conocimientos); sensoriomotriz (conductas y actitudes); metodológicos (habilidades); técnico instrumentales (hábitos) y contextuales (circunstancias); que el alumno desarrolla para pasar de una tarea existente a una tarea deseada, previniendo riesgos en una situación dada, con cualidades de precisión

---

<sup>57</sup> ARGUDÍN, Yolanda. Educación Basada en Competencias. Editorial Trillas. México 2007. Pág. 12

<sup>58</sup> Formujer Argentina. El enfoque de Género y el Enfoque de Competencias Laborales Aplicados a la Formación para el Trabajo. Pág. 40.

<http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/gender/formujer/argtina/forma.pdf> Citado el 20 de abril de 2007.

<sup>59</sup> Universidad Pedagógica Nacional. El Oficio de Investigar. Educación y Pedagogía frente a Nuevos Retos. Colección Desarrollos en Investigación en Educación. No. 3. UPN Bogota. Julio 2002. Pág. 259

y rapidez, gracias a la planificación y la ejecución de dicha tarea para su aplicación en el ámbito laboral<sup>60</sup>.

- El concepto de competencia se refiere, en esencia, a la aplicación de conocimientos prácticos a través de habilidades físicas e intelectuales, con respecto a criterios o estándares de desempeño esperados (normas o calificaciones). Para cualquier sociedad, aunque el enfoque de Competencias se centra en el *aprendizaje*, en realidad representa un gran sistema en el que intervienen diversos y complejos procesos, entre los que destacan: normalización, formación, evaluación, acreditación, certificación y socialización<sup>61</sup>.

¿Y qué entenderemos por competencia en el marco de la presente propuesta? En el punto 2.2.4 se caracterizará a ésta y a cada uno de sus componentes, pero primero se revisará lo referente a los tipos de competencias, así como a los fundamentos teóricos del aprendizaje más frecuentes con los que se ha abordado el tema de la EBC. Esto nos ayudará a establecer una caracterización de la competencia, acorde a los propósitos de este trabajo.

### **2.1.2.1 Sobre los tipos de Competencias**

Se puede encontrar en la literatura sobre el tema diferentes tipos de competencias que son clasificadas de diferente manera por diferentes autores<sup>62</sup>. Así encontraremos la coincidencia en cuatro grupos: competencias

---

<sup>60</sup> CUELLAR, Serrano René. Propuesta para la titulación. Examen global de conocimientos en la carrera de Comunicación de la ENEP Acatlán; con el enfoque de Educación por Competencias. Tesis de Licenciatura. Estado de México, UNAM-ENEP Acatlán, 2002. p 124

<sup>61</sup> Programa de Formación de Recursos Humanos Basada en Competencias [http://www.competencias.sep.gob.mx/sinoedb/sinoe\\_principal.html](http://www.competencias.sep.gob.mx/sinoedb/sinoe_principal.html) Citado el 20 de abril de 2007

<sup>62</sup> DIAZ BARRIGA, Ángel. El Enfoque de Competencias en la Educación: ¿Una Alternativa o un Disfraz de Cambio? *Perfiles Educativos*. 2006, vol. 28, no. 111 pp. 7-36. Disponible en: <[http://scielo.unam.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-26982006000100002&lng=es&nrm=iso](http://scielo.unam.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982006000100002&lng=es&nrm=iso)>. ISSN 0185-2698. Citado el 26 de abril de 2008.

básicas o instrumentales, competencias genéricas o transversales, competencias específicas, y competencias laborales. Se describe cada una de estas:

- Competencias básicas o instrumentales: Son aquellas asociadas a los conocimientos fundamentales que se requieren en la formación inicial y que son necesarias para la incorporación al trabajo.
- Competencias genéricas o transversales: Se relacionan con los comportamientos, o actitudes de labores propias de diversos ámbitos de producción. Éstas apuntan al desarrollo adecuado de hábitos y actitudes que desarrollan el aprendizaje autónomo<sup>63</sup>; a procesos cognitivos conformadores de destrezas intelectuales necesarias para interactuar con el saber científico, estético y filosófico, así como para generar un pensamiento crítico y evaluador. Díaz Barriga, a propósito de las competencias transversales, dice que el modelo de Harden establece tres niveles de competencias, que implican: la capacidad de hacer, lo que se puede considerar como competencia técnica; la capacidad de fundamentar y hacer bien su práctica, lo que remite a los saberes teóricos y metodológicos; y el tercer nivel, que habla de la capacidad de demostrar competencias profesionales, lo que sintetiza en: hacer lo que es correcto, de manera correcta, por la persona correcta<sup>64</sup>.
- Competencias específicas: Aspectos técnicos directamente relacionados con una ocupación y no transferibles a otros ámbitos laborales.

---

<sup>63</sup> Seminario Internacional Currículo Universitario Basado en Competencias. Organizado por la CINDA y la Universidad del Norte que tuvo lugar en Barranquilla, Colombia entre el 25 y el 26 de julio del 2005". Pág. 53. <http://sicevaes.csuca.org/drupal/?q=filemanager/active&fid=324> Citado el 16 septiembre de 2008.

<sup>64</sup> DIAZ BARRIGA, Ángel. El Enfoque de Competencias en la Educación: ¿Una Alternativa o un Disfraz de Cambio? *Perfiles Educativos*. [online]. 2006, vol. 28, no. 111 [citado 2008-04-26], pp. 7-36. Disponible en: <[http://scielo.unam.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-26982006000100002&lng=es&nrm=iso](http://scielo.unam.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982006000100002&lng=es&nrm=iso)>. ISSN 0185-2698. Citado el 26 de abril de 2008.

- Competencias Laborales: Actitudes, conocimientos y destrezas, necesarias para cumplir una función laboral<sup>65</sup>.

Pero ¿a qué tipo de competencias se hará referencia en esta propuesta? En este trabajo se hará énfasis en torno a las competencias transversales (teóricas, metodológicas y técnicas), mismas que permitirán, y que son condicionantes para llegar a nuestra competencia general: desarrollar investigación mercadológica (Ver punto. 1.7.1.2).

## **2.2 Teoría del aprendizaje**

En este punto se caracterizará a dos de las vertientes teóricas del aprendizaje con las que se ha trabajado la Educación Basada en Competencias: el conductismo que prioriza la eficiencia y objetividad en las respuestas del individuo, y el cognoscitivismo que centra su atención en los procesos cognitivos y de construcción que están en la base de dichas respuestas.

Al finalizar la exposición de ambas, se ubicará una caracterización de la EBC, y otra de la competencia en sí, ambas delineadas a propósito de este trabajo.

### **2.2.1 Teorías conductistas**

En opinión de Pozo, el núcleo central del conductismo está constituido por su **concepción asociacionista** del conocimiento y el aprendizaje.

---

<sup>65</sup> Seminario Internacional Currículo Universitario Basado en Competencias. Organizado por la CINDA y la Universidad del Norte que tuvo lugar en Barranquilla, Colombia entre el 25 y el 26 de julio del 2005". Pág. 150. <http://sicevaes.csuca.org/drupal/?q=filemanager/active&fid=324> Citado el 16 septiembre de 2008.

Situado en la tradición del asociacionismo que nace en Aristóteles, el conductismo comparte la teoría del conocimiento del empirismo inglés. Para éste, el origen del conocimiento está en las sensaciones y en las ideas hasta el punto de que ninguna idea podría contener información que no hubiese sido recogida previamente por los sentidos. Entonces, los sentidos recogen datos que mediante la asociación, encuentran semejanzas, contigüidad espacial, temporal, y causalidad<sup>66</sup>.

Al referirse al conductismo Pozo dice que los conductistas coinciden en la visión del **reduccionismo antimentalista**, es decir la negación de los estados y procesos mentales<sup>67</sup>.

Por otro lado, para el conductismo la mente es una copia de la realidad. Este es el **principio de correspondencia** (ambiente-conductas), que para algunos autores, constituye uno de los rasgos nucleares del conductismo<sup>68</sup>.

Un cuarto rasgo es el **ambientalismo**, pues el enfoque conductista, sitúa el principio motor de la conducta fuera del organismo. El aprendizaje siempre es iniciado y controlado por el ambiente<sup>69</sup>.

También el mismo autor considera característica del conductismo, la referencia a una **pasividad del organismo**<sup>70</sup>, mismo que se limita a responder a las contingencias ambientales. Lo que corresponde con la idea del aprendizaje como una cualidad que necesita ser impulsada desde el ambiente.

---

<sup>66</sup> POZO, José Luis. Teorías Cognitivas del Aprendizaje. Ediciones Morata. Novena Edición. España 2006. Pág. 25

<sup>67</sup> *Ibidem*. Pág. 26

<sup>68</sup> *Ídem*. Pág. 26

<sup>69</sup> *Ibidem*. Pág. 28

<sup>70</sup> *Ídem*. Pág. 28

La **equipotencialidad**<sup>71</sup>. Según esta idea, las leyes del aprendizaje son igualmente aplicables a todos los ambientes, especies e individuos. Para el conductismo, hay una equivalencia entre todos los organismos de una misma especie, despreciando así, las diferencias individuales.

Finalmente se dirá que el conductismo ofrece a la Educación Basada en Competencias una visión parcelada del proceso de aprendizaje, es decir, sólo se centra en los resultados presuponiendo que el individuo, las ejecuciones y los contextos son siempre iguales; pero si se piensa a la EBC como un modelo que requiere la formulación de escenarios que permitan la construcción de competencias adecuadas para contribuir al desarrollo cultural, social y económico de la Sociedad de la Información<sup>72</sup>, y que tanto el individuo, como el conocimiento y el contexto se encuentran en constante cambio, entonces el conductismo no es la opción más viable para mirar el alcance de competencias en el sujeto.

### **2.2.2 Teorías cognoscitivistas**

A propósito de la construcción de competencias se revisará la vertiente teórica del cognoscitivismo. Se hablará de cuatro referentes teóricas: la Gestalt, desarrollada entre otros por Kurt Lewin y Max Wertheimer, la Teoría de la equilibración, de Piaget, sobre el aprendizaje de conceptos de Vigotskii, y la teoría del aprendizaje significativo de Ausubel.

---

<sup>71</sup> *Ibidem*. Pág. 29

<sup>72</sup> ARGUDÍN, Yolanda. Educación Basada en Competencias. Editorial Trillas. México 2007. Pág. 12

### 2.2.2.1 Gestalt

La escuela de la *Gestalt* (termino alemán que puede traducirse como forma)<sup>73</sup>, fue un grupo de psicólogos alemanes encabezados por Köhler y Wertheimer. Casi al mismo tiempo que Watson (1913) formulaba su manifiesto del conductismo, Max Wertheimer (1912) publicaba su célebre artículo sobre la percepción del movimiento aparente, que suele considerarse como el escrito fundacional de la Gestalt.

Básicamente las ideas de la Gestalt son:

- Concebir que la unidad mínima de análisis es la estructura o la globalidad
- Rechazar la idea de que el conocimiento tiene una naturaleza acumulativa o cuantitativa
- Dar más importancia a la comprensión que a la acumulación de conocimientos
- Distinguir entre pensamiento reproductivo y productivo
- Para la Gestalt, la solución de problemas y el aprendizaje no se obtendrían por la asociación de elementos próximos entre sí, sino de la comprensión de la **estructura global de las situaciones**
- En la Gestalt, el sujeto aprende reinterpretando sus fracasos y no sólo a través del éxito
- Para la Gestalt una nueva estructura surge cuando se logra **desequilibrar** la estructura anterior

---

<sup>73</sup> POZO, José Luis. Teorías Cognitivas del Aprendizaje. Ediciones Morata. Novena Edición. España 2006. Pág. 170

- La Gestalt defiende un carácter innato de las leyes de la percepción y la organización del conocimiento<sup>74</sup>.

### 2.2.2.2 Teoría de equilibración de Piaget

Piaget distinguía entre **aprendizaje en sentido estricto**, por el que se adquiere del medio información específica; y **aprendizaje en sentido amplio**, que consistiría en el progreso de las estructuras cognitivas por procesos de equilibración<sup>75</sup>.

Piaget considera que el primer tipo de aprendizaje, representado principalmente por el condicionamiento clásico y operante, está subordinado al segundo o, dicho de otra forma, que el aprendizaje de conocimientos específicos (aprendizaje en sentido estricto) depende por completo del desarrollo de estructuras cognitivas generales (aprendizaje en sentido amplio), que él formaliza en términos lógicos. "... para presentar una noción adecuada del aprendizaje, hay primero que explicar cómo procede el sujeto para construir e inventar, no simplemente cómo repite y copia<sup>76</sup>".

Para Piaget el proceso cognitivo, no es la consecuencia de la suma de pequeños aprendizajes puntuales, sino que está regido por un proceso de **equilibración**. Así, el aprendizaje se produciría cuando tuviera lugar un desequilibrio o un conflicto cognitivo. Pero ¿qué es lo que está en equilibrio y puede entrar en conflicto? En el caso de Piaget, son dos procesos complementarios: la asimilación y la acomodación<sup>77</sup>.

---

<sup>74</sup> *Ibidem*. Pág. 176

<sup>75</sup> *Ibidem*. Pág. 177

<sup>76</sup> *Ibidem*. Pág. 178

<sup>77</sup> *Ídem*. Pág. 178

La teoría de la asimilación de Piaget tiene por objeto explicar no sólo cómo conocemos el mundo en un momento dado, sino también cómo cambia nuestro conocimiento sobre el mundo. En relación con ambos aspectos - en el acto de conocer y en el cambio en el conocimiento mismo - la teoría de Piaget asume una posición inequívocamente constructivista<sup>78</sup>.

Para Piaget “La **asimilación** es la integración de elementos exteriores a estructuras en evolución o ya acabados en el organismo<sup>79</sup>”. La asimilación, sería entonces, el proceso por el que el sujeto interpreta la información que proviene del medio, en función de sus esquemas o estructuras conceptuales disponibles. Así conocemos, adaptando las cosas a la forma y el conocimiento de nuestros conceptos.

Pero si el conocimiento se basara sólo en la asimilación, viviríamos en un mundo de fantasía. Las cosas no serían sino lo que nosotros quisiéramos o pretendiéramos que fueran. Aunque impongamos sobre la realidad nuestros propios significados, el mundo parece regirse por sus propias leyes. Por ello es necesario un proceso de **acomodación**. Gracias a él, nuestros conceptos e ideas se adaptan recíprocamente a las características del mundo<sup>80</sup>.

Y finalmente ambos procesos, la asimilación y la acomodación, se implican necesariamente: “no hay asimilación sin acomodación pero... la acomodación

---

<sup>78</sup> FLORES Ochoa, Rafael “Hacia una Pedagogía del Conocimiento” México. Ed. McGraw Hill Pág. 235. La posición filosófica constructivista implica que “el conocimiento humano no se recibe pasivamente ni del mundo ni de nadie, sino que es procesado y construido activamente por el sujeto que conoce... la función cognoscitiva está al servicio de la vida, es una función adaptativa, y en consecuencia lo que permite el conocimiento al conocedor es organizar su mundo, su mundo experiencial, vivencial. La posición pedagógica constructivista plantea que el aprendizaje humano es una construcción de cada alumno que logra modificar su estructura mental y alcanzar un mayor nivel de diversidad, de complejidad y de interacción. Es decir, el verdadero aprendizaje es aquel que contribuye al desarrollo de la persona. Por eso el desarrollo no se puede confundir con la mera acumulación de conocimientos, de datos y experiencias.

<sup>79</sup> POZO, José Luis. Teorías cognitivas del aprendizaje. Ediciones Morata. Novena Edición. España 2006. Pág. 178

<sup>80</sup> *Ibidem*. Pág. 180

tampoco existe sin una asimilación simultánea<sup>81</sup>". Según Piaget, el progreso de las estructuras cognitivas se basa en una tendencia a un equilibrio creciente entre ambos procesos. Cuanto mayor sea el equilibrio, menores serán los fracasos o errores producidos por las asimilaciones o interpretaciones de las cosas. Pero también, y eso es muy importante, sólo de los desequilibrios entre estos dos procesos surge el aprendizaje o el cambio cognitivo<sup>82</sup>.

**¿Cómo se superan los desequilibrios? Dos tipos de respuesta a las perturbaciones:**

1. **Las no adaptativas.** Consisten en no tomar conciencia del conflicto existente, esto es, en no elevar la perturbación a rango de contradicción. No produce ninguna acomodación, y por tanto, ningún aprendizaje, no ayudando en absoluto a superar el conflicto latente entre los esquemas y los objetos asimilados.
2. **Las respuestas adaptativas.** Son aquellas en las que el sujeto es consciente de la perturbación e intenta resolverla<sup>83</sup>.

### **2.2.2.3 La teoría del aprendizaje de conceptos, Vygotskii**

Cuando Vygotskii se dio cuenta de que la psicología, una ciencia neonata, se hallaba en realidad escindida en dos proyectos distintos: uno idealista, de hondas raíces filosóficas, representado sobre todo por la fenomenología alemana; y otro naturalista, de carácter asociacionista y en definitiva mecanicista, Vygotskii comprendió que la única solución consistía en una reconciliación integradora, entre ambas culturas psicológicas. Logrando así

---

<sup>81</sup> Ibidem. Pág. 181

<sup>82</sup> Ídem. Pág. 181

<sup>83</sup> Ibidem. Pág. 182

una concepción dialéctica de las relaciones entre lo fisiológico o mecánico y lo mental<sup>84</sup>..

Vigotskii rechazó entonces los enfoques que reducen la psicología, y en nuestro caso, el aprendizaje, a una mera acumulación de reflejos o asociaciones entre estímulos y respuestas. “Pero estudiar la conducta del hombre sin lo psíquico, como pretende la psicología, es tan imposible como estudiar lo psíquico sin la conducta<sup>85</sup>”.

Para llevar a cabo su proyecto reconciliador, Vygotskii consideró necesario partir de una unidad de análisis distinta de la clásica asociación. E-R (estímulo-respuesta), por lo que el autor planteó, como motor de la humanización, una psicología basada en la **actividad**<sup>86</sup>.

Así consideró que el hombre no se limita a responder a los estímulos, sino que actúa sobre ellos, transformándolos, lo que es posible por la **mediación de instrumentos** que se interponen entre el estímulo y la respuesta; así, gracias a instrumentos mediadores, el sujeto modifica el estímulo, no se limita a responder ante su presencia de modo reflejo o mecánico sino que actúa sobre él. Por lo anterior, la actividad es un proceso de transformación del medio a través del uso de instrumentos<sup>87</sup>.

---

<sup>84</sup> *Ibidem*. Pág. 193

<sup>85</sup> *Ídem*. Pág. 193

<sup>86</sup> *Ibidem*. Pág. 194

<sup>87</sup> *Ídem*. Pág. 194



**Ciclo de actividad según Vygotskii. Se distinguen dos tipos de mediadores: las herramientas, que actúan directamente sobre los estímulos, modificándolos, y los signos, que modifican al propio sujeto y a través de éste a los estímulos.**  
(pag 194 Pozo)

*Figura 2.2*

Los mediadores no son réplicas de las asociaciones. Los mediadores Vigostkianos son más complejos; éstos son instrumentos que transforman la realidad en lugar de imitarla. Su función no es adaptarse pasivamente a las condiciones ambientales, sino modificarlas activamente. Al igual que Piaget, se trata de una adaptación activa, en lugar de refleja o mecánica<sup>88</sup>.

Vigotskii distingue dos clases de instrumentos en función del tipo de actividad que hacen posible<sup>89</sup>:

1. El tipo más simple de instrumento sería la **herramienta** que actúa materialmente sobre el estímulo, modificándolo, por ejemplo un martillo que actúa sobre un clavo.
2. Un segundo tipo de instrumentos mediadores, **los signos o símbolos** que median en nuestras acciones. El sistema de signos usado con más frecuencia es el lenguaje hablado, pero hay otros muchos sistemas simbólicos que nos permiten actuar sobre la realidad, por ejemplo los sistemas de medición, la cronología, la aritmética, etc.

---

<sup>88</sup> *Ibidem*. Pág. 195

<sup>89</sup> *Ídem*. Pág. 195

A propósito de los dos tipos de instrumentos Vigotskii dice que “la función de la herramienta no es otra que la de servir de conductor de la influencia humana en el objeto de la actividad; se halla externamente orientada y debe acarrear cambios en los objetos. Es un medio a través del cual la actividad humana externa aspira a dominar y triunfar sobre la naturaleza”<sup>90</sup>.

Según Vigotskii, los instrumentos de mediación son proporcionados por la cultura, pero la adquisición no consiste sólo en tomarlos del mundo social externo, sino que es necesario interiorizarlos, lo cual exige una serie de transformaciones o procesos psicológicos. Para él, el sujeto ni imita los significados, como sería el caso del conductismo, ni los construye como Piaget, sino que literalmente los **reconstruye**<sup>91</sup>.

Desde Vigotskii, el proceso de aprendizaje consiste en **una internalización progresiva de instrumentos mediadores**. Por ello debe iniciarse siempre en el exterior, por procesos de aprendizaje que sólo más adelante se transforman en procesos de desarrollo interno<sup>92</sup>.

#### **2.2.2.4 La teoría del aprendizaje significativo de Ausubel**

La teoría de Ausubel se ocupa específicamente de los procesos de aprendizaje/enseñanza. Ausubel desarrolló una teoría sobre la interiorización o asimilación, a través de la instrucción<sup>93</sup>.

Ausubel pone el acento de su teoría en la organización del conocimiento: en estructuras y en las reestructuraciones, mismas que se producen debido a la interacción entre, esas estructuras presentes en el sujeto, y la nueva

---

<sup>90</sup> Ídem. Pág. 195

<sup>91</sup> Ídem. Pág. 197

<sup>92</sup> Ídem. Pág. 197

<sup>93</sup> Ídem. Pág. 200

información. Pero para que esa reestructuración se produzca se precisa de una **instrucción formalmente establecida**, que presente de modo organizado y explícito la información que debe **desequilibrar** las estructuras existentes. La distinción entre el aprendizaje y la enseñanza es precisamente el punto de partida de la teoría de Ausubel<sup>94</sup>.

Este autor considera que toda situación de aprendizaje puede analizarse conforme a dos dimensiones<sup>95</sup>:

1. **El eje vertical** que hace referencia al **aprendizaje realizado por el alumno**, en procesos mediante los cuales: codifica, transforma y retiene la información; éste iría del aprendizaje memorístico o repetitivo, al aprendizaje significativo.
2. **Y el eje horizontal** que refiere a la **estrategia de instrucción planificada para fomentar ese aprendizaje**. Lo anterior irá de la enseñanza puramente receptiva, en la que el profesor o instructor pondera de modo explícito lo que el alumno debe aprender, a la enseñanza basada en el descubrimiento espontáneo por parte del alumno<sup>96</sup>.

Por otra parte Ausubel distingue entre **aprendizaje memorístico y significativo**. Según Ausubel, un aprendizaje es significativo cuando “puede relacionarse, de modo no arbitrario y sustancial con lo que el alumno ya sabe<sup>97</sup>”. En otras palabras, un aprendizaje es significativo cuando puede incorporarse a las estructuras de conocimiento que posee el sujeto, es decir,

---

<sup>94</sup> *Ibidem*. Pág. 210

<sup>95</sup> *Ibidem*. Pág. 211

<sup>96</sup> Clasificación de las situaciones de aprendizaje según Ausubel, Noavak y Hanesian. Citado en POZO, José Luis. *Aprendices y Maestros*. 1996 Madrid. Editorial Alianza. Pág. 211

<sup>97</sup> *Ídem*. Pág. 211

cuando el nuevo material adquiere significado para el sujeto a partir de su relación con conocimientos anteriores.

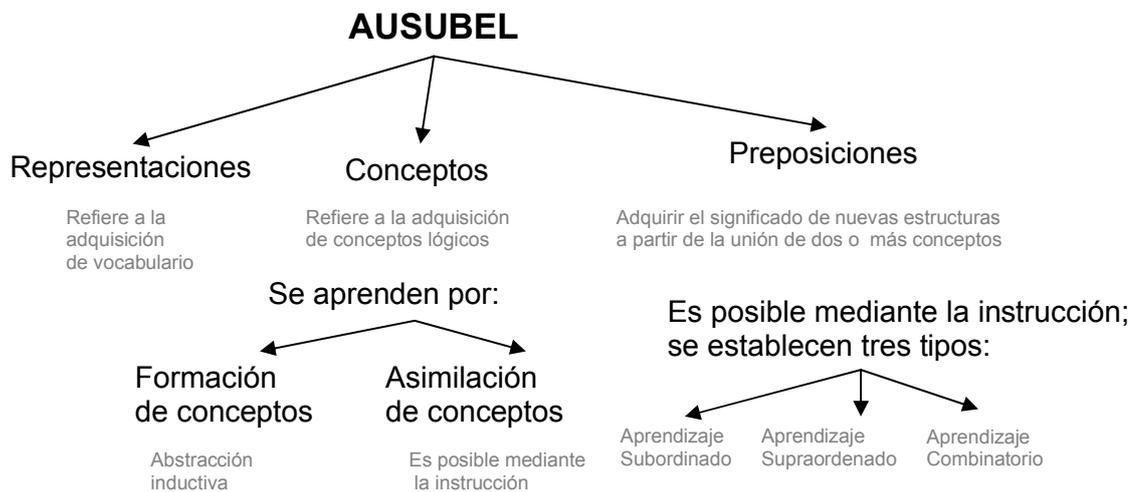
Ausubel distingue tres tipos de aprendizaje significativo: el de representaciones, de conceptos y de proposiciones<sup>98</sup>.

- **El aprendizaje de representaciones** tiene como resultado conocer palabras que representan y significan psicológicamente, **lo mismo que sus referentes**. Se trata por tanto, de la adquisición de vocabulario.
- **El aprendizaje de conceptos**. Para Ausubel los conceptos **no son lo mismo que sus referentes**. Según su teoría hay dos formas básicas de aprender los conceptos:
  - **Formación de conceptos** consistente en una **abstracción inductiva** a partir de experiencias empíricas concretas. Sería un aprendizaje basado en situaciones de descubrimiento que incluiría procesos como la diferenciación, la generalización, la formulación y comprobación de hipótesis.
  - **Asimilación de conceptos**. Es un producto de la interacción entre la nueva información con las estructuras conceptuales ya construidas. A diferencia de la formación de conceptos, la asimilación de conceptos, sería un aprendizaje significativo producido en contextos receptivos por lo que será posible a partir de la **instrucción**.

---

<sup>98</sup> *Ibidem*. Pág. 215

- **Aprendizaje de proposiciones** consiste en adquirir el significado de nuevas ideas expresadas en una frase o una oración que contiene dos o más conceptos. Éste puede ser adquirido por asimilación, es decir por instrucción; se establecen tres tipos de aprendizaje de preposiciones:
  - **Aprendizaje subordinado.** Donde la nueva idea aprendida se halla jerárquicamente subordinada a una idea ya existente.
  - **Aprendizaje supraordinado.** En él las ideas existentes son más específicas que la idea que se intenta adquirir. Se produce una reconciliación integradora entre los rasgos de una serie de conceptos que da lugar a la aparición de un nuevo concepto más general o supraordinado
  - **Aprendizaje combinatorio.** En este caso, la idea nueva y las ideas ya establecidas no están relacionadas jerárquicamente, sino que se hallan al mismo nivel. Dentro de este tipo de aprendizaje significativo podrían incluirse diversas modalidades de aprendizaje por analogía.



*Figura 2.3 Ausubel, Aprendizaje Significativo PGL*

El modelo que a continuación se expone, integra elementos extraídos de las teorías cognitivas presentadas. De lado izquierdo se encuentra el principio activo – representado por la instrucción formalmente establecida - y de lado derecho el organismo sobre el cual actúa, sólo que esta vez el organismo no permanecerá pasivo, sino activo: Organismo (en actividad).

Observaremos que la relación entre el principio activo y el organismo no será a partir del principio de correspondencia (como en el conductismo), sino a través de la mediación por instrumentos, así como del aprendizaje por asimilación. Obsérvese que en el modelo cada color representa a una teoría, o autor.

En el modelo se encontrará señalado con verde a la Gestalt; con azul lo referente a Piaget y su Teoría de la equilibración; Vigotskii: Aprendizaje de conceptos, en anaranjado; y finalmente, Ausubel, la Teoría del aprendizaje significativo, en color rojo.

# Modelo Cognoscitivismo

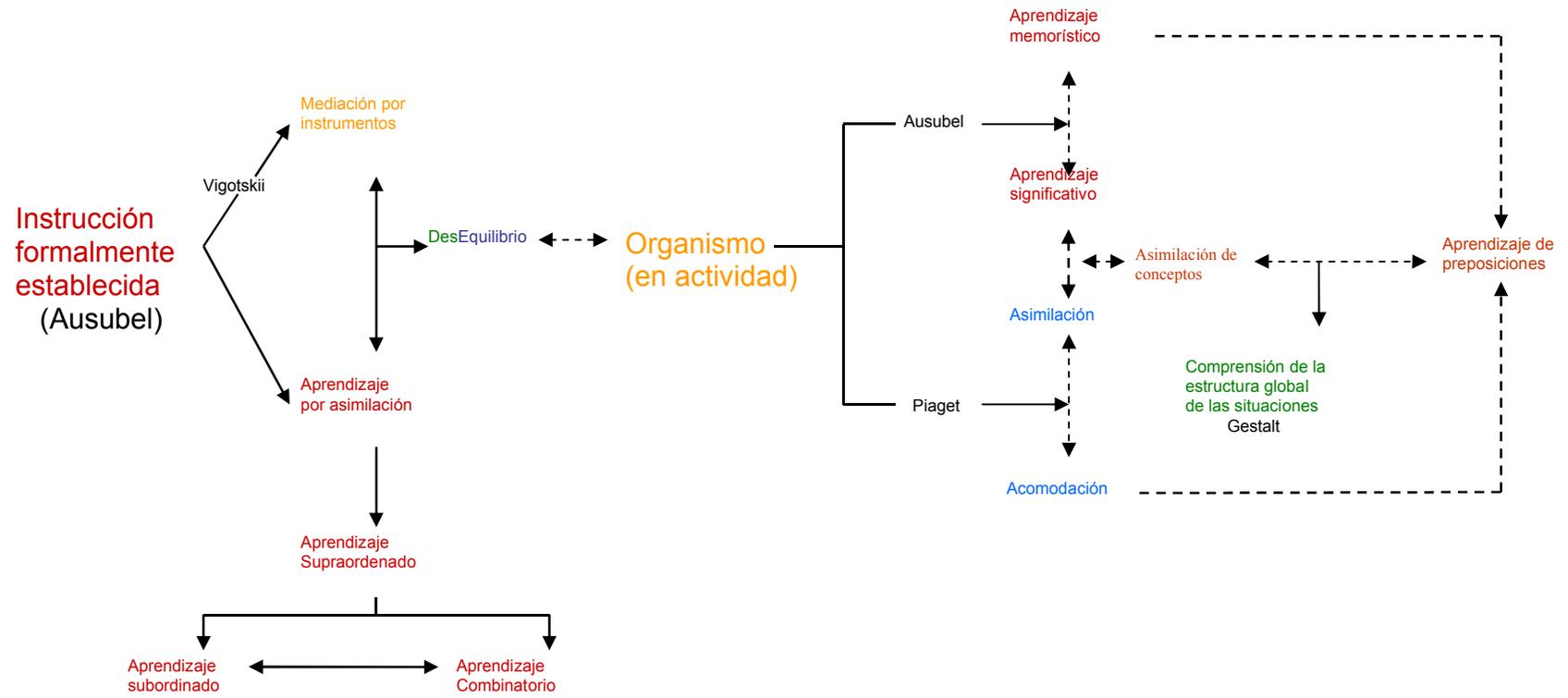


Figura 2.4  
PGL

### 2.2.3 Educación Basada en Competencias desde el Cognoscitivismismo

En este punto se caracterizará a la EBC bajo la óptica del cognoscitivismismo, elección que consideramos pertinente puesto que en ésta el sujeto:

- Se concibe como un ser activo, capaz de procesar la información a partir de esquemas para aprender y **solucionar problemas**
- Procesa las representaciones dentro de su sistema cognoscitivo general, lo que le facilita **interpretaciones posteriores**<sup>99</sup>
- Precisa de una **instrucción formalmente establecida**, que presente de modo organizado y explícito la información que debe desequilibrar las estructuras pertinentes

Si se observan los tres puntos anteriores, y se hace una concatenación de ellos, se podrá concluir que la postura cognoscitivista, es la más pertinente cuando nos enfrentamos a una institución educativa como la nuestra, y frente a los nuevos retos de la educación. Una educación que debe procurar escenarios para que el alumno construya competencias, que le permitan afrontar los retos – laborales y sociales – que se le presentan al egresar de la educación superior.

Es así que pensaremos a la Educación Basada en Competencia (EBC), como:

**Un proceso de instrucción formalmente establecido - intencional, permanente y organizado - que permita al individuo desarrollarse de**

---

<sup>99</sup> CUELLAR, Serrano René Federico. Propuesta para la Titulación: Examen Global de Conocimiento en la Carrera de Comunicación de la ENEP Acatlán, con el Enfoque de Educación por Competencias. Tesis de licenciatura. Estado de México, UNAM-ENEP Acatlán., 2002. Pág.78-79 Cita a FERREIRO

**manera integral, aprender, comprender, hacer interpretaciones, construir soluciones a problemas - para beneficio suyo y de la sociedad en la que se encuentra - además de interactuar conforme a las posibilidades, exigencias y necesidades del ambiente laboral que se le presenta.**

Cabe aclarar que para efectos de este trabajo se entenderá a la Educación como: un proceso **activo, consciente y efectivo** de **desarrollo integral de los individuos** de una sociedad a través de la **asimilación creadora** de la experiencia social de esa sociedad y de la humanidad, en su **producción material y espiritual**<sup>100</sup>.

El modelo que a continuación se expone, integra elementos extraídos de las teorías cognitivas presentadas, y se hace una intersección de éstos y la EBC (morado).

Posteriormente, en el punto 2.2.4 ahondaremos en la definición y componentes de la competencia en sí, elemento por demás imprescindible para el abordaje de la EBC.

---

<sup>100</sup> FLORES Ochoa, Rafael. Hacia una Pedagogía del Conocimiento. México. Ed. McGraw Hill. Pág. 311

## Modelo de Educación Basada en Competencias, desde el Cognoscitivismo

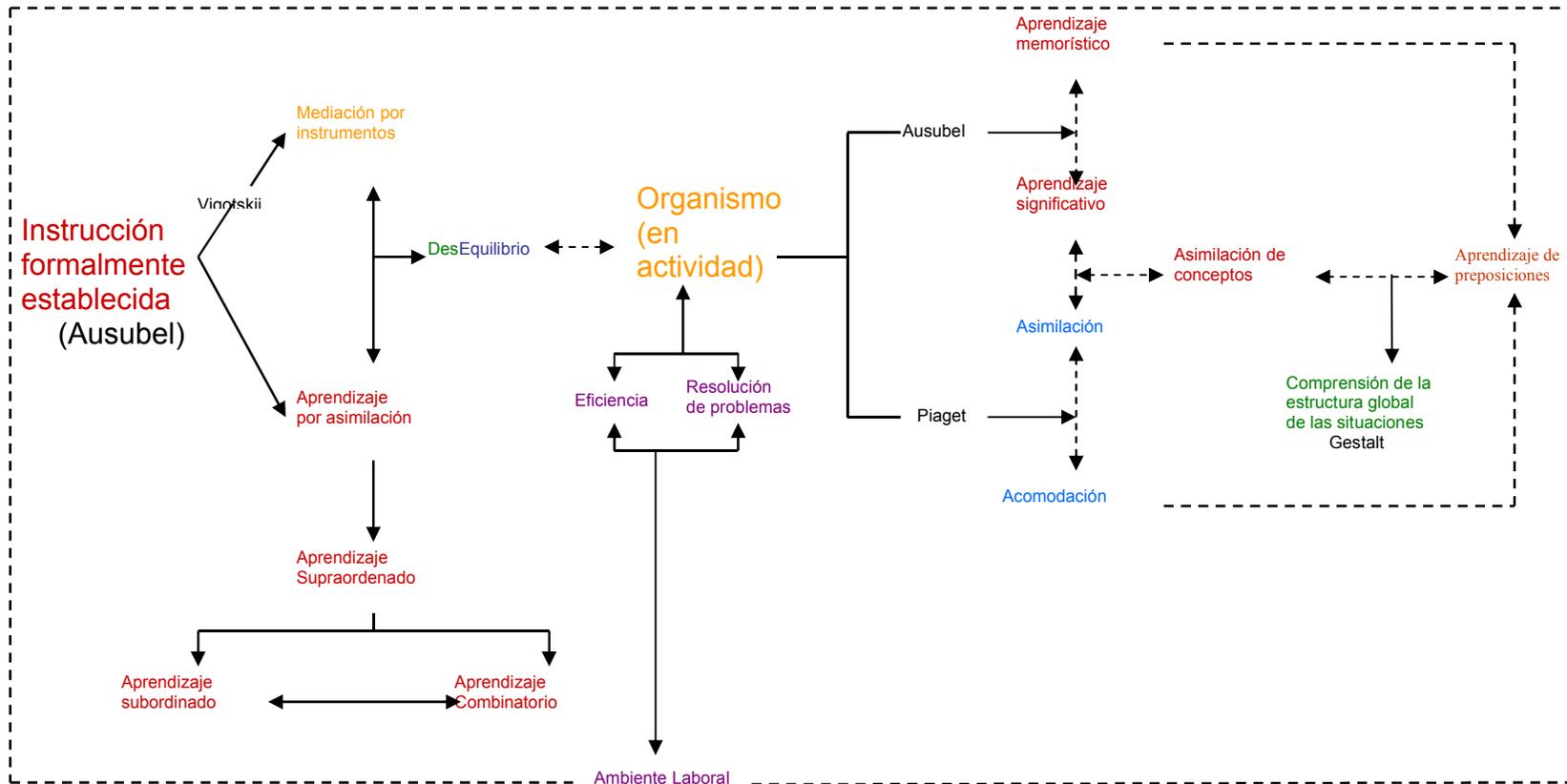


Figura 2.5  
PGL

## 2.2.4 Caracterización de Competencia

Ya se ha hablado sobre la Educación Basada en Competencias (EBC) pero qué es una Competencia, desde el Cognoscitivismo. Una vez revisadas diversas definiciones de ésta, así como algunos autores cognoscitivistas, concluimos que la Competencia, para la presente propuesta, sea caracterizada como:

**Un conjunto de habilidades y saberes, que el sujeto desarrolla, utiliza y/o combina en un contexto laboral determinado, con el objetivo de resolver problemas de manera responsable, y a partir del entrenamiento (instrucción) más pertinente. A continuación se definen los conceptos que se resaltan:**

- **Capacidades**

Son todos los componentes físicos, órganos que conforman genéticamente al individuo (innata) y cuyo funcionamiento correcto depende de aspectos biológicos y hereditarios. Las capacidades son un elemento no susceptible de modificación, son elementos ya dados *per se* en el sujeto.

- **Saberes**

Información, datos instruccionales, preceptos metodológicos, etc., que tiene y adquiere el individuo.

- **Entrenamiento**

Es la repetición mecánica y sistematizada de una actividad técnica e instrumental. Su objetivo es formar hábitos y al mismo tiempo desarrollar una función cognitiva específica.

- **Habilidades**

Es una forma en que se desarrollan las capacidades intelectuales, psicomotoras y/o socioafectivas. **Al habilitarse el sujeto realiza procesos integrales, tanto**

concretos como abstractos que le posibilitará la solución de problemas que no conoce en ese momento<sup>101</sup>.

Observemos la integración de los elementos en la siguiente figura:

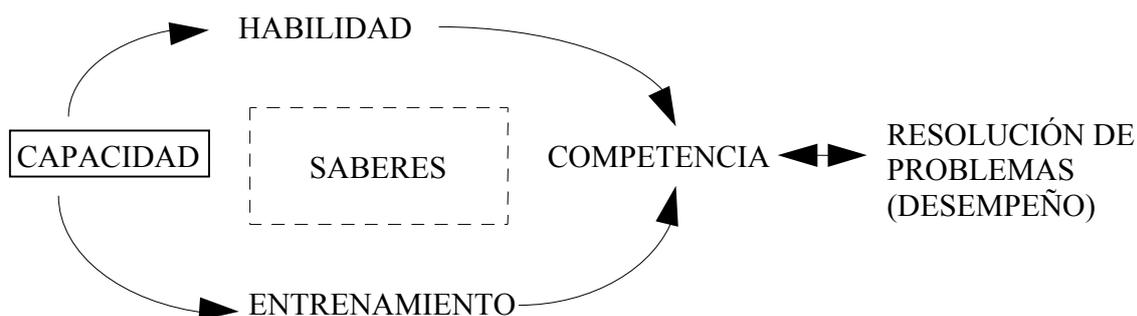


Figura 2.6 Elementos de la Competencia.

PGL

Cuadro realizado con base en CUELLAR, Serrano René Federico<sup>102</sup>

Por lo anterior se puede decir que la EBC es una educación que tiene por objetivo que el alumno construya un conjunto de **habilidades y saberes, que desarrolla, utiliza y/o combina en un contexto laboral determinado, con el objetivo de resolver problemas de manera responsable, y a partir del entrenamiento (instrucción) más pertinente.**

<sup>101</sup> FRAGOSO, Hernández Vianney Guadalupe. Una Propuesta de Comunicación Educativa para el Desarrollo de Procesos Socioafectivos. Tesis de licenciatura. Estado de México UNAM-FES Acatlán 2004. Pág. 77

<sup>102</sup> CUELLAR, Serrano René Federico. Propuesta para la Titulación: Examen Global de Conocimiento en la Carrera de Comunicación de la ENEP Acatlán, con el Enfoque de Educación por Competencias. Tesis de licenciatura. Estado de México, UNAM-ENEP Acatlán., 2002. Pág. 88

A continuación se ahonda en tres elementos de la Competencia:

- Saberes
- Entrenamiento (máquinas, instrumentos)
- Habilidades

#### **2.2.4.1 Saberes**

Pensaremos en los saberes como un conjunto de conocimientos desarrollados y acumulados en torno a un objeto de interés: sus características, dinámicas; así como los procesos y teorías que facilitan su intervención.

El saber es por lo tanto, "... un instrumento que utiliza el sujeto para sustentar un discurso sobre un tema particular... y la herramienta básica para crear conocimiento es el propio **saber** utilizado<sup>103</sup>"

Por lo anterior, pensaremos en los Saberes, componente de la Competencia: como la Información, los datos instruccionales, los preceptos metodológicos, etc., que asimila y acomoda el individuo de manera constante, en beneficio y búsqueda de un producto competente.

#### **2.2.4.2 Entrenamiento (máquinas e instrumentos)**

Si como ya se estableció, el **entrenamiento**: Es la repetición mecánica y sistematizada de una actividad técnica (máquinas y/o instrumentos). Su objetivo es formar hábitos y al mismo tiempo desarrollar una función cognitiva específica.

---

<sup>103</sup> ALANÍS, Huerta Antonio. Conocer, Saber y Hacer. Revista digital de Educación y Nuevas Tecnologías. <http://contexto-educativo.com.ar/2000/4/nota-5.htm> Citado el 30 de enero de 2007

Cuando se habla de actividad técnica (*teknè*) nos encontramos con dos tipos de productos concretos: máquinas e instrumentos. La diferencia fundamental entre ambos radica en el origen de su fuerza motriz<sup>104</sup>.

Si bien las **máquinas e instrumentos** sirven para producir, regular, o dirigir con una fuerza específica: productos, acción, y/o movimiento. En el caso de las máquinas dicha fuerza será automática e independiente del operador (energía calorífica, eléctrica, solar, etc.). En el caso de los **instrumentos** la fuerza motriz provendrá del operario.

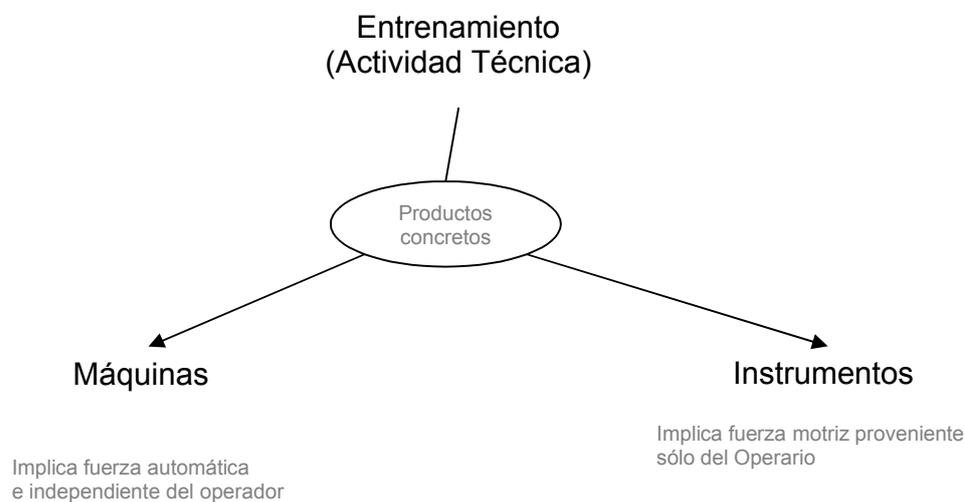


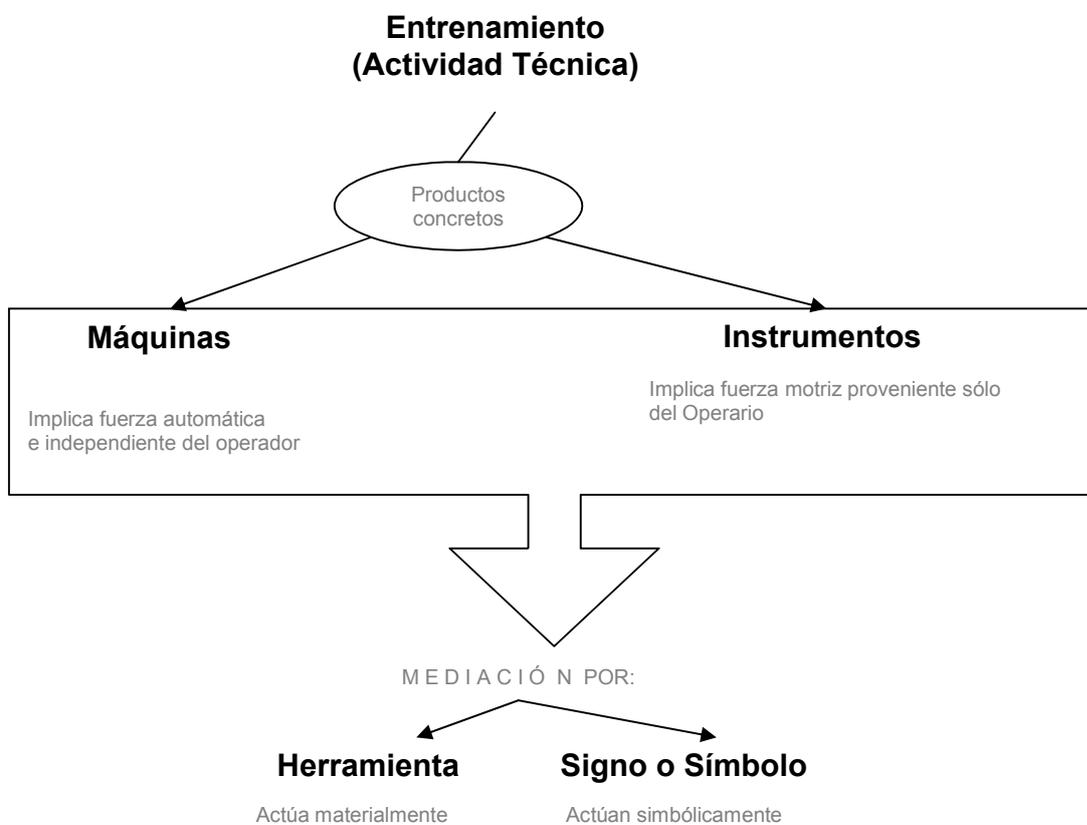
Figura 2.7 Entrenamiento  
PGL

Desde la teoría del aprendizaje, Vigotskii distingue **dos clases de instrumentos** en función del tipo de **actividad** que hacen posible:

1. El tipo más simple de instrumento mediador sería la **herramienta** que actúa materialmente sobre el estímulo, modificándolo, por ejemplo un martillo que actúa sobre un clavo, o un soporte tecnológico que presente y organice la información de manera atractiva (herramienta específica).

<sup>104</sup> MOYA, Eugenio. Crítica de la Razón Tecnocientífica. Editorial Biblioteca Nueva 1998. Pág. 65

2. Un segundo tipo de instrumentos mediadores, **los signos o símbolos** que median en nuestras acciones, y actúan simbólicamente sobre el estímulo. El sistema de signos usado con más frecuencia es el lenguaje hablado, pero hay otros muchos sistemas simbólicos que permiten actuar sobre la realidad, por ejemplo los sistemas de medición, la cronología o la aritmética, el sistema de lectoescritura, etc. Sin embargo, se considera que ambos tipos de mediadores pueden convivir o presentarse de manera aleatoria en una máquina o en un instrumento:



*Figura 2.8 Entrenamiento-Mediación  
PGL*

A través de las consideraciones anteriores, y tomando en cuenta la figura 2.8, podemos decir que la actividad técnica desarrollada en máquinas o en instrumentos (productos concretos); y mediada por herramientas y signos, permitirá al operario la asimilación y acomodación de conceptos (Piaget), lo que

de manera holística implica una **internalización progresiva de instrumentos mediadores** (Vigotskii). Sin embargo, y desde Ausubel, se puede decir que esta asimilación e internalización, no se produce únicamente en situaciones de descubrimiento, sino en contextos receptivos, mediante la **Instrucción**; o mediante el entrenamiento, siguiendo la tónica de nuestro ya descrito, concepto de Competencia.

Por lo anterior, se pensará en Entrenamiento, como en la intervención, por Instrucción, para la utilización e **internalización progresiva de instrumentos mediadores**, mismos que tiene y adquiere el individuo de manera constante, en beneficio y búsqueda de un producto competente, por ejemplo para la Investigación Mercadológica, materia en la que se enclava la presente propuesta.

#### **2.2.4.2.1 Instrumentos**

A continuación se presenta una serie de recursos instrumentales que formarán parte de la propuesta Taller de Investigación Aplicada II.

- Mapa conceptual
- Mapa semántico
- Red conceptual
- Red semántica
- Modelo
- Matriz de doble entrada
- Agenda
- Tabla de operacionalización
- Resumen, ensayo
- Géneros periodísticos
- Técnicas de investigación: instrumentos cualitativos y cuantitativos

### 2.2.4.2.1.1 Mapa conceptual

La idea del mapa conceptual se desarrolló a partir de la década de los años 70 en el Departamento de Educación de la Universidad de Cornell, EE.UU y es una de las perspectivas de trabajo dominantes del Programa de Educación en ciencias y Matemáticas de Mencionado Departamento<sup>105</sup>.

Un mapa conceptual es una representación que procura **reflejar el conocimiento que ha sido incorporado en la estructura cognitiva de un sujeto**, por lo que **dicho instrumento ha sido utilizado en la investigación y evaluación de estructuras**. Los mapas conceptuales surgieron como recurso a partir de la teoría ausubeliana de aprendizaje significativo.

Todo nuevo aprendizaje significativo debe lindar, de algún modo, a conceptos ya existentes en la estructura cognitiva del sujeto que aprende. A estos conceptos, que serían el lugar de anclaje de la nueva información, los llama conceptos inclusores<sup>106</sup>.

Para la realización del mapa conceptual se establece una restricción gráfico-espacial compuesta por elementos más abarcativos (supraordenados), y menos abarcativos (subordinados), así como los que establecen una relación, o ubicación, equivalente o igual (coordinados). Ejemplo:

---

<sup>105</sup> GALAGOVSKY, Kurgan Lydia R. Redes Conceptuales. Aprendizaje, Comunicación y Memoria. Lugar Editorial p. 12

<sup>106</sup> Ibidem. 13

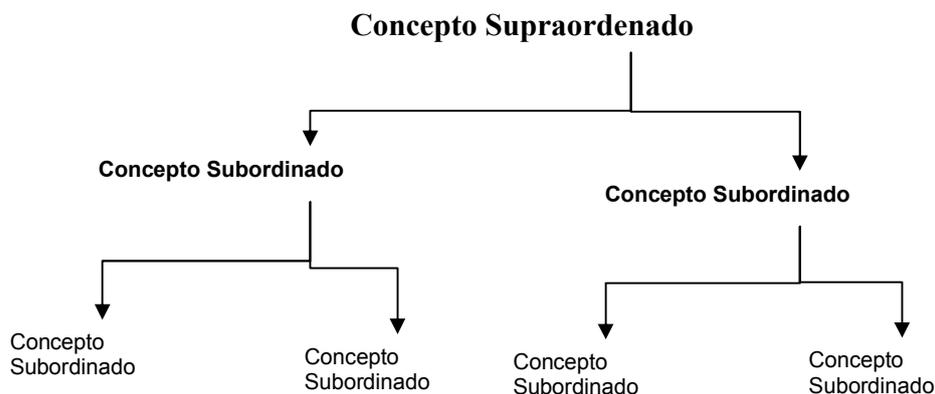


Figura 2.9 Mapa Conceptual  
PGL

#### 2.2.4.2.1.2 Mapa semántico

Tiene su origen en el trabajo de un grupo de investigadores del *Instructional Research and Development Institute*, de Boston<sup>107</sup>. **Es un instrumento para el análisis de textos científicos, narrativos, etc., y para sistematizar información**<sup>108</sup>. Aquí la información se deberá **organizar**: sintetizar (en campos semánticos) y **ponderar** (distribución espacial). **Es también usado para ubicar una serie de conocimientos previos sobre un tema o concepto y expandirlos, ampliando el vocabulario.**

Un campo semántico es “un conjunto de palabras (o ideas) relacionadas con un tema determinado. La utilidad de reconocer el campo semántico radica en reconocer el área a la que pertenece un grupo de palabras (o ideas), de esa manera se habilita el significado, comprensión y relación entre ellas<sup>109</sup>”. El mapa semántico es una representación gráfica que permite ubicar elementos clave, así

<sup>107</sup> *Ibidem*. Pág. 26

<sup>108</sup> *Ídem*. Pág. 26

<sup>109</sup> Dirección General de Bachillerato. *Comprensión y Razonamiento Verbal*. Bachillerato Propedéutico Estatal. México 1997.

como identificar variables del mismo. No hay restricción gráfico-espacial para realizar un mapa semántico. Ejemplo:



Figura 2.10 Mapa Semántico  
PGL

### 2.2.4.2.1.3 Red conceptual

Las redes conceptuales son instrumentos que sirven tanto en situaciones de enseñanza, como técnica de aprendizaje y como instrumento para evaluar el estado de aprendizaje significativo de los alumnos. Su marco teórico es el modelo de Ausubel<sup>110</sup>.

<sup>110</sup> GALAGOVSKY, Kurgan Lydia R. Redes Conceptuales. Aprendizaje, Comunicación y Memoria. Lugar Editorial. p. 36

La estructura gráfica es mucho más libre que en el mapa conceptual, puede utilizarse como recurso la relación entre elementos más abarcativos (supraordenados), y menos abarcativos (subordinados), así como los que establecen una relación, o ubicación, equivalente o igual (coordinados). También puede establecerse un código personal, grupal, institucional, etc., con el fin de hacer la red conceptual comunicable. Ejemplo:

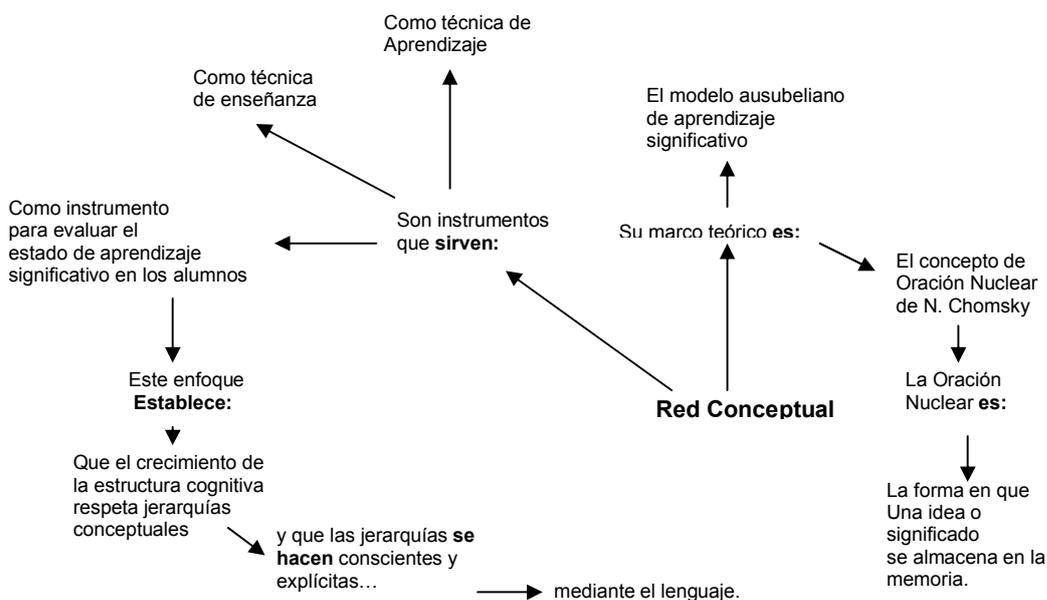


Figura 2.11 Red Conceptual PGL

En la organización conceptual de la estructura cognitiva, desde el enfoque de la red conceptual, cada nodo es un concepto y cada enlace entre nodos contiene un verbo que configura una oración nuclear entre pares de nodos consecutivos<sup>111</sup>

#### 2.2.4.2.1.4 Red semántica

La red semántica es otro instrumento para representar gráficamente las vías semánticas por las que transcurre el esfuerzo intelectual de dar significación a

<sup>111</sup> Ídem. Pág. 37 La red conceptual es construida con la información descrita en la fuente bibliográfica.

toda información que se incorpora a la estructura cognoscitiva, mediatizada por un conjunto de palabras<sup>112</sup>.

Este instrumento permite representar gráficamente en dónde colinda información significativa al interior de una estructura cognoscitiva. Pero las funciones específicas de este instrumento son: ubicar episódica y semánticamente, el lugar en que se desenvuelve cierto grupo de información (o conjunto de palabras), así como recalcar las relaciones existentes entre estos.

Para realizar una red semántica se establece:

1. Un conjunto de **aspectos** sobre la situación experimentada, por ejemplo:

- Acción
- Tiempo
- Lugar
- Objeto/Sujeto
- Instrumento, etc.

2. Un conjunto de **relaciones** sobre los aspectos de la situación experimentada. Con relaciones como, por ejemplo:

- Es ejemplo de...
- Tiene como parte a...
- Porque:
- Solamente si:
- Se soluciona si.
- Puede suceder que... o que...

---

<sup>112</sup> Ibídem. Pág. 20

En las redes semánticas debe haber una máxima amplitud de relaciones. Cuanto más amplio es el campo de visión en la red mayores serán las posibles soluciones, y paradójicamente, cuando menor sea campo de visión más cercana estará la resolución, o bien, más delimitado estará un problema. En los mapas semánticos la estructura gráfica es totalmente libre<sup>113</sup>. Ejemplo:

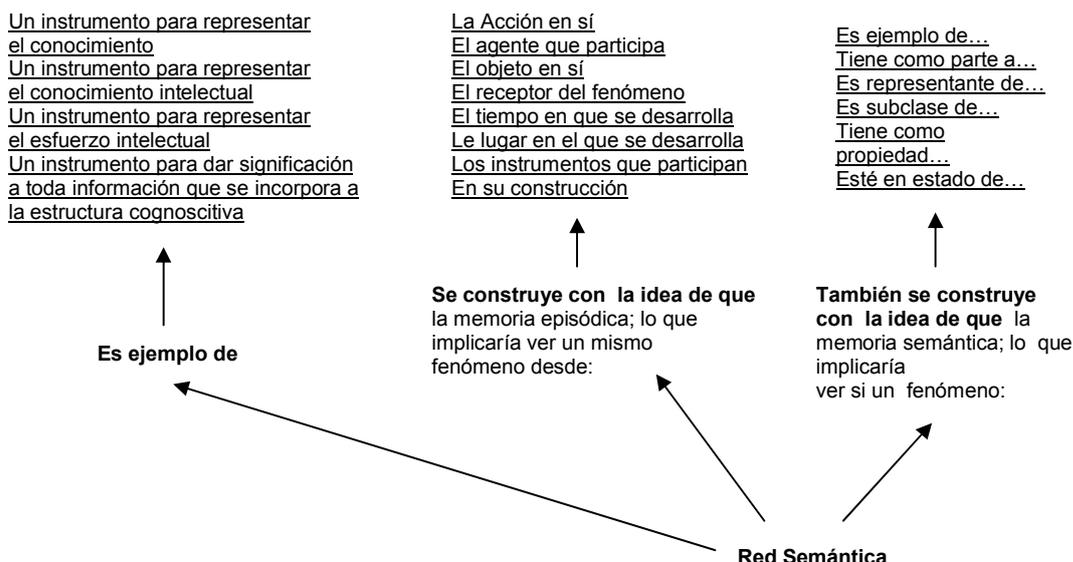


Figura 2.12 Red Semántica PGL

La Red Semántica se construyó con la información proporcionada en la fuente bibliográfica. Los elementos subrayados son los Aspectos, los elementos en negritas, constituyen las Relaciones.

#### 2.2.4.2.1.5 Modelo

“El modelo es la representación de algún tipo de organización de alguna COSA. Para representar cualquier “cosa” es necesario tener en cuenta sus componentes y las relaciones que existen entre tales componentes. Por ejemplo, un modelo que represente un circuito integrado reflejará todas las piezas que lo constituyen y las conexiones que las enlazan entre sí<sup>114</sup>”.

Las clases de modelos son:

<sup>113</sup> Ibídem. Pág. 22

<sup>114</sup> MARTIN, Serrano Manuel. Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia., et/al. ENEP Acatlán. Segunda Edición. 1993. Pág. 111

1. **Icónico-analógicos.** Los componentes de la COSA se designan en el modelo por analogías. Los mapas geográficos son un ejemplo.
2. **Modelos icónicos-no analógicos:** Los componentes de la COSA están representados por analogías o datos que se parecen a los reales, pero las relaciones que existen no se conservan en el modelo. Por ejemplo, una fotografía, donde están representados todos los componentes pero no sus relaciones.
3. **Los modelos conceptual-analógicos:** El contenido del modelo no se parece a los elementos de la COSA que representan, pero en cambio el modelo expresa de manera análoga las relaciones que existen entre los componentes. Por ejemplo, las fórmulas de la química.

**Los modelos son instrumentos, que según la necesidad, pueden usarse para representar los componentes, su localización y las relaciones entre éstos al interior de un sistema (problema real, texto, discurso, teoría, etc.), así como para intervenir, ubicar, introducir, etc., cambios en el mismo.**

Para la elaboración, interpretación, comunicación y uso de un modelo es preferible establecer un código específico. Podemos tomar por ejemplo las especificaciones de “Análisis de la organización de los sistemas<sup>115</sup>” que establece Martín Serrano en Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la referencia. Así podemos considerar que para hacer un modelo se deberá:

### **1. Seleccionar los elementos componentes del sistema**

El elemento será necesario para que el sistema funcione o permanezca organizado como tal. El componente está implicado, más o menos, y de manera obligatoria u optativa, en el funcionamiento y/o en la reproducción del segundo.

---

<sup>115</sup> Ibídem Pág. 93

## 2. Distinguir los elementos de un sistema

Los elementos se distinguen por las diferencias que existen entre ellos, así como por sus comportamientos, necesarios para que el sistema funcione o permanezca como sistema. Las diferencias pueden ser estructurales (posición) o funcionales (función). El sistema contienen componentes heterogéneos.

## 3. Identificar las relaciones entre los elementos componentes de un sistema

Un componente pertenece a un sistema dado cuando las relaciones que establece con otros son necesarias para que el sistema funcione. Se establecen así relaciones, o mejor dicho dependencias que pueden ser:

- **Solidarias:** (interdependencia) Cuando el cambio del componente significa necesariamente que le antecede, acompaña o sucede el cambio de otro u otros componentes (y viceversa).
- **Causales:** (determinación) Cuando el cambio del componente significa necesariamente que le antecede, acompaña o sucede el cambio de uno u otros componentes, pero no a la inversa.
- **Específicas:** (covariación, asociación, correlación) Cuando el cambio del componente significa que algunas veces cambian otro u otros componentes, pero no necesariamente y viceversa.

Un ejemplo de Modelo puede ser observado en la página 75 y 78 del presente trabajo.

### 2.2.4.2.1.6 Matriz de doble entrada

Por matriz entenderemos un cuadro compuesto por dos ordenamientos: líneas y columnas. Cada una representará correspondientemente: unidades de análisis y categorías o dimensiones de análisis. **Este instrumento sirve para la comparación entre elementos a partir de rasgos específicos.** Ejemplo:

UNIDAD DE ANÁLISIS Instrumentos	CATEGORÍA DE ANÁLISIS Usos	CATEGORÍA DE ANÁLISIS Diseño
Mapa Conceptual	Ha sido utilizado en la investigación y evaluación de estructuras	Para la realización del mapa conceptual se establece una restricción gráfico-espacial compuesta por elementos más abarcativos (supraordenados), y menos abarcativos (subordinados), así como los que establecen una relación, o ubicación, equivalente o igual (coordinados).
Mapa Semántico	Es un instrumento para el análisis de textos científicos, narrativos, etc., y para sistematizar información. Es también usado para ubicar una serie de conocimientos previos sobre un tema o concepto y expandirlos, ampliando el vocabulario.	No hay restricción gráfico-espacial para realizar un mapa semántico.

### 2.2.4.2.1.7 Agenda

Por agenda entenderemos un cuadro compuesto por dos ordenamientos: líneas y columnas. Cada una representará correspondientemente: tiempo horario y días de la semana. **Este instrumento sirve para la comparación, ordenación y sistematización de actividades programadas, así como los alcances y límites de las mismas; y es por supuesto un instrumento que se desprende de la lógica de una matriz de doble entrada.**

### 2.2.4.2.1.8 Tabla de operacionalización

Este instrumento permite el diseño de la herramienta de investigación (cuestionario, entrevista, sondeo, encuesta, ítems para grupos de discusión, etc.).

Al igual que la matriz de doble entrada la tabla de operacionalización es un cuadro compuesto por dos ordenamientos: líneas y columnas. De las cuales se desprenden, básicamente:

- Dimensiones, que son los distintos aspectos en que puede ser considerado un concepto<sup>116</sup>
- Indicadores, son las medidas que concretan las observaciones y hacen medible cuantitativamente las dimensiones del concepto considerado<sup>117</sup>
- Índices, es una medida obtenida por la agrupación de varios indicadores. Los indicadores son ahora los que aportan los datos numéricos que una vez manipulados nos permiten calcular el índice. Los índices representan, numéricamente una, varias o todas las dimensiones del concepto operativizado<sup>118</sup>.

Las tablas de operacionalización en algunos casos es también llamada tabla de especificaciones. La tabla presenta el siguiente diseño<sup>119</sup>:

Variable (Concepto operativo)	Dimensión	Indicador	Índice
F	F1	i 1, i2, i3, i4	i 2-4
	F2	i 5, i6, i7, i8	i 5-8
	F3	i9, i10, i11,i12	i 9-12

#### 2.2.4.2.1.9 Resumen y ensayo

Estos son instrumentos que permiten la comunicación de datos, conjeturas, aseveraciones, etc., de una manera creativa y sistemática. Ambos tienen sus especificaciones, tipos y utilidades.

<sup>116</sup> GARCÍA, Ferrando Manuel, Ibáñez Jesús, Ávila Francisco (compilación). El Análisis de la Realidad Social. Métodos y Técnicas de Investigación. Alianza Editorial. Madrid 1986. Se cita artículo de GONZÁLEZ, Blasco Pedro. Medir en las Ciencias Sociales. Pág. 216

<sup>117</sup> Ibídem. Pág. 217

<sup>118</sup> Ibídem. Pág. 221

<sup>119</sup> Ibídem. 215. El ejemplo es retomado con base a GONZÁLEZ, Blasco Pedro.

#### **2.2.4.2.1.10 Géneros periodísticos**

Los géneros periodísticos son instrumentos que permiten la comunicación de datos, conjeturas, aseveraciones, etc., de una manera creativa y sistemática, y siguiendo las implicaciones que la actividad periodística representa (informativa, interpretativa o híbrida). Cada género tiene tipos y utilidades específicas.

Según Leñero, una posible clasificación de géneros sería: géneros informativos, noticia, entrevista, reportaje; géneros de opinión, artículo, editorial; híbridos, crónica, columna. Por otro lado, los géneros periodísticos se entremezclan y aun llegan a enriquecerse con elementos formales de otras disciplinas (cuento, ensayo, novela)<sup>120</sup>.

La enseñanza, uso e internalización progresiva de los géneros periodísticos, dan al estudiante de comunicación un instrumento más para la comunicación de sus investigaciones, opiniones o ambas.

#### **2.2.4.2.1.11 Técnicas de investigación, instrumentos cuantitativos y cualitativos**

Se definirá a la técnica de investigación a todo aquel medio que facilite el acceso y manipulación a informaciones diversas en el campo de la investigación. En este sentido, cada investigador deberá intentar el desarrollo de habilidades, destrezas y actitudes para su empleo, aplicación y procesamiento<sup>121</sup>. Por otro lado, se señala que “los instrumentos dependen tanto de la metodología, así como de las técnicas que el investigador tenga previstas, amén del enfoque y por supuesto, del tipo de investigación<sup>122</sup>”.

---

<sup>120</sup> LEÑERO, Vicente y Marín Carlos. Manual de Periodismo, Ed. Grijalbo. México 1986 Pág. 39

<sup>121</sup> QUIRÓZ, Esthela Ma. Hacia una Didáctica de la Investigación. Editorial Aula. México 1993. Pág. 94

<sup>122</sup> Ídem. Pág. 94

Si bien diversos autores usan indistintamente método y técnica, no hay acuerdo en el uso de estos conceptos<sup>123</sup>; y por otro lado, si bien la técnica se constituye como la serie de pasos que ayudan a conseguir un propósito (técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa), entonces los instrumentos son la manifestación y la puesta en práctica de dichas técnicas. Cada instrumento tiene sus especificaciones, tipos y utilidades.

La enseñanza, uso e internalización progresiva de diversos instrumentos (concreción de la técnica), otorga al estudiante de comunicación, un instrumento más para la búsqueda y sistematización de información.

### **2.2.4.3 Habilidades**

El tercer elemento de la competencia del que se hablará, es el que refiere a las habilidades. Podemos decir que habilidad es la destreza para hacer algo, pero la palabra también se relaciona, por ejemplo, con el desarrollo mismo de una habilidad, y la palabra habilidad suele utilizarse también como sinónimo de competencia que, de esta manera, remite a expertos, maestría en el desempeño y la excelencia<sup>124</sup>.

Algunas de las características de las habilidades son:

- Las habilidades se componen de un conjunto de acciones relacionadas
- No se desarrollan aisladamente, se asocian a los conocimientos y a los valores, y unos a los otros se refuerzan.
- Se desarrollan en secuencia, las habilidades básicas deben incrementarse antes que las avanzadas.

---

<sup>123</sup> BAENA, Paz Guillermina. Instrumentos de Investigación. Manual para Elaborar Trabajos de Investigación y Tesis Profesionales. Editores Mexicanos Unidos Octava Edición, México, 1982. Pág. 9

<sup>124</sup> ARGUDÍN, Yolanda. Educación Basada en Competencias. Nociones y Antecedentes. Editorial Trillas. México 2007. Pág. 51

- Las habilidades deben orientarse para alcanzar una meta específica<sup>125</sup>.

Diferentes autores han propuesto una serie de habilidades que integran la estructura cognoscente del sujeto, por medio de las cuales lleva a cabo el procesamiento de la información que recibe del medio y da una respuesta respecto de la misma.

Edward de Bono refiere las habilidades de razonamiento como habilidades o destrezas que tienen por objeto brindar elementos que conlleven a una adecuada toma de decisiones<sup>126</sup>.

Lipman considera como habilidades de razonamiento a las habilidades que dan lugar a que el sujeto piense, pero relacionando el pensar con un “pensar bien” y coherentemente<sup>127</sup>.

De Bono y Lipman se centran en las habilidades verbales, ya que consideran que éstas reflejan el pensamiento. Para D’Hainaut las habilidades corresponden a lo que él llama **procesos intelectuales**<sup>128</sup>.

Podemos observar a las habilidades desde tres puntos:

- En los procesos cognitivos del sujeto,
- como manifestaciones de dichos procesos,
- o bien, manifestación y proceso como una analogía.

Sin embargo, para efectos de las cartas descriptivas que se utilizarán, la categoría habilidad, nos hablará de las manifestaciones de dichos procesos.

---

<sup>125</sup> Ídem. Pág. 51

<sup>126</sup> FRAGOSO, Hernández Vianney Guadalupe. Una Propuesta de Comunicación Educativa para el Desarrollo de Procesos Socioafectivos. Tesis de licenciatura. Estado de México UNAM-FES Acatlán. 2004. Pág. 72

<sup>127</sup> Ibídem. Pág. 73

<sup>128</sup> Ídem. Pág. 73

#### **2.2.4.3.1 Perfil de habilidades básicas**

El Perfil de Habilidades Básicas representa un conjunto de habilidades intelectuales y procesos socio-afectivos. Este perfil se compone de dos grandes grupos: habilidades intelectuales y procesos socio-afectivos.

En la presente propuesta se retomarán los rasgos de las habilidades intelectuales para el desarrollo de las cartas descriptivas. Puesto que éstos se tornan necesarios cuando requerimos hablar de los rasgos de habilidad necesarios – implícitos o explícitos - para lograr un proceso de investigación.

El Perfil de habilidades básica, desarrolla los rasgos de ocho grupos pertenecientes a las habilidades intelectuales:

1. Recolectar y proporcionar un tratamiento a la información
2. Traducir un mensaje de un código
3. Adaptarse a los procesos individuales, de grupo y contextuales
4. Poner en práctica los modelos recurrentes
5. Resolver problemas académicos
6. Abstractar o conceptualizar
7. Explicar los conocimientos
8. Aprender<sup>129</sup>

Elementos en los que podemos implicar los momentos - o rasgos de habilidades necesarias - para desarrollar una investigación.

---

<sup>129</sup> ARMENTA, Fraga Venus. El papel de la Comunicación Educativa dentro de la Sociedad Compleja. <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n13/comedu13.html>. Citado el 10 de noviembre de 2007.

#### **2.2.4.3.2 Arquitectura de la investigación. Hacia el desarrollo de la habilidad de investigar.**

Como arquitecto que diseña e identifica las operaciones primeras, las estructuras imprescindibles, por lo general ocultas, así el investigador experimentado sabe cuáles son los quehaceres básicos que no pueden estar ausentes en su producción; así articula cuidadosamente sus prácticas y procesos, selecciona adecuadamente sus diseños, escoge las técnicas e instrumentos, pensando en la validez, coherencia y consistencia de su argumentación<sup>130</sup>.

Para Sánchez Puentes la arquitectónica de la investigación sirve como una pauta para identificar no sólo el conjunto estructurado de relaciones, que posee el trabajo científico, sino también para corresponder éstos a los saberes prácticos, estrategias y habilidades que están a la base la investigación<sup>131</sup>.

El autor propone una arquitectónica de la investigación, misma que implica:

- a) Un problema
- b) Información del exterior
- c) Fundamentación teórico-conceptual
- d) Control empírico
- e) Comunicación de los resultados obtenidos.

Elementos que conforman – de manera no rígida – los elementos básicos de una investigación. Pero, cuáles son las habilidades necesarias para identificar un problema, para generar información del exterior, para fundamentar teórico-conceptualmente, para lograr el control empírico, para comunicar los resultados.

---

<sup>130</sup> SÁNCHEZ, Puentes Ricardo. Enseñar a Investigar. Una Didáctica Nueva de la Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades. Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. Coordinación de Humanidades. Centro de Estudios sobre la Universidad. México, 1995. Pág. 129

<sup>131</sup> *Ibidem*. Pág. 130

“... lo que se busca al recurrir a la arquitectónica es disponer de una matriz heurística que sirva de base y apoyo para identificar y describir brevemente las operaciones que ahí intervienen. De esta manera, se podrán configurar... saberes prácticos, estrategias, habilidades y destrezas... de la propuesta programática...”<sup>132</sup>

Más adelante, en el abordaje de cada tema de nuestro taller se observará que se hace referencia a estos cinco elementos de la arquitectónica (subtemas), mismos que necesariamente implican el desarrollo – y demostración – de habilidades; pero no sólo de habilidades, sino de saberes, de entrenamiento (uso de instrumentos), de valores, todos elementos imprescindibles de la Competencia.

### **2.2.5 Dinámica de Grupos y Educación**

Durante el desarrollo del taller se hará referencia a una serie de instrumentos o técnicas. Estas se señalan generalmente entre comillas y son: Debate dirigido o discusión guiada, pequeño grupo de discusión, comisión, seminario, torbellino de ideas. Para mayor referencia sobre las mismas, ver Cirigliano Gustavo, J.F.<sup>133</sup>

---

<sup>132</sup> *Ibidem*. Pág. 130

<sup>133</sup> CIRIGLIANO, Gustavo J.F. *Dinámica de Grupos y Educación*. Argentina. Editorial Humanitas. 16 Edición. 1966.

## 2.3 Teoría pedagógica

A continuación se pasará al segundo eje que conforma el marco teórico, el eje de la teoría pedagógica; mismo que da la base filosófica y de desarrollo y crecimiento grupal (Etapas de Desarrollo Grupal) a nuestro Taller de Investigación Aplicada.

### 2.3.1 Educación Integral<sup>134</sup>

El iniciador de esta teoría fue Johann Heinrich Pestalozzi quien nace el 12 de Enero de 1746 en Suiza. Pestalozzi desarrolló proyectos educativos para niños huérfanos, así como proyectos de enseñanza y formación de profesores. Sus primeros centros educativos fracasaron económicamente, pero las experiencias que obtuvo fueron útiles para nutrir su concepción pedagógica. Pestalozzi muere el 17 de febrero de 1827.

En sus escritos, el educador suizo, precursor de la pedagogía contemporánea, hace hincapié en el papel trascendental que desempeña la madre en la formación de la personalidad y educación elemental del niño; así como en la educación que se establece en armonía con la naturaleza, misma que constituye “invariables leyes” para el “desenvolvimiento de las cualidades humanas<sup>135</sup>”. Para Pestalozzi estas leyes son fundamentalmente distintas entre sí pero todas tienden a la unidad, lo que se logra mediante el equilibrio de energías naturales: **corazón, espíritu y mano.**

La tríada pestalozziana es análoga a las áreas: **afectiva, intelectual y psicomotora**, correspondientemente.

---

<sup>134</sup> PESTALOZZI, Juan Enrique Canto del Cisne. Editorial Porrúa Núm. 369. Segunda Edición. México, 1996. Pág. 6

<sup>135</sup> Ídem. Pág. 6

“Cada sobrepeso unilateral en el desenvolvimiento de nuestras energías conduce al autoengaño y al orgullo sin fundamento, al desconocimiento de los propios defectos y debilidades y a la desconsideración para con todo lo que no concuerde con los puntos de vista a que lleva la unilateralidad. Esto ocurre en individuos medio trastornados por la parte del corazón y las creencias, como en los que por parecido propenso antinatural han ido a la ruina moral cultivando su inteligencia sin el acompañamiento del amor<sup>136</sup>”.

Pestalozzi habla de alcanzar la armonía educativa: espíritu, manos, corazón, o bien, haciendo una analogía, alcanzar armonía entre el área intelectual, psicomotora y afectiva. Se hablará de cada una de estas.

### **2.3.1.1 Área intelectual (espíritu)**

El área intelectual implica la enseñanza del número y de la forma mismos que se **imprimen en la intuición**, y así “se hace sentir la necesidad de expresar las impresiones de nuestra intuición, principalmente por medio de la mímica, pero también más adelante, por otro medio más perfeccionado, que es el lenguaje hablado...<sup>137</sup>”.

El adecuado proceso para desarrollar la capacidad intelectual aunado al propio de la capacidad de pensar, permite al individuo elevarse por encima del escalón de las impresiones de intuición. Este poder está en la esencia de la capacidad de pensar y constituye propiamente el poder de abstracción.

---

<sup>136</sup> Ídem. Pág. 6

<sup>137</sup> Ibídem. Pág. 11

### 2.3.1.2 Área psicomotora (manos)

Para Pestalozzi el área psicomotora se inicia con el despertar de la espontaneidad del sentido artístico y del propio impulso. Es mediante la atención a las formas artísticas y la expresión de las mismas como se avanza hacia la exteriorización de las habilidades<sup>138</sup>. Por lo que el objetivo del área psicomotora es iniciar a los alumnos en la manifestación de los contenidos adquiridos, al tiempo que se debe considerar que el desenvolvimiento de la capacidad de pensar será correspondiente al desenvolvimiento de la capacidad de crear.

Por otro lado el autor suizo destaca la educación laboral como parte de la formación del hombre, haciendo notar que el trabajo físico correctamente organizado, favorece el desarrollo de las capacidades intelectuales y de las cualidades morales.

A esta educación laboral se le suma la educación artística, que comprende la habilidad técnica y la capacidad corporal. Ambas, educación para el trabajo y educación artística son manifestaciones no sólo del espíritu y de las manos, área psicomotora, sino imprescindiblemente, del corazón. “La potencialidad del espíritu, del arte y de la productividad profesional, sin religión y sin amor, es una fuente inagotable de intranquilidad animal...”<sup>139</sup>

---

<sup>138</sup> *Ibidem*. Pág. 15

<sup>139</sup> *Ibidem*. Pág. 16

### 2.3.1.3 Área afectiva (corazón)

En la pedagogía pestalozziana, el área afectiva, constituye uno de los pilares fundamentales de la educación, si bien hay que lograr un equilibrio entre las tres fuerzas de la naturaleza, la fusión y el ímpetu de la triada, sería imposible sin el acompañamiento del amor<sup>140</sup>.

Siendo el amor definido como una fuerza fundamental a través de la cual se hace posible el equilibrio personal y en armonía con la colectividad. Pero ¿cómo se desarrollan los fundamentos de la vida afectiva del hombre?

El corazón del ser humano se alimenta desde el seno materno, desde la lengua materna, así como del amor y salvedad que ésta inspira. Es decir, para Pestalozzi la satisfacción de las necesidades físicas primarias, como lo es la alimentación, será fuente de equilibrio y la tranquilidad, lo que permitirá en el sujeto un mejor desenvolvimiento en la vida social.

“La madre prudente e inteligente vive para su hijo y está al servicio de su amor, en vez de estar al servicio de sus caprichos y de sus egoísmos salvajes<sup>141</sup>”.

Bajo el marco de la Educación Integral, el corazón del sujeto deberá latir y desarrollarse; su espíritu deberá crecer sistemáticamente; sus manos estarán en movimiento constante, buscando participar, crear, modificar el entorno.

Corazón, espíritu y mano, una tríada que procura un sujeto que siente, piensa y hace armónicamente, hacia sí mismo y hacia el ambiente en que se halla inmerso.

---

<sup>140</sup> *Ibidem*. Pág. 6

<sup>141</sup> *Ibidem*. Pág. 10

### 2.3.2 Etapas de Desarrollo Grupal

A continuación se hará referencia al modelo de comunicación educativa en el aula a nivel superior. “La propuesta tiene como sustento teórico además de la Teoría de la Educación Integral a tres teorías pedagógicas y una teoría del aprendizaje... Las teorías pedagógicas y de aprendizaje que se retoman son las siguientes: Aprendizaje Grupal, Comunicación Participativa y Lenguaje Total, y Aprendizaje Significativo...”<sup>142</sup>. El modelo se solidifica en cuatro etapas de desarrollo grupal: etapa de Integración, etapa de Asimilación, Discusión y Creación.

Cada una de estas Etapas actúa como un subsistema que desempeña una función particular en la formación de alguna de las **áreas que constituyen la naturaleza humana (corazón, espíritu y mano), en este caso de los miembros del grupo**<sup>143</sup>. Es importante mencionar que las etapas se presentan en dos ejes: sucesivamente, a lo largo de todo el proceso educativo; y episódicamente, es decir cada etapa incluye de alguna manera a las otras tres aunque dando prioridad a cada una de ellas. Lo anterior sucederá según lo amerite la Instrucción, o según sea el crecimiento del grupo.

#### 2.3.2.1 Integración

Esta etapa corresponde a la primera etapa de desarrollo de la Educación Integral, es decir, al desarrollo del Área Afectiva. Esta etapa inicia con el precepto de Aprendizaje Activo, es decir, se presenta la tarea a desarrollar, de cómo se abordará, los contenidos, las estrategias de aprendizaje y de los momentos de Enseñanza<sup>144</sup>.

---

<sup>142</sup> GONZALEZ Laura. Un Modelo de Comunicación Educativa en el Aula a Nivel Medio Superior. Tesis de Licenciatura. Estado de México UNAM-ENEP Acatlán. 1993. Pág. 163

<sup>143</sup> Ídem. Pág. 165

<sup>144</sup> Ibídem. Pág. 167

Los principios didácticos están encaminados a:

- Fomentar en el aula un ambiente propicio para el pleno desenvolvimiento de las facultades afectivas, intelectuales y psicomotrices de los miembros del grupo.
- Que los miembros del grupo reconozcan la importancia de interactuar entre ellos, con el contenido, con la profesora y con la coordinadora, teniendo en cuenta que deben tomar conciencia de su carácter como parte de un gran conjunto, del amor<sup>145</sup> y del respeto que deben extender hacia los demás.
- Utilizar métodos y técnicas para cumplir los objetivos de la Educación Integral. En este caso un método didáctico activo que permita a los miembros del grupo, asimilar y elaborar su propio aprendizaje, tomando en cuenta sus intereses y necesidades, donde las actividades tengan un sentido práctico, aplicable en su actividad profesional. Para lo cual se consideran las técnicas que propone el Aprendizaje Grupal<sup>146</sup>, con el fin de propiciar la creatividad, la colaboración, el respeto, el sentido de responsabilidad y el trabajo en equipo.
- Promover la participación y la comunicación mismas que permitan fomentar en el alumno no un saber acumulado, sino un saber reflexivo.

Con el desarrollo de la Etapa de Integración, se considera que se cuenta con las condiciones necesarias y adecuadas para trabajar el Área Intelectual.

---

<sup>145</sup> *Ibidem*. Pág. 168. La autora dice que Pestalozzi define al Amor como la fuerza fundamental a través de la cual se desenvuelven los medios de educación para la preparación de la fuerza común humana y la armonía de las capacidades. El amor en esta propuesta es atendido como el cuidado, la responsabilidad, el respeto y el conocimiento tanto del coordinador como de los miembros del grupo en todos los aspectos que conforman su ser sentir-pensar-hacer.

<sup>146</sup> *Ídem*. Pág. 167 y 168

### **2.3.2.2 Asimilación**

La segunda etapa tiene por objetivo iniciar el desarrollo del Área Intelectual<sup>147</sup>. Sus principios están encaminados a:

- Desarrollar el pensamiento y el razonamiento de los miembros del grupo a partir de la intuición
- Que cada uno de los miembros llegue a la posesión de los conocimientos, es decir, que aprenda los contenidos pero comprendiéndolos, mediante el esfuerzo que ellos mismos realicen. Que asuman una actitud reflexiva mediante el trabajo, conducirlo, controlado y dirigido, para que lleguen a la formulación del nuevo conocimiento.
- Que las actividades que se realicen deben estar ordenadas a partir de los principios de continuidad, secuencia e integración. La continuidad es el tiempo que se le dedica a un tema. La secuencia es el orden y el grado de profundización de cada uno de los temas.
- Realizar actividades ordenadas a partir de los principios de continuidad, secuencia e integración. La continuidad en este trabajo, es el tiempo que se le dedica a un tema. La secuencia es el orden y el grado de profundización de cada uno de los temas. La integración es la visualización del todo como un conjunto armónico e interdependiente.

### **2.3.2.3 Discusión**

La tercera etapa que corresponde a la Discusión, es otro momento del Área Intelectual<sup>148</sup>. Sus principios están encaminados a:

- Desarrollar el juicio de los miembros del grupo

---

<sup>147</sup> *Ibíd.* Pág. 171

<sup>148</sup> *Ibíd.* Pág. 173

- Avanzar de manera constante desde la asimilación de los conocimientos en su proceso inicial hasta la comprensión de los mismos, desde los hábitos hasta la teoría asimilada y su empleo práctico.
- Reconocer en el grupo la fuerza que permite concentrar los esfuerzos y la reflexión sobre las metas y los objetivos de esta Etapa de Discusión. En donde los participantes deben tener una función propia e intercambiable para evitar los roles rígidos y estáticos.
- Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista.
- Identificar la capacidad de observación que tiene el profesor-coordinador sobre el grupo de aprendizaje. Además de ser el vínculo del aprendizaje, puesto que conoce a los miembros del grupo, sus intereses, inquietudes y expectativas, así como a los contenidos de la materia. Y como asesor u orientador del grupo para fomentar así la independencia del mismo.

“Hasta este momento el grupo se encuentra en plena maduración, su actitud en general debe ser positiva y de disposición para abordar la Etapa que los conducirá al pleno desarrollo de la capacidad intelectual, ya que será reafirmado con la puesta en práctica de sus nuevos conocimientos, es decir, se da pie a la última Etapa que es la Creación<sup>149</sup>”.

#### **2.3.2.4 Creación**

Esta última etapa corresponde a desarrollar el Área Psicomotora de los participantes<sup>150</sup>. Los principios de esta etapa están encaminados a:

- Iniciar a los alumnos en la manifestación de los contenidos adquiridos

---

<sup>149</sup> Ibídem. Pág. 175

<sup>150</sup> Ídem. Pág. 175

- Considerar que el desenvolvimiento de la capacidad de pensar debe estar en concordancia con la capacidad de realizar y de crear de acuerdo a los contenidos y a los objetivos previamente establecidos.
- Centrar la atención en la expresión de los contenidos y en la manifestación de sus habilidades de realizar y de crear en el manejo de los mismos.
- Realizar ejercicios particulares hasta llegar a un cierto nivel de equilibrio y de complementación entre el sentir-pensar-hacer. Cada una de las actividades y ejercicios que se lleven a cabo deben tener las bases suficientes para avanzar progresivamente, así como ser complemento de las anteriores.
- Utilizar el lenguaje de los medios de comunicación masiva en el proceso de creación para promover la perceptividad, criticidad y creatividad.
- Destacar el papel del coordinador (a) como propiciadora del aprendizaje activo con las condiciones adecuadas del grupo de aprendizaje
- Reconocer en los miembros del grupo, individuos responsables, capaces de guiar su propio conocimiento, de acuerdo a sus intereses y expectativas.
- Todos los participantes del proceso educativo, deben emplear todos los recursos de que disponen: personales, materiales, sociales e intelectuales.
- Integrar la teoría y la práctica mediante actividades creativas que den como resultado la realización de un producto final que represente el logro de un objetivo.

En esta etapa se concreta el crecimiento y maduración del grupo, todo ello representado por la calidad y pertinencia del producto final, o bien, por la demostración en tiempo y forma de la competencia alcanzada; misma que se habrá delineado desde del perfil de competencias,

A continuación hablaremos de la construcción del perfil, así como de la evaluación. Estos elementos no corresponden directamente a ningún eje, el del aprendizaje o el pedagógico, sin embargo son también elementos imprescindibles para el desarrollo de la presente propuesta.

## 2.4 Perfil de competencias

Torres Lima<sup>151</sup> propone que la elaboración de **perfiles** incluye los rasgos deseables en el individuo que le posibilitarán responder adecuadamente a los desafíos planteados por el entorno en que se desenvuelve, impactando directamente en la elaboración de modelos educativos.

El perfil incluye también la filosofía institucional, ideario y misión propios de la institución educativa. Así, un perfil de Habilidades, en coincidencia con Torres Lima "... ha de manifestar aquellas habilidades que requiere al sujeto para enfrentar la realidad en que vive, a partir del ámbito educativo"; es así que de igual manera un perfil de Competencias habrá de implicar aquellas competencias que requiere el sujeto para enfrentar la realidad, contexto, laboral en el que vive.

Cuáles son los rasgos deseables en el egresado de la preespecialidad de investigación y docencia, cuáles serán los rasgos deseables para los egresados del Taller de Investigación Aplicada II. Para qué será competente el egresado del mismo.

Si el perfil de egreso de la preespecialidad es que éste será competente para "efectuar investigaciones teóricas o de **teoría aplicada** a los diversos procesos comunicativos, como **los estudios de opinión, de audiencia, de impacto, de mercado, etc.** En ellos aplicará **métodos y técnicas** de probado rigor científico<sup>152</sup>".

Entonces, y enmarcando este perfil en nuestra propuesta, podemos decir que el perfil de competencia del egresado del Taller de Investigación Aplicada II, es:

---

<sup>151</sup> TORRES Lima, Héctor J. Guía para la Elaboración de Perfiles. Versión Estenográfica para los Colegios del CVI. México, DF. 1995.

<sup>152</sup> Este último párrafo nos remite al Perfil del egresado de la Licenciatura en comunicación. Ver punto 1.4.4.2 Sistematización del Perfil institucional. En el perfil de Competencias se considera también la filosofía institucional, ideario y misión propios de la institución educativa.

El alumno, al final del Taller, será competente para desarrollar investigación mercadológica (de mercado, publicitaria y de auditorios), basado en la teoría, metodología y técnica más pertinente.

Con esta perfil se le apuesta a que el individuo, sea competente para responder adecuadamente a los desafíos planteados por el entorno profesional del comunicador, un entorno que se diversifica y se extiende hacia el ámbito de la gestión organizacional, la publicidad, el marketing, la política, la educación.

## **2.5 Evaluación**

Durante el proceso de desarrollo grupal, se considera determinante el proceso evaluativo; puesto que éste permitirá no sólo calificar que se ha alcanzado la competencia general, sino también para valorar sus procesos de construcción.

Por lo anterior, se considera pertinente abordar las tres fases en que se clasifica la Evaluación durante el proceso de enseñanza-aprendizaje: evaluación Diagnóstica, evaluación Formativa y Sumativa.

### **2.5.1 Evaluación Diagnóstica**

Implica sondear hasta qué punto **los miembros del grupo** están preparados, si han adquirido la competencia suficiente y necesaria – teórica, metodológica, y/o técnica - para continuar en la búsqueda de la competencia general: la investigación mercadológica: investigación de mercado, de audiencia, publicitaria, correspondientemente y en cada una de las fases del Taller.

También es conocida como evaluación inicial y refiere a aquella que se aplica en el comienzo de un proceso evaluador. “De esta forma se detecta la situación

partida de los sujetos que posteriormente van a seguir su formación, así como otros procesos de evaluación...<sup>153</sup>”

### **2.1.2 Evaluación Formativa**

Implica reconocer hasta qué punto **cada miembro del grupo** está preparado para continuar. Es decir, “la evaluación con funcionalidad formativa se utiliza en la valoración de procesos... el conocimiento apropiado de la situación evaluada permitirá tomar decisiones necesarias de forma inmediata, su funcionalidad es mejorar o perfeccionar el proceso que se evalúa”<sup>154</sup>.

### **5.2.3 Evaluación Sumativa**

Su objetivo es cuantificar en los alumnos el grado de avance. La evaluación sumativa tiene carácter individual y grupal, según se considere más pertinente.

“La funcionalidad sumativa de la evaluación resulta apropiada para la valoración de productos o procesos que se consideran terminados, con realizaciones concretas y valorables. Su finalidad es definir si el resultado es positivo o negativo... No se pretende mejorar nada con esta evaluación de forma inmediata, sino valorar definitivamente”<sup>155</sup>.

En nuestro caso la evaluación sumativa permitirá verificar que se ha alcanzado la competencia teórica, metodológica o técnica, para continuar en la búsqueda de la competencia general.

---

<sup>153</sup> CASANOVA, María Antonia. Manual de Evaluación Educativa. Editorial La Muralla S.A., Madrid, 1995. Pág. 75

<sup>154</sup> *Ibidem*. Pág. 65

<sup>155</sup> *Ibidem*. Pág. 63

Cada tipo de evaluación puede hacerse mediante diferentes evidencias que demuestren que el conocimiento, los procedimientos o los productos concretos han sido correctamente logrados, en tiempo y forma.

Las herramientas de evaluación más utilizadas, bajo el enfoque de la EBC, son: la guía de observación, la lista de cotejo, el portafolio de evidencias, en las que se manifestará que los resultados de aprendizaje han sido alcanzados. En esta propuesta no se ahondará en dichas herramientas.

### **Cierre del Capítulo**

El presente capítulo permitió caracterizar a la Educación Basada en Competencias, así como a la competencia en sí, ambos conceptos clave para desarrollar la presente propuesta, es muy importante resaltar que éstos fueron trazados bajo la consideración de diversos autores del cognoscitivismo, postura psicopedagógica que se considera pertinente puesto que nos da el fundamento necesario para pensar a la EBC, ya que ésta busca la articulación de saberes, habilidades, entrenamiento, valores que se manifestarán en la generación de productos concretos, o evidencias, que dejarán ver que el alumno y su grupo de trabajo, ha construido su propia competencia. Un grupo que se integra, asimila, discute y que finalmente, crea.

Sin embargo, todavía no sabemos cómo se descomponen dichos conceptos para ser abordados en la Propuesta de Taller de Investigación Aplicada II. Cuáles son los componentes de la competencia que tendrán que ser procurados en el Taller, cómo se logrará la concreción de la competencia cuando la planteamos en un grupo de trabajo que tendrá como meta principal, la construcción y manifestación de la competencia. En el siguiente capítulo veremos a partir de qué instrumentos se retomaron los conceptos aquí abordados para la generación de esta propuesta.



## Capítulo Tres



# Mapa Conceptual del Capítulo Tres

## 3. Marco Metodológico

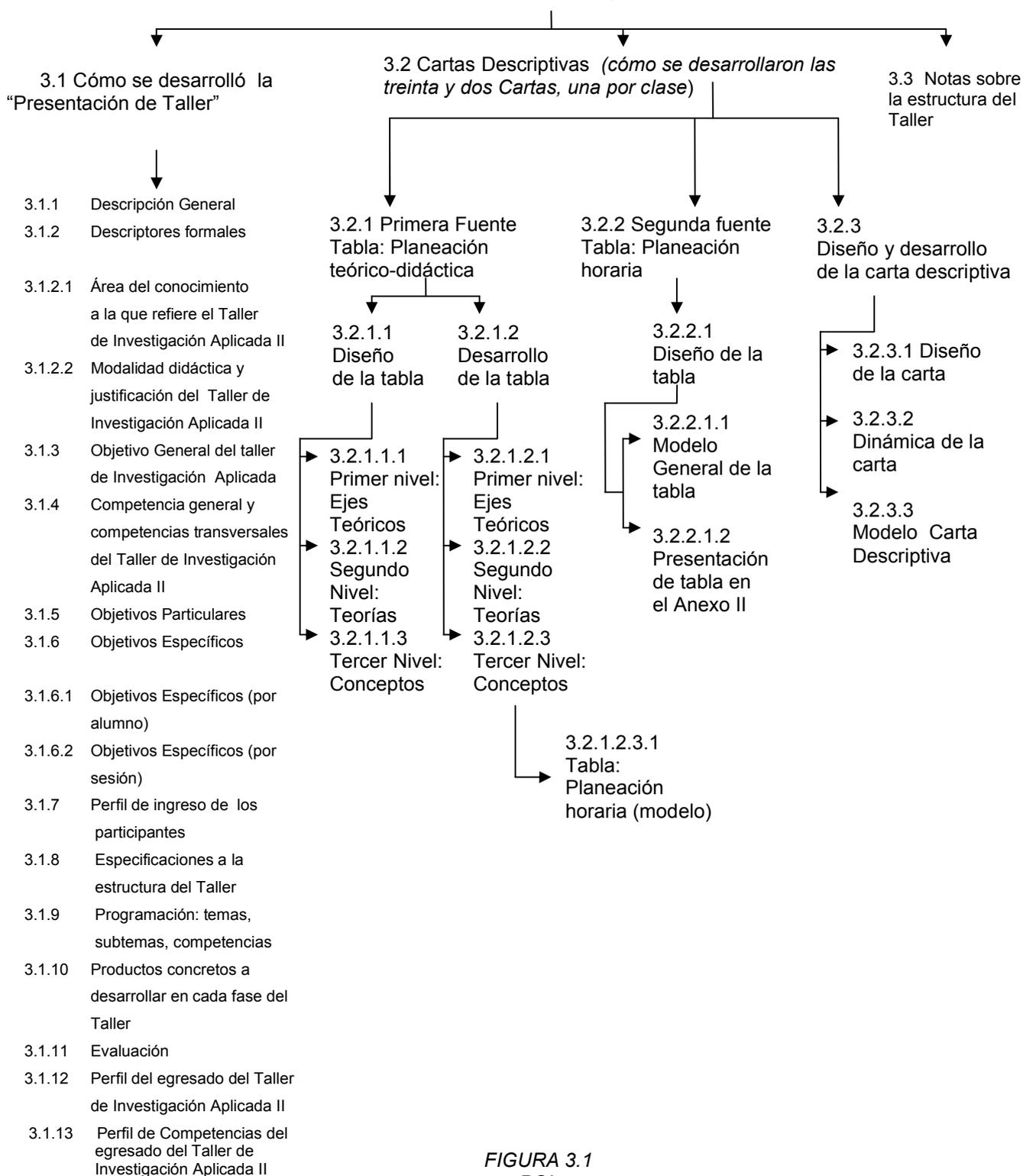


FIGURA 3.1  
PGL



### **3. Marco metodológico**

Este capítulo tiene por objetivo principal describir cómo se operacionalizaron los componentes de la Competencia (enclavada en nuestra caracterización de la EBC), así como las etapas de desarrollo grupal, para la realización del Taller de investigación.

Los componentes de la competencia que se operacionalizaron son: saberes, entrenamiento (instrumentos), habilidades; por otro lado, se trabajó con las etapas de desarrollo grupal: integración, asimilación, discusión y creación.

Pero cómo abordar estos elementos: el que refiere a Competencia; y a Etapas de Desarrollo Grupal - bajo el marco de un Taller de Investigación Aplicada, en este caso, haciendo referencia a la investigación mercadológica; por otro lado, cómo diseñar un escenario que permita tanto al alumno, así como a su grupo de trabajo, construir competencias, una competencia que aumentará sus posibilidades de inserción en el ambiente laboral en concordancia consigo mismo y con la sociedad en la que se encuentra.

Aquí observaremos qué instrumentos se construyeron y cómo se retomaron los aspectos del capítulo uno y dos, para la generación de esta propuesta. Misma que se materializa en dos productos:

- **Presentación del Taller**
- **Cartas descriptivas**

A continuación se describirá el proceso de elaboración de ambos.

### 3.1 Cómo se desarrolló la Presentación del Taller

La Presentación del Taller incluye trece puntos. Para la concreción de éstos fue necesario recurrir a los marcos histórico-contextual y teórico, así como a los Anexos, pues es en estos materiales, en los que se encuentra el fundamento del Taller. A continuación se describen las fuentes de cada punto y algo sobre especificación en sí:

	<b>Especificación</b>	<b>Fuente principal de conformación:</b>
<b>3.1.1</b>	Descripción General	<ul style="list-style-type: none"> <li>Marco Teórico. Puntos 2.1.2 (Concepto de Competencia), 2.2.2 (Teorías Cognoscitivista), 2.2.3 (EBC desde el Cognoscitivismo).</li> <li>Marco Histórico 1.7.1.4 (Contenidos de la Materia Investigación Aplicada II)</li> </ul>
<p>En este punto se encontrará el planteamiento general del Taller, se hablará sobre a quién está dirigido, a qué tipo de investigación aplicada se está haciendo referencia; así mismo se plantea que está diseñado bajo la idea de la EBC y que los productos ahí generados serán susceptibles de comercialización.</p>		
<b>3.1.2</b> <b>Descriptor</b> <b>formales</b>	<b>3.1.2.1</b> Área del conocimiento a la que refiere el Taller de Investigación Aplicada II <b>3.1.2.2</b> Modalidad didáctica y justificación del Taller de Investigación Aplicada II	<ul style="list-style-type: none"> <li>Marco Histórico 1.5 (Áreas de conocimiento que contempla el plan de estudios), 1.6 (Modalidades didácticas que contempla el plan de estudios), 1.7.1.1. (Programa Oficial. Descripción y Observaciones), 1.7.1.3 (analogías entre el programa oficial y el programa propuesto)</li> </ul>
<p>Aquí se establece que el Taller no se plantea como extracurricular, sino que se enclava a la materia curricular para la preespecialidad de Investigación y Docencia, de la carrera de Comunicación: Investigación Aplicada II; también se habla de su ubicación, sus características didácticas, la carga horaria y los contenidos mínimos a abordar.</p>		
<b>3.1.3</b>	Objetivo General del Taller de Investigación Aplicada II	<ul style="list-style-type: none"> <li>Marco Histórico 1.7.1.1. (Programa Oficial. Descripción y Observaciones), 1.7.1.3 (analogías entre el programa oficial y el programa propuesto)</li> </ul>
<p>Se establece aquí el objetivo general que dice: El alumno será capaz de practicar las técnicas de la investigación aplicada, en los Estudios Mercadológicos.</p>		
<b>3.1.4</b>	Competencia general y competencias	<ul style="list-style-type: none"> <li>Marco Histórico 1.7.1.1. (Programa</li> </ul>

	transversales del taller de Investigación Aplicada II	<p>Oficial. Descripción y Observaciones), 1.7.1.3 (analogías entre el programa oficial y el programa propuesto), 1.7.1.4 Contenidos de la materia. Investigación Aplicada II.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marco teórico 2.1.2.1 (Tipos de Competencias)</li> </ul>
<p>A partir de las referencias aquí planteadas se estableció como competencia general que: El alumno será competente para desarrollar investigación mercadológica (de mercado, audiencia y publicitaria), con base a la teoría, metodología y técnica más pertinente.</p> <p>Así mismo se establecieron como Competencias Transversales: la competencia teórica, metodológica y técnica, pues son éstas las competencias necesarias para la correcta ejecución de la investigación mercadológica; mismas no se constituyen en sí como el fin, sino como el medio para lograr un producto final, competente.</p>		
3.1.5	Objetivos Particulares	<p><b>Por sesión:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anexo I Instrumentos Metodológicos Tablas: Planeación teórico-didáctica</li> <li>• Anexo II Instrumentos Metodológicos Tabla: Planeación Horaria</li> <li>• Marco Teórico 2.2.4.3 (Habilidades), 2.2.4.3.1 (Perfil de habilidades básicas), 2.2.4.3.2 (Arquitectura de la investigación. Hacia el desarrollo de la habilidad de investigar)</li> </ul>
<p>En las cartas descriptivas – y en los instrumentos desarrollados para llegar a éstas – se observará que el taller tiene 32 objetivos particulares, es decir uno por cada una de las 32 sesiones que implica el taller, y éstos tienen un ordenamiento que permitirá al participante la integración de sus intereses y necesidades, así como el alcance y desarrollo de su habilidad para investigar.</p>		
3.1.6 <b>Objetivos Específicos</b>	3.1.6.1 Objetivos Específicos (por alumno) 3.1.6.2 Objetivos Específicos (por sesión)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marco Teórico 2.2.4.3 (Habilidades), 2.2.4.3.1 (Perfil de habilidades básicas), 2.2.4.3.2 (Arquitectura de la investigación. Hacia el desarrollo de la habilidad de investigar). 2.3.2 Etapas de Desarrollo Grupal</li> </ul> <p><b>Por alumno (tarea)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anexo I Instrumentos Metodológicos “Tablas: Planeación teórico-didáctica”</li> <li>• Anexo II Instrumentos Metodológicos “Tabla: Planeación Horaria”</li> </ul> <p><b>Por grupo (sesión)</b></p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anexo I Instrumentos Metodológicos Tablas: Planeación teórico-didáctica</li> <li>• Anexo II Instrumentos Metodológicos Tabla: Planeación Horaria</li> </ul>
<p>Aquí se verá que el diseño del taller contempla actividades que el alumno hará de tarea (previo a la sesión); y actividades que se harán en la sesión misma, con todo el grupo de trabajo. Las actividades que realiza el alumno están expresadas como Objetivos Específicos (tarea); y las que realiza todo el grupo como Objetivos Específicos (sesión). Se cuenta por lo tanto con 32 objetivos específicos para el individuo; y 32 para el grupo de trabajo, a cumplir en las 32 sesiones del Taller.</p>		
<b>3.1.7</b>	Perfil de ingreso de los participantes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marco Histórico 1.4.4 (Perfil del egresado), 1.4.4.1 (Perfil del egresado por preespecialidades), 1.4.4.2 (Sistematización del perfil institucional).</li> <li>• Marco Teórico 2.4 (Perfil de Competencias), Marco teórico 2.1.2.1 (Tipos de Competencias)</li> </ul>
<p>En este punto se plantea lo que se espera, o la situación ideal, de los participantes del taller tanto del (la) coordinador (a), así como de los estudiantes.</p>		
<b>3.1.8</b>	Especificaciones a la estructura del Taller	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marco Histórico 1.7.1.1. (Programa Oficial. Descripción y Observaciones), 1.7.1.2 (Programa Propuesto. Descripción y Observaciones), 1.7.1.3 (analogías entre el programa oficial y el programa propuesto)</li> <li>• Marco Teórico 2.2.4.3.2 (Arquitectura de la investigación. Hacia el desarrollo de la habilidad de investigar)</li> <li>• Anexo II Instrumentos Metodológicos Tabla: planeación Horaria</li> </ul>
<p>Aquí se describen los cinco temas del taller</p>		
<b>3.1.9</b>	Programación: temas, subtemas, competencias	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marco Histórico 1.7.1.1. (Programa Oficial. Descripción y Observaciones), 1.7.1.2 (Programa Propuesto. Descripción y Observaciones), 1.7.1.3 (analogías entre el programa oficial y el programa propuesto)</li> <li>• Marco Teórico. 2.1.2.1 (Tipos de Competencias), 2.2.4.3.2 (Arquitectura de la investigación. Hacia el desarrollo de la habilidad de investigar)</li> </ul>

<p>En este punto se describen los temas y los subtemas, en relación con la competencia transversal que cada uno de éstos, principalmente, permite construir.</p>		
<b>3.1.10</b>	Productos concretos a desarrollar en cada fase del Taller	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marco Histórico 1.7.1.1. (Programa Oficial. Descripción y Observaciones), 1.7.1.2 (Programa Propuesto. Descripción y Observaciones), 1.7.1.3 (analogías entre el programa oficial y el programa propuesto)</li> <li>• Marco teórico 2.2.4.2.1 (Instrumentos), 2.4 (Perfil de Competencias), 2.2.5 Dinámicas de grupo y educación</li> </ul>
<p>Aquí se habla sobre los productos a generar en el taller, o en otras palabras, las evidencias que nos permitirán ver que la competencia ha sido construida; estos son: investigación de mercado, investigación de auditorio e investigación publicitaria; así como la presentación de estos, presentación ejecutiva.</p>		
<b>3.1.11</b>	Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marco Histórico 1.4.4.1 (Perfil del egresado por preespecialidades)</li> <li>• Marco Teórico 2.4 (Perfil de Competencias), 2.5 (Evaluación)</li> <li>• Anexo II Instrumentos Metodológicos Tabla: planeación Horaria</li> </ul>
<p>Aquí se especifica que el Taller deberá ser evaluado en tres sentidos: una evaluación diagnóstica y formativa, así como Sumativa. La referencia hacia los perfiles nos permite ubicar lo que se espera del egresado, así mismo los anexos permiten ubicar en qué sesión y qué tipo de evaluación es la más pertinente en cada caso.</p>		
<b>3.1.12</b>	Perfil del egresado del Taller de Investigación Aplicada II	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marco Histórico 1.4.4. (Perfil del egresado), 1.4.14.1 (Perfil del egresado por preespecialidades), 1.4.4.2 (Sistematización del perfil institucional), 1.7.1.1. (Programa Oficial. Descripción y Observaciones), 1.7.1.2 (Programa Propuesto. Descripción y Observaciones), 1.7.1.3 (analogías entre el programa oficial y el programa propuesto)</li> <li>• Marco Teórico 2.4 Perfil de competencias)</li> </ul>
<b>3.1.13</b>	Perfil de Competencias del egresado del Taller de Investigación Aplicada II	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marco Histórico 1.4.4.1 (Perfil del egresado por preespecialidades), 1.7.1.1. (Programa Oficial. Descripción y Observaciones), 1.7.1.2 (Programa Propuesto. Descripción y</li> </ul>

		Observaciones), 1.7.1.3 (analogías entre el programa oficial y el programa propuesto) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marco teórico 2.1.2.1 Tipos de Competencia, 2.4 (Perfil de Competencias)</li> </ul>
En estos dos últimos puntos se establece en este punto el perfil del egresado por competencias, esto según la consideración del llamado perfil de egreso, pero con mayor ímpetu en los productos concretos en que éste será competente.		

Posteriormente a los trece puntos se encontrarán las Cartas Descriptivas.

Pero, ¿cómo se desarrollaron estas cartas?

### **3.2 Cartas Descriptivas (cómo se desarrollaron las treinta y dos Cartas, una por clase)**

Las cartas descriptivas son la parte medular del Taller de Investigación Aplicada II, y en ellas se observa la implicación no sólo de los elementos teóricos, sino también de los histórico-contextuales. La generación de éstas parte de **dos fuentes**, la primera referente a la planeación teórico-didáctica, y en la segunda a la planeación horaria.

#### **3.2.1 Primera fuente. Tabla: Planeación teórico-didáctica**

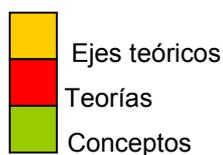
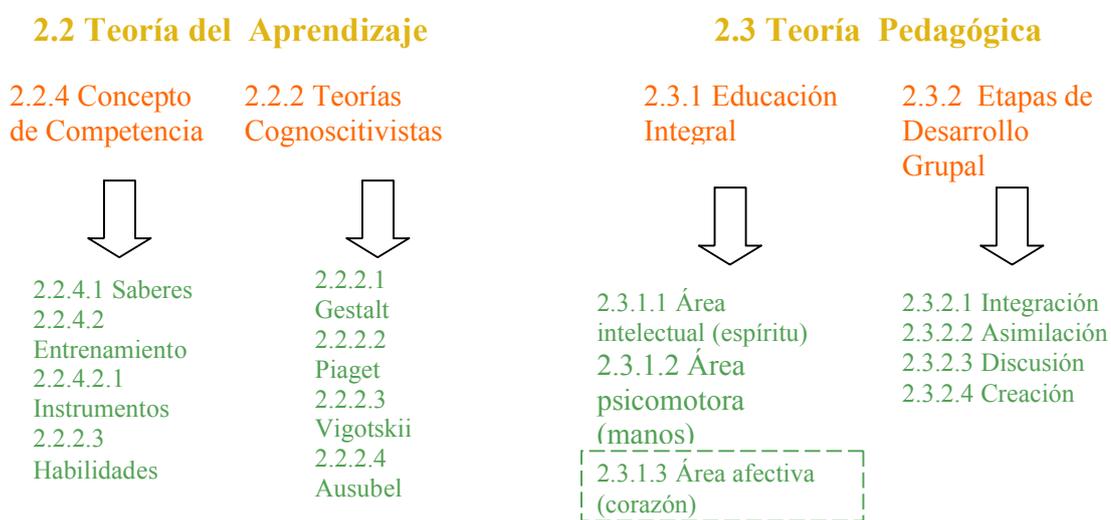
Comenzaremos describiendo la primera fuente: Tabla: Planeación teórico-didáctica (ésta es producto del marco teórico). Posteriormente describiremos la segunda fuente: Tabla: Planeación horaria.

La primera fuente es una analogía con la estructura del marco teórico, pero para entenderla primero ubiquemos en dos ejes en el segundo capítulo: el eje

de la Teoría Pedagógica (2.3 Marco Teórico), y el eje de la Teoría del Aprendizaje (2.2 Marco Teórico).

De cada eje se desprenderán teorías y conceptos. Observemos la siguiente red conceptual (el numeral que se coloca a lado del elemento corresponde a número que le fue dado en el índice del marco teórico):

**Tabla: Planeación Teórico-Didáctica  
(sistematización de conceptos, desde el capítulo II)**



*Figura 3.2  
PGL*

Aquí podemos observar los tres niveles:

Primer nivel (amarillo)

- Teoría del Aprendizaje
- Teoría Pedagógica

Segundo nivel (rojo):

- Competencia, delineado desde el Cognoscitismo<sup>148</sup>; y el Cognoscitismo en sí. Del eje del aprendizaje.
- Educación Integral y Etapas de desarrollo Grupal. Del eje pedagógico.

Y finalmente en el tercer nivel, conceptos (verde), encontraremos.

Por parte del eje teórico del Aprendizaje:

- Saberes , Entrenamiento, Instrumentos, Habilidades, que son componentes de la Competencia
- Así como a la Gestalt, Piaget, Vigotskii y Ausubel, autores que auxiliaron en la caracterización del cognoscitismo

Y por parte del eje teórico pedagógico (verde):

- Educación Integral, del que se desprenden los conceptos, espíritu (área intelectual), manos (área psicomotora), corazón (área afectiva).
- Etapas de Desarrollo Grupal, del que se desprenden los conceptos Integración, Asimilación, Discusión y Creación.

Teniendo como base esta red, se ha desarrollado el instrumento **Tabla: Planeación teórico-didáctica**, misma que nos permitirá cruzar los elementos y bajarlos a las cartas descriptivas.

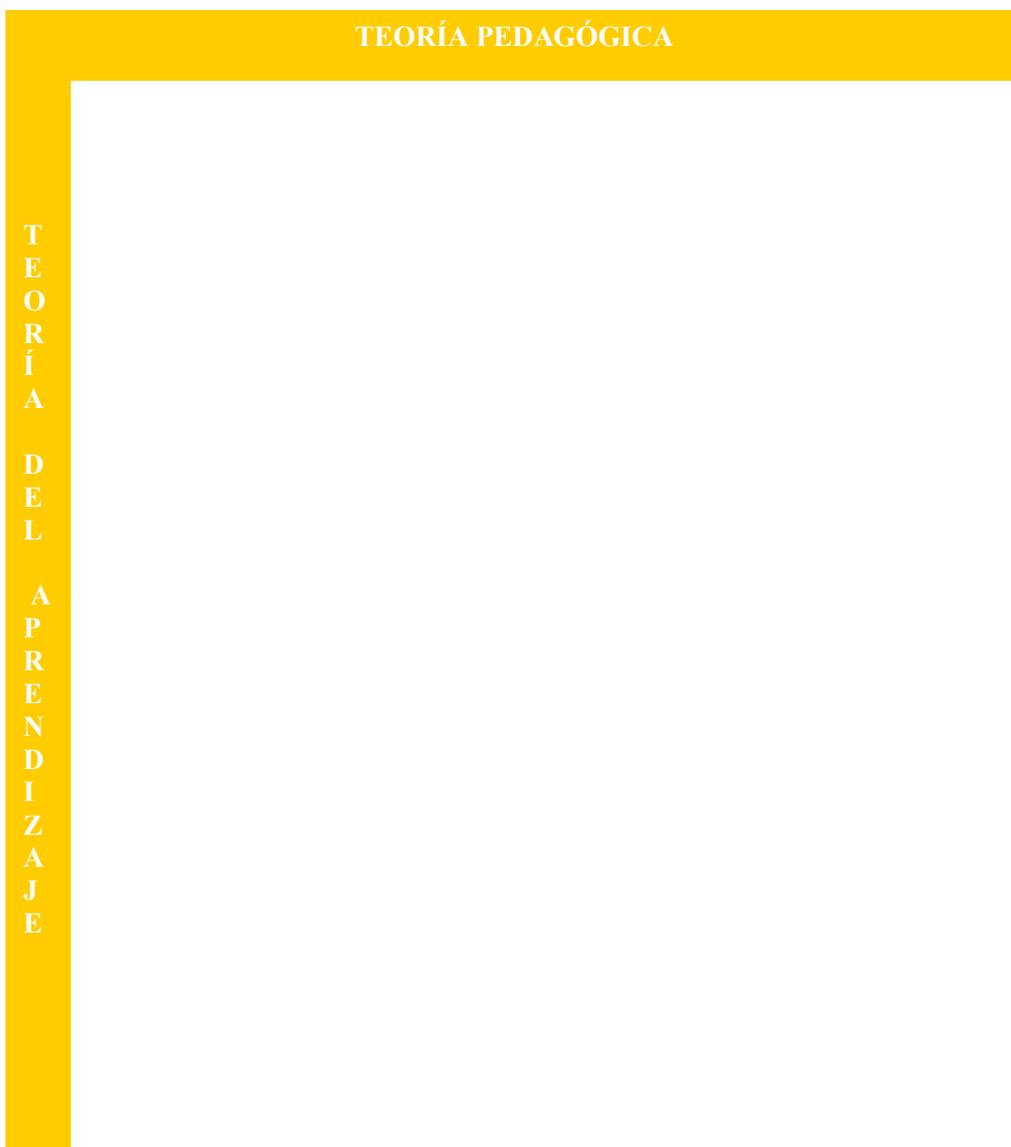
---

<sup>148</sup> Ver Marco Teórico. Punto 2.2.3

### 3.2.1.1 Diseño de la Tabla

#### 3.2.1.1.1 Primer Nivel: Ejes Teóricos

El diseño es de doble entrada, teniendo en el eje de las x, a la Teoría Pedagógica; en el eje de las y, a la Teoría del Aprendizaje (amarillo).



### 3.2.1.1.2 Segundo Nivel: Teorías

Posteriormente, siguiendo el mismo ordenamiento de los ejes  $x$  y  $y$ , se despliega: eje de las  $x$ , educación integral y etapas de desarrollo grupal; y por el eje de las  $y$ , se desplegará el concepto de Competencia así como el Cognoscitividadismo (naranjado).



### 3.2.1.1. 3 Tercer Nivel: Conceptos

En el tercer nivel, verde, encontraremos los conceptos que se desprenden de cada teoría.



### 3.2.1.2 Desarrollo de la Tabla

Como se observará, la composición del instrumento se presenta en tres niveles: amarillo, naranja y verde. A continuación se presenta el cruce conceptual entre cada uno de esos colores.

#### 3.2.1.2.1 Primer nivel: Ejes Teóricos

	TEORÍA PEDAGÓGICA
TEORÍA DEL APRENDIZAJE	<p>Cuando planteamos la necesidad de establecer estos dos ejes teóricos: teoría pedagógica y teoría del aprendizaje, lo hicimos pensando que en la primera tendríamos una base 'filosófica' para conceptualizar el taller, así como para intervenir en el proceso educativo a nivel grupal; por otro lado, en la segunda teoría - la del aprendizaje - daría un conjunto de herramientas y dinámicas que facilitan tal proceso. Es así como la teoría Pedagógica y la teoría del Aprendizaje son fundamentales para diseñar el Taller de Investigación Aplicada II, puesto que nos brinda los elementos necesarios para fundamentar y desarrollar la propuesta.</p> <p>Podemos adicionar aquí que la palabra Pedagogía proviene del griego <i>paidos</i> que es niño, y <i>gogía</i> que es llevar o conducir. No era la palabra de una ciencia, se usaba sólo como denominación de un trabajo: el del pedagogo que consistía en la guía del niño.</p>

### 3.2.1.2.2 Segundo nivel: Teorías

TEORÍA PEDAGÓGICA	
EDUCACIÓN INTEGRAL	ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL
TEORÍA DE LA APRENDIZAJE	COMETENCIA
	COGNOSCIIVISMO

La Educación Integral y las Etapas de Desarrollo Grupal serán nuestra base para conceptuar e intervenir en el grupo de trabajo; ambas nos brindan una visión del proceso educativo, tanto a nivel individual como grupal, correspondientemente.

Estas dos teorías se tornarán concretas, tanto a nivel individual como grupal, al momento de empatarla con nuestro concepto de Competencia, mismo que si bien implica un para qué de la educación, un: para ser competente en el ambiente laboral, también implica los elementos didácticos – útiles a la instrucción formalmente establecida - necesarios para alcanzarlas. Estos son: capacidades, saberes, habilidades y entrenamiento (instrumentos).

Los elementos a los que se hace referencia conforman nuestro concepto de Competencia, mismo que se integró a partir de las teorías cognitivas reportadas en el marco teórico.

Como ya describimos, Educación Integral y las Etapas de Desarrollo Grupal serán nuestra base para conceptualizar e intervenir en el grupo de trabajo.

Por otro lado, en el marco teórico encontramos a Ausubel, Vigotskii, Piaget y la Gestalt, autores y posturas que alimentan nuestro concepto de Educación Basada en Competencias (desde el Cognoscitivismo).

### 3.2.1.2.3 Tercer nivel: Conceptos.

TEORÍA PEDAGÓGICA						
EDUCACIÓN INTEGRAL			ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL			
A. Intelectual	A. Psicomotora	A. Afectiva	Integración	Asimilación	Discusión	Creación
<b>S</b> <b>a</b> <b>b</b> <b>e</b> <b>r</b> <b>e</b> <b>s</b>	<b>I</b> <b>n</b> <b>s</b> <b>t</b> <b>r</b> <b>u</b> <b>m</b> <b>e</b> <b>n</b> <b>t</b> <b>o</b> <b>s</b>	<p>Primero tengamos en cuenta que hablar de Educación Integral implica no perder en cuenta tres áreas de desarrollo en el sujeto: el área afectiva, intelectual, y psicomotora; tres áreas que se corresponden a las energías naturales de las que habla Pestalozzi, corazón, espíritu, mano.</p>	<p>Cada una de estas etapas actúa en la formación de alguna de las áreas que constituyen la naturaleza humana (área afectiva, intelectual y psicomotora) en este caso, de cada uno de los miembros que confluyen en el grupo.</p>			
		<p>Por otro lado para diseñar el taller no debemos perder de vista nuestro concepto de competencia:</p>	<p>Las etapas de desarrollo deben presentarse, preponderantemente, en el orden de: Integración, Asimilación, Discusión y Creación, para alcanzar los objetivos de la Educación Integral.</p>			
		<p>Conjunto de habilidades y saberes, que el sujeto desarrolla, utiliza y/o combina en un contexto laboral determinado, con el objetivo de resolver problemas de manera responsable y a partir del entrenamiento (instrucción) más pertinente.</p>	<p>De esta forma veremos que la Integración, corresponde al área Afectiva, la Asimilación al área Intelectual, la Discusión al área Afectiva e Intelectual y la etapa de Creación, al área Psicomotora.</p>			
<b>H</b> <b>a</b> <b>b</b> <b>i</b> <b>l</b> <b>i</b> <b>d</b> <b>a</b> <b>d</b> <b>e</b> <b>s</b>	<b>C</b> <b>O</b> <b>M</b> <b>P</b> <b>E</b> <b>T</b> <b>E</b> <b>N</b> <b>C</b> <b>I</b> <b>A</b>	<p>Es por ello que este taller deberá tomar en cuenta la triada de la Educación Integral, misma que se propicia y procura, a través del entrenamiento, las habilidades y los saberes más pertinentes, para nuestra institución y nuestro contexto laboral.</p>	<p>Por otro lado, ésta Creación, se empata al concepto de Competencia: Un conjunto de habilidades y saberes, que el sujeto desarrolla, utiliza y/o combina en un contexto laboral determinado, con el objetivo de resolver problemas de manera responsable, y a partir del entrenamiento (instrucción) más pertinente.</p>			
		<p>Recordemos que nuestro concepto de Competencia se ha delineado desde el cognoscitivismo, ya que en ésta: el sujeto se concibe como un ser activo, capaz de procesar la información a partir de esquemas para aprender a solucionar problemas; en ésta el sujeto procesa las representaciones dentro de su sistema cognoscitivo general, lo que le facilita interpretaciones posteriores; por otro lado el cognoscitivismo requiere de una instrucción formalmente establecida, que presente de modo organizado y explícito la información que debe desequilibrar las estructuras pertinentes.</p>	<p>De esta forma - tomando en cuenta la Educación Integral y las Etapas de Desarrollo Grupal- tanto los sujetos como el grupo que conforman, se desarrollará armónicamente.</p>			
		<p><b>Ahora bien, puesto que los autores procedentes de la Teoría Cognitiva se han vertido tanto en el establecimiento del concepto Competencia, se considera pertinente ya no desarrollar más esta parte del instrumento – parte inferior izquierda - puesto que tal cruce de conceptos ya viene implícito en marco teórico, punto 2.2.3 Educación Basada en Competencias, desde el Cognoscitivismo), 2.2.4 Definición de Competencia.</b></p>	<p>Cada una de estas Etapas de Desarrollo actúa en la formación de alguna de las áreas que constituyen la naturaleza humana (área afectiva, intelectual y psicomotora). Por otro lado el Cognoscitivismo, desde donde se ha planteado nuestro concepto de Competencia, requiere de una instrucción formalmente establecida, que presente de modo organizado y explícito la información que debe desequilibrar las estructuras pertinentes. Por todo lo anterior es a partir de la instrucción formalmente establecida a través de la que se va a propiciar el desarrollo de Competencias, un desarrollo integral – y con interés hacia lo Cognitivo- tanto a nivel individual como grupal; y estas competencias, a su vez, tendrán que estar en concordancia con el contexto institucional y laboral.</p>			
<b>A</b> <b>u</b> <b>s</b> <b>u</b> <b>b</b> <b>e</b> <b>c</b> <b>L</b>	<b>C</b> <b>O</b> <b>G</b> <b>N</b> <b>O</b> <b>S</b> <b>C</b> <b>I</b> <b>T</b> <b>I</b> <b>V</b> <b>I</b> <b>S</b> <b>M</b> <b>O</b>	<p><b>Ahora bien, puesto que los autores procedentes de la Teoría Cognitiva se han vertido tanto en el establecimiento del concepto Competencia, se considera pertinente ya no desarrollar más esta parte del instrumento – parte inferior izquierda - puesto que tal cruce de conceptos ya viene implícito en marco teórico, punto 2.2.3 Educación Basada en Competencias, desde el Cognoscitivismo), 2.2.4 Definición de Competencia.</b></p>	<p><b>Esta parte de la tabla, tampoco será ya desarrollada- puesto que el cruce ya está abordado en los puntos 2.2.2 Teorías Cognoscitivistas, 2.2.3 Educación Basada en Competencias, desde el Cognoscitivismo, 2.2.4 Definición de Competencia.</b></p>			
		<p><b>Ahora bien, puesto que los autores procedentes de la Teoría Cognitiva se han vertido tanto en el establecimiento del concepto Competencia, se considera pertinente ya no desarrollar más esta parte del instrumento – parte inferior izquierda - puesto que tal cruce de conceptos ya viene implícito en marco teórico, punto 2.2.3 Educación Basada en Competencias, desde el Cognoscitivismo), 2.2.4 Definición de Competencia.</b></p>	<p><b>Esta parte de la tabla, tampoco será ya desarrollada- puesto que el cruce ya está abordado en los puntos 2.2.2 Teorías Cognoscitivistas, 2.2.3 Educación Basada en Competencias, desde el Cognoscitivismo, 2.2.4 Definición de Competencia.</b></p>			
		<p><b>Ahora bien, puesto que los autores procedentes de la Teoría Cognitiva se han vertido tanto en el establecimiento del concepto Competencia, se considera pertinente ya no desarrollar más esta parte del instrumento – parte inferior izquierda - puesto que tal cruce de conceptos ya viene implícito en marco teórico, punto 2.2.3 Educación Basada en Competencias, desde el Cognoscitivismo), 2.2.4 Definición de Competencia.</b></p>	<p><b>Esta parte de la tabla, tampoco será ya desarrollada- puesto que el cruce ya está abordado en los puntos 2.2.2 Teorías Cognoscitivistas, 2.2.3 Educación Basada en Competencias, desde el Cognoscitivismo, 2.2.4 Definición de Competencia.</b></p>			
<b>V</b> <b>i</b> <b>g</b> <b>o</b> <b>r</b> <b>s</b> <b>k</b> <b>i</b> <b>i</b>	<b>P</b> <b>i</b> <b>a</b> <b>g</b> <b>e</b> <b>t</b>	<p><b>Ahora bien, puesto que los autores procedentes de la Teoría Cognitiva se han vertido tanto en el establecimiento del concepto Competencia, se considera pertinente ya no desarrollar más esta parte del instrumento – parte inferior izquierda - puesto que tal cruce de conceptos ya viene implícito en marco teórico, punto 2.2.3 Educación Basada en Competencias, desde el Cognoscitivismo), 2.2.4 Definición de Competencia.</b></p>	<p><b>Esta parte de la tabla, tampoco será ya desarrollada- puesto que el cruce ya está abordado en los puntos 2.2.2 Teorías Cognoscitivistas, 2.2.3 Educación Basada en Competencias, desde el Cognoscitivismo, 2.2.4 Definición de Competencia.</b></p>			
		<p><b>Ahora bien, puesto que los autores procedentes de la Teoría Cognitiva se han vertido tanto en el establecimiento del concepto Competencia, se considera pertinente ya no desarrollar más esta parte del instrumento – parte inferior izquierda - puesto que tal cruce de conceptos ya viene implícito en marco teórico, punto 2.2.3 Educación Basada en Competencias, desde el Cognoscitivismo), 2.2.4 Definición de Competencia.</b></p>	<p><b>Esta parte de la tabla, tampoco será ya desarrollada- puesto que el cruce ya está abordado en los puntos 2.2.2 Teorías Cognoscitivistas, 2.2.3 Educación Basada en Competencias, desde el Cognoscitivismo, 2.2.4 Definición de Competencia.</b></p>			
		<p><b>Ahora bien, puesto que los autores procedentes de la Teoría Cognitiva se han vertido tanto en el establecimiento del concepto Competencia, se considera pertinente ya no desarrollar más esta parte del instrumento – parte inferior izquierda - puesto que tal cruce de conceptos ya viene implícito en marco teórico, punto 2.2.3 Educación Basada en Competencias, desde el Cognoscitivismo), 2.2.4 Definición de Competencia.</b></p>	<p><b>Esta parte de la tabla, tampoco será ya desarrollada- puesto que el cruce ya está abordado en los puntos 2.2.2 Teorías Cognoscitivistas, 2.2.3 Educación Basada en Competencias, desde el Cognoscitivismo, 2.2.4 Definición de Competencia.</b></p>			
<b>G</b> <b>e</b> <b>s</b> <b>t</b> <b>a</b> <b>i</b> <b>t</b>	<b>G</b> <b>e</b> <b>s</b> <b>t</b> <b>a</b> <b>i</b> <b>t</b>	<p><b>Ahora bien, puesto que los autores procedentes de la Teoría Cognitiva se han vertido tanto en el establecimiento del concepto Competencia, se considera pertinente ya no desarrollar más esta parte del instrumento – parte inferior izquierda - puesto que tal cruce de conceptos ya viene implícito en marco teórico, punto 2.2.3 Educación Basada en Competencias, desde el Cognoscitivismo), 2.2.4 Definición de Competencia.</b></p>	<p><b>Esta parte de la tabla, tampoco será ya desarrollada- puesto que el cruce ya está abordado en los puntos 2.2.2 Teorías Cognoscitivistas, 2.2.3 Educación Basada en Competencias, desde el Cognoscitivismo, 2.2.4 Definición de Competencia.</b></p>			
		<p><b>Ahora bien, puesto que los autores procedentes de la Teoría Cognitiva se han vertido tanto en el establecimiento del concepto Competencia, se considera pertinente ya no desarrollar más esta parte del instrumento – parte inferior izquierda - puesto que tal cruce de conceptos ya viene implícito en marco teórico, punto 2.2.3 Educación Basada en Competencias, desde el Cognoscitivismo), 2.2.4 Definición de Competencia.</b></p>	<p><b>Esta parte de la tabla, tampoco será ya desarrollada- puesto que el cruce ya está abordado en los puntos 2.2.2 Teorías Cognoscitivistas, 2.2.3 Educación Basada en Competencias, desde el Cognoscitivismo, 2.2.4 Definición de Competencia.</b></p>			
		<p><b>Ahora bien, puesto que los autores procedentes de la Teoría Cognitiva se han vertido tanto en el establecimiento del concepto Competencia, se considera pertinente ya no desarrollar más esta parte del instrumento – parte inferior izquierda - puesto que tal cruce de conceptos ya viene implícito en marco teórico, punto 2.2.3 Educación Basada en Competencias, desde el Cognoscitivismo), 2.2.4 Definición de Competencia.</b></p>	<p><b>Esta parte de la tabla, tampoco será ya desarrollada- puesto que el cruce ya está abordado en los puntos 2.2.2 Teorías Cognoscitivistas, 2.2.3 Educación Basada en Competencias, desde el Cognoscitivismo, 2.2.4 Definición de Competencia.</b></p>			

De este tercer nivel surge directamente la Tabla: Planeación Teórico-Didáctica, **primera fuente**. Ésta se va a desarrollar, con el propósito de ubicar los conceptos teóricos, hacia cada una de las sesiones del taller. Este es el modelo.

Por otro lado, el instrumento nos ayuda a identificar cómo se va a llegar al logro de la competencia (concebida desde el marco del cognoscitividad), y cómo se visualiza el crecimiento – del estudiante y del grupo de trabajo – en el Taller.

Este instrumento, desarrollado, hacia cada una de las sesiones, es un paso previo a la generación de las cartas descriptivas.

#### **3.2.1.2.3.1 Tabla: Planeación teórico-didáctica (modelo)**

MFS:		
SFIMAYA:		
CLASE:		
TEMA:		
SUBTEMA:		
TIEMPO SESIÓN:	TIEMPO SUMATORIA:	
OTROS:		
EVALUACIÓN: DIAGNÓSTICA:	FORMATIVA:	SUMARIA:

TEORÍA PEDAGÓGICA

TEORÍA DEL APRENDIZAJE	EDUCACIÓN INTEGRAL			ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL			
	A. INTELIGENCIAL	A. PSICOMOTORA	A. AFECTIVA	INTEGRACIÓN	ASIMILACIÓN	DISCUSIÓN	CREACIÓN
CONCEPTOS							
OBJETOS DE APRENDIZAJE							
MÉTODOS							

Como se puede ver, al modelo se le adicionan identificadores como:

- Los de identificación institucional:

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES,  
 ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE**

- Los de identificación por cada sesión:

<b>MES:</b>			
<b>SEMANA:</b>			
<b>CLASE:</b>			
<b>TEMA:</b>			
<b>SUBTEMA:</b>			
<b>TIEMPO SESIÓN:</b>		<b>TIEMPO SUMATORIA:</b>	
<b>OTROS:</b>			
<b>EVALUACIÓN:</b>	<b>DIAGNÓSTICA</b>	<b>FORMATIVA</b>	<b>SUMARIA</b>

Es importante observar que los espacios del Área Afectiva – y sus correspondientes cruces – se encuentran con líneas punteadas. Esto quiere decir que dicha área ‘puede o no’ desarrollarse; lo anterior – área afectiva – forma parte de nuestros postulados teóricos, sin embargo, no es objetivo de esta tesis trabajar explícitamente sobre dicho componente.

### 3.2.2 Segunda fuente. Tabla: Planeación horaria

El diseño de esta tabla parte del programa oficial de la materia, en lo que refiere específicamente a **tiempo**.

Por otro lado, el desarrollo de la misma parte de:

- El programa que se propone a la materia: los objetivos, temas, subtemas<sup>149</sup>; la competencia general y las competencias transversales, ahí señaladas.
- La visión de la Educación Basada en Competencias, misma que pide una dinámica– tiempos y formas- siempre orientada hacia la generación de productos;
- así como al alcance de la Competencia General,
- a condición de competencias transversales específicas.

### **3.2.2.1 Diseño de la Tabla: Planeación horaria**

La matriz se generó a una entrada, la entrada de las  $x$ , donde se establecieron las categorías:

- Mes
- Semana
- Sesión
- Tema
- Subtema
- Objetivo General del Taller (Programa Propuesto)
- Objetivo Particular (Sesión)
- Objetivo Específico (Tarea-Alumno)
- Objetivo Específico (Sesión-Grupo)
- Carga Horaria por Tema
- Carga Horaria Total (Programa Oficial de la Materia)

---

<sup>149</sup> Respecto al programa propuesto ver punto ver punto 1.7.1.2

- Carga Horaria Competencia Teórica (Transversal)
- Carga Horaria Competencia Metodológica (Transversal)
- Carga Horaria Competencia Técnica (Transversal)

Las tres primeras categorías: **Mes, Semana, Sesión**, surgen de la sistematización horaria que ya marca el programa oficial de la materia, en el que se establece que será un curso de 64 horas.

La categoría **Tema** son los Contenidos Mínimos marcados en el programa propuesto; mismos que son abordados a través de cada **Subtema**<sup>150</sup>.

Posteriormente estarán las categorías: **Objetivo General del Taller (Programa Propuesto), Objetivo Particular**, que se marcará por sesión; y los **Objetivos Específicos (Tarea-Alumno y Sesión-Grupo)**.

Posteriormente está **Carga Horaria por Tema**. Esta categoría nos ayuda a tener control sobre la distribución temporal de cada uno de los temas; y **Carga Horaria total (Programa Oficial de la Materia)**, esta categoría nos ayuda a tener control sobre la sumatoria de las sesiones.

---

<sup>150</sup> Para el establecimiento de los Subtemas, específicamente en los temas tres, cuatro y cinco: Investigación de Mercado, Publicitaria y de Auditorios, nos auxiliaremos de lo que plantea Sánchez Puentes. Ver punto 2.2.4.3.2, donde se habla de la Arquitectura de la Investigación.

También ubicaremos **Carga Horaria Competencia Teórica (Transversal)**, esta categoría nos muestra la carga que le estamos dando implícitamente a dicha competencia; lo mismo se especifica en las dos categorías subsecuentes: **Carga Horaria Competencia Metodológica (Transversal)** y **Carga Horaria Competencia Técnica (Transversal)**.

Se desarrolló una sola Tabla, misma que nos apoyó al momento de establecer las Cartas Descriptivas.

### 3.2.2.1.1 Modelo General de la Tabla

Mes	Semana	Sesión	Tema	Subtema	Objetivo General Taller (Programa Propuesto)	Objetivo Particular (Sesión)	Objetivo Específico (Tarea- Alumno)	Objetivo Específico (Sesión- Grupo)	Carga horaria por Tema	Carga horaria total (Programa Oficial de la Materia)	Carga horaria Competencia Teórica (Transversal)	Carga horaria Competencia Metodológica (Transversal)	Carga horaria Competencia Teórica (Transversal)
		Sesión 1											
		Sesión 2											
		Sesión 3											
		Sesión N... (32 sesiones)											

### 3.2.2.1.2 Presentación de la tabla en el Anexo II

La Tabla se presenta segmentada en 10 hojas puesto que es un instrumento de amplia extensión. A continuación – y con el propósito de que el lector ubique la distribución de los contenidos en el Anexo II - se hace el trazo de cada hoja.

Mes	Semana	Sesión	Tema	Subtema	Objetivo General Taller (Programa Propuesto)	Objetivo Particular (Sesión)	Objetivo Especifico (Tarea- Alumno)	Objetivo Especifico (Sesión- Grupo)	Carga horaria por Tema	Carga horaria total (Programa Oficial de la Materia)	Carga horaria Competencia Teórica (Transversal)	Carga horaria Competencia Metodológica (Transversal)	Carga horaria Competencia Teórica (Transversal)
1	1	1											
		2											
	2	3											
		4	<b>Hoja 1</b>							<b>Hoja 6</b>			
	3	5											
		6											
	4	7											
		8											
2	5	9											
		10											
	6	11	<b>Hoja 2</b>							<b>Hoja 7</b>			
		12											
	7	13											
		14											
	8	15											
		16											
3	9	17	<b>Hoja 3</b>							<b>Hoja 8</b>			
		18											
	10	19											
		20											
	11	21											
		22											
	12	23	<b>Hoja 4</b>							<b>Hoja 9</b>			
		24											
4	13	25											
		26											
	14	27											
		28											
	15	29	<b>Hoja 5</b>							<b>Hoja 10</b>			
		30											
	16	31											
		32											

### 3.2.3 Diseño y desarrollo de la carta descriptiva

Una vez que se diseñaron y alimentaron estos dos **instrumentos fuente** “Tabla: planeación teórico-didáctica” y “Tabla: planeación horaria”, se hizo el diseño y desarrollo de las Cartas Descriptivas.

#### 3.2.3.1 Diseño de la Carta

Las cartas descriptivas pretenden ser una guía para el coordinador (a) y/o para cualquier interesado (a) en desarrollar el Taller de Investigación Aplicada, un taller basado en la Educación Basada en Competencias. Cabe destacar que la Carta representa la concreción de todos los elementos: marco teórico, histórico-referencial, así como de los instrumentos metodológicos (las dos fuentes arriba descritas). A continuación se describen cada uno de los elementos que componen la carta:

- La carta incluye titulares de identificación institucional:

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES,  
ACATLÁN  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
NOVENO SEMESTRE**

- Titulares de identificación por sesión:

<b>MES:</b>			
<b>SEMANA:</b>			
<b>CLASE:</b>			
<b>TEMA:</b>			
<b>SUBTEMA:</b>			
<b>TIEMPO SESIÓN:</b>		<b>TIEMPO SUMATORIA:</b>	
<b>OTROS:</b>			
<b>EVALUACIÓN:</b>	<b>DIAGNÓSTICA</b>	<b>FORMATIVA</b>	<b>SUMATIVA</b>

Como podemos ver, aquí también se marca si en la sesión se hará algún tipo de evaluación.

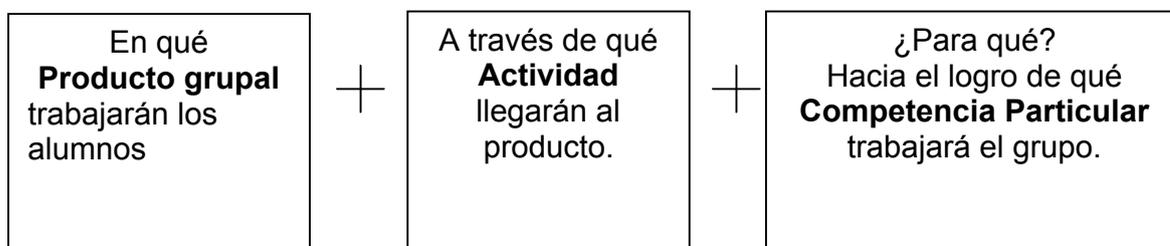
Estos datos de identificación provienen directamente de las primeras cinco categorías del instrumento: **Tabla: Planeación Horaria.**

Al lado derecho de los titulares de identificación por sesión encontraremos los identificadores que nos permitirán ver qué competencia transversal estamos trabajando y en qué etapa de desarrollo grupal nos encontramos.

<b>COMPETENCIA TRANSVERSAL</b>	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	
	TÉCNICA	
<b>ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL</b>	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	
	CREACIÓN	

Bajo a estos cuadros identificadores encontraremos el cuadro correspondiente al Objetivo Particular, uno por cada sesión. Este objetivo se retoma, también correspondientemente a cada sesión, en el instrumento: **Tabla: Planeación horaria.**

**El Objetivo Particular** cuenta a su vez con una fórmula:



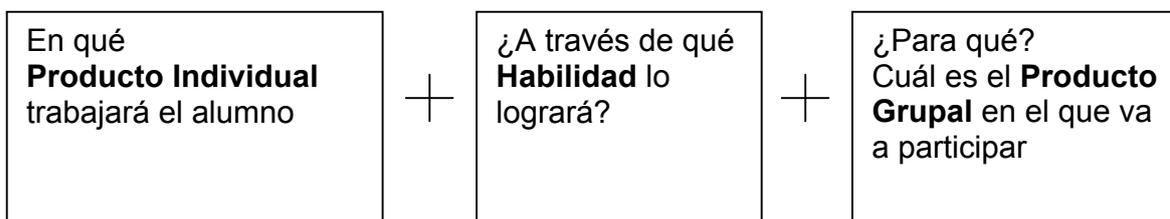
El Producto Grupal y la Actividad, provienen de lo establecido en la Tabla: planeación teórico-didáctica; la competencia por su parte, proviene de la Tabla: Planeación horaria, así como del programa propuesto para el taller.

Después del Objetivo Particular, encontraremos los Objetivos Específicos; son dos tipos, uno perteneciente al alumno y otro al grupo:

- El Objetivo Específico que pertenece al alumno, tiene la calidad de ser previo a la sesión, o bien, de **tarea**.
- El Objetivo Específico perteneciente al grupo, será específicamente para desarrollarse en el tiempo de **sesión**.

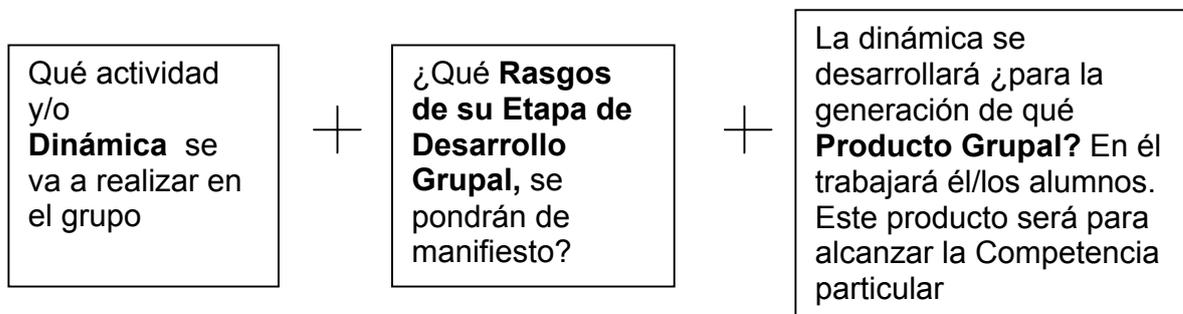
Cada uno de estos objetivos también cuenta con su propia fórmula:

#### Objetivo Específico (tarea-alumno)



A los tres componentes los ubicamos en la Tabla: Teórica Didáctica, a cada sesión le corresponde una tabla, por ello hay 32 tablas de este tipo.

#### Objetivo Específico (sesión-grupo)



A los tres componentes los ubicamos en la Tabla: Planeación Teórico Didáctica, a cada sesión le corresponde una tabla, por ello hay 32 tablas de este tipo. Pondremos un ejemplo para ubicar la concreción de las tres fórmulas que acabamos de describir:

Ejemplo de la sesión 6:

<b>Objetivo</b>	<b>Ejemplo (Sesión 6)</b>
Objetivo General del Taller:	El alumno será capaz de practicar las técnicas de la Investigación Aplicada, en los estudios mercadológicos.
Objetivo Particular (de una sesión)	Elaborar una Agenda y estrategia de trabajo, lo anterior a través de un "Torbellino de Ideas" y un "Grupo de Discusión", lo que le permitirá alcanzar la competencia metodológica para la investigación de mercado.
Objetivo Específico (del alumno)	A través de su habilidad para resolver problemas académicos, así como para elaborar diseños de investigación, el alumno (a) propondrá tema y/o cliente de trabajo; lo anterior se pondrá de manifiesto en la elaboración de la "Agenda" de trabajo.
Objetivo Específico (del grupo)	Los alumnos elaborarán una "Agenda" y Estrategia de trabajo, esto a través de la actividad "Torbellino de Ideas" y "Pequeño Grupo de Discusión", para ello será necesario tomar en cuenta los intereses y necesidades de cada miembro, así como propiciar la colaboración, el sentido de responsabilidad y trabajo en equipo.

Por sus analogías, bajo el enfoque de Competencias:

<b>Ejemplo</b>	<b>Competencia</b>	<b>Competencia Transversal</b>
<p><b>Objetivo General</b> El alumno será competente para desarrollar investigación mercadológica (de mercado, publicitaria y de auditorios), con base a la teoría, metodología y técnica más pertinente.</p>	<b>Competencia General</b>	Teórica, Metodológica, Técnica
<p><b>Objetivo Particular</b> Elaborar una Agenda y estrategia de trabajo, lo anterior a través de un "Torbellino de Ideas" y un "Grupo de Discusión", lo que le permitirá alcanzar la competencia metodológica para la investigación de mercado.</p>	<b>Competencia Particular</b>	Metodológica
<p><b>Objetivo Específico (alumno)</b> A través de su habilidad para resolver problemas académicos, así como para elaborar diseños de investigación, el alumno (a) propondrá tema y/o cliente de trabajo; lo anterior se pondrá de manifiesto en la elaboración de la "Agenda" de trabajo.</p>		Metodológica
<p><b>Objetivo Específico (grupo)</b> Los alumnos elaborarán una "Agenda" y Estrategia de trabajo,</p>		Metodológica

<p>esto a través de la actividad "Torbellino de Ideas" y "Pequeño Grupo de Discusión", para ello será necesario tomar en cuenta los intereses y necesidades de cada miembro, así como propiciar la colaboración, el sentido de responsabilidad y trabajo en equipo</p>		
--	--	--

Debemos puntualizar que la integración de los objetivos busca como resultado la construcción de la competencia general. Es así que integrar los objetivos específicos, nos permitirá construir una competencia particular, e integrar a éstas nos dará por resultado la competencia general del taller.

Del diseño de la Carta también se resalta que bajo los objetivos específicos - tarea-alumno, sesión-grupo - se hallará un espacio para las Especificaciones, mismas que pretenden aclarar la actividad que desarrolla tanto el alumno como el coordinador (a). Esta información sólo se plasma en la Carta Descriptiva, que es susceptible de ser modificada por el (la) coordinador (a).

### **3.2.3.2 Dinámica de la Carta**

Especifiquemos sobre la dinámica interna de la carta.

- La tabla tiene una dinámica centrada en la producción: de manera individual y de manera grupal. Por ello cada objetivo planteado, nos lleva a la concreción de productos específicos – individuales y grupales – así como al logro de las competencias particulares; es decir, cada carta descriptiva es copartícipe para que el (los) alumnos logren

investigación mercadológica: de mercado, publicidad y/o audiencia, etc., a través del desarrollo de competencias transversales: teóricas, metodológicas y técnicas.

- El “**Producto Final**” que se establece para el alumno, así como para el grupo, será siempre el mismo en cada una de las sesiones.
- Recordemos que el llenado de cada Carta parte de los **instrumentos fuente**. Las dos tablas ya descritas; y éstos a su vez parten del marco teórico y referencial que se ha conformado y al cual nos enfrentamos, respectivamente.

A continuación se presenta el modelo de carta descriptiva. Pero las cartas descriptivas, ya desarrollada, se ubican en el Marco Técnico. Punto 4.2.

### **3.2.3.3 Modelo Carta Descriptiva**

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:			
SEMANA:			
CLASE:			
TEMA:			
SUBTEMA:			
TIEMPO SESIÓN:		TIEMPO SUMATORIA:	
OTROS:			
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA	FORMATIVA	SUMATIVA

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	
	TÉCNICA	
ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	
	CREACIÓN	

OBJETIVO PARTICULAR:		
¿Qué?	¿A través de qué?	¿Para qué? competencia particular

OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):

OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
PREVIO (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa de Desarrollo Grupal	¿Qué? o ¿para qué? Producto grupal
CONSECUENTE (CLASE)		

ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)

ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)

### **3.3 Notas sobre la estructura del taller**

En el desarrollo del anexo metodológico número II se observará:

- Que las primeras siete sesiones se desarrollarán mediante la actividad “Seminario”;
- que de la sesión ocho a la quince el tema será Investigación de Mercado;
- que de la sesión 16 a la 22 el tema será Investigación Publicitaria;
- se observará también que de la 23 a la 28 el tema será Investigación de Auditorios;
- que en la sesión siete ya se deberá tener cliente o tema de investigación.

### **Cierre del Capítulo**

En este capítulo se describió la composición y desarrolló de los instrumentos que permitieron diseñar el Taller de Investigación Aplicada II. Una propuesta desde el modelo de Educación Basada en Competencias, mismo que como ya se mencionó, se manifiesta en dos productos: la presentación del taller y las cartas descriptivas.

La elaboración de dichos productos es el resultado de un proceso de selección, sistematización y uso de los referentes históricos y teóricos, sobre todo los que refieren a la caracterización de la EBC, así como de las etapas de desarrollo grupal; elementos que permiten establecer un marco de instrucción y de operatividad de la Educación Basada en Competencias, así como, partir de un modelo de comunicación en el aula para visualizar el crecimiento y maduración el grupo de trabajo.

Pero, cómo es el Taller de Investigación Aplicada, a quién está dirigido, cómo sería trabajado por un (a) coordinador (a). A continuación, pasaremos al último capítulo de este trabajo, al llamado Marco Técnico, en él se encontrará la Presentación del Taller y las Cartas Descriptivas, lo que constituye en sí el producto de este trabajo.



## **Capítulo Cuatro**



## Mapa Conceptual del Capítulo Cuatro

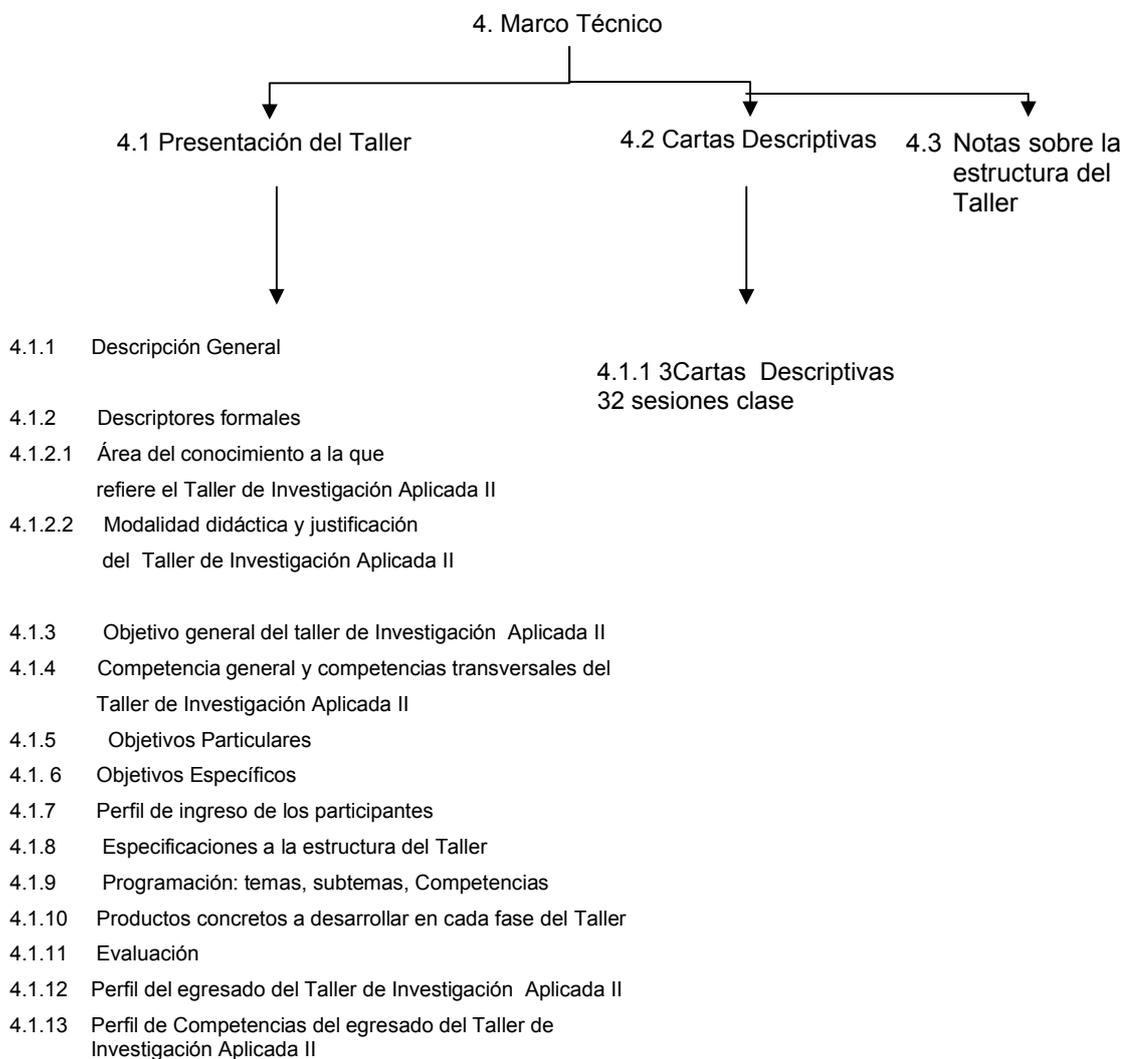


Figura 4.1  
PGL



## **4. Marco Técnico**

En este capítulo se encontrará la Presentación y las Cartas Descriptivas del Taller de Investigación Aplicada II. Una propuesta desde el Modelo de Educación Basada en Competencias. La Presentación es una descripción en lenguaje accesible, y que funcione para divulgar la propuesta; por otro lado, las Cartas Descriptivas son básicamente para uso del coordinador (a) del Taller.

Se encontrará en las los puntos que componen la Presentación que algunos de éstos son los mismos que abordan los programas oficiales de las materias que componen la Licenciatura en Comunicación, como son: Título, Calidad, Ubicación y Características Didácticas, Clave, Carga Horaria, Contenidos Mínimos, Área del Conocimiento, Modalidad, etc.

### **4.1 Presentación del Taller**

#### **4.1.1 Descripción General**

El Taller de Investigación Aplicada II está dirigido a los estudiantes de Comunicación, específicamente a los alumnos de noveno semestre, que se encuentran cursando la Preespecialidad de Investigación y Docencia.

Este taller de investigación se enfoca en el desarrollo de tres tipos de investigación aplicada: Investigación de mercado, Investigación Publicitaria, Investigación de auditorios, que agrupadas forman parte de la llamada Investigación Mercadológica, un tipo de investigación aplicada que se torna imprescindible en todas las empresas productoras de bienes y servicios que buscan insertarse entre los consumidores.

Pero a qué tipo de consumidores nos estaríamos refiriendo, cómo y dónde encontrarlos, qué venderles, con qué características; dónde hacer la difusión de los productos y/o servicios; qué tipo de respuesta esperamos en los auditorios, y finalmente, cómo presentar los resultados de investigación a nuestros clientes. Esas son algunas de las interrogantes que el Taller, a través del desarrollo de investigación en casos reales, se van a aclarar.

Por otro lado, es importante señalar que el Taller de Investigación Aplicada que aquí se ofrece se perfila como un espacio de oportunidad para aquellos que ven en la investigación un producto redituable económicamente - pues las actividades permitirán a los participantes generar un producto vendible, así como buscar y trabajar para un cliente- pero no sólo eso sino que también este taller se presenta como el espacio idóneo para aquellos quienes desean acrecentar sus habilidades para planear y desarrollar proyectos de investigación aplicada.

No por nada, esta propuesta se diseñó bajo el enfoque de Educación Basada en Competencias, el Modelo Educativo que se interesa por lograr que el sujeto desarrolle habilidades, que tenga conocimientos, que se entrene en el uso de herramientas específicas para su desempeño profesional, en este caso para el comunicador que se interesa por su inserción laboral en áreas de la mercadotecnia y la publicidad.

#### **4.1.2 Descriptores formales**

El Taller que aquí se ofrece no es propuesto de manera extracurricular, sino que se enlaza al curriculum. A continuación veremos su propuesta programática:

- **Título de la asignatura:** Investigación Aplicada II
- **Calidad de:** Seriación (materia seriada)
- **Ubicación y características didácticas:**

Clave: (T4 P C8) AT

Créditos: 8

Ubicación: 9°

Carácter: OBLIG-PID

Área: Teórica

S. Didáctica: T

S. Evaluación: T

- **Carga horaria**

<b>HORAS</b>	<b>SEMANAL</b>	<b>SEMESTRAL</b>
Teóricas		12
Metodológicas		46
Técnicas		6
<b>TOTALES</b>		<b>64</b>

- **Contenidos Mínimos:**

1. Investigación Aplicada. Comunicación y Mercado (4 horas)
2. Estudios Mercadológicos (8 horas)
3. Investigación de Mercado (18 horas)
4. Investigación Publicitaria (14 horas)
5. Investigación de Auditorios (14 horas)
  - Presentación de resultados (6 horas)

#### **4.1.2.1 Área del conocimiento a la que refiere el Taller de Investigación Aplicada II**

Como se puede ver el Taller tiene una fuerte carga horaria para el desarrollo de actividades para el área metodológica, no así como para el área teórica. Es por ello que gran parte del tiempo que dura este Taller, se estará trabajando con el aspecto metodológico, más que el teórico, o técnico. No por nada el área de conocimiento en la que se inserta esta propuesta es la metodológica.

#### **4.1.2.2 Modalidad didáctica y justificación del Taller de Investigación Aplicada II**

Por otro lado la modalidad didáctica en que se trabaja es la de “Taller” puesto que ésta se basa en promover las prácticas constantes, el ejercicio de las habilidades conductuales para obtener la eficacia, la facilidad, la rapidez y viabilidad de las rutinas.

Características que se tornan más que imprescindibles cuando buscamos un espacio para construir proyectos de investigación aplicada, así como desarrollar nuestra habilidad para investigar.

#### **4.1.3 Objetivo general del taller de Investigación Aplicada II**

Este Taller tiene por objetivo general, lograr que el participante sea capaz de practicar las técnicas de la investigación aplicada, en los Estudios Mercadológicos.

#### **4.1.4 Competencia general y competencias transversales del taller de Investigación Aplicada II**

Así mismo, este espacio dará la posibilidad de movilizar conocimientos previos sobre la comunicación, la investigación aplicada y diversas metodológicas; así mismo, le permitirá conocer sobre la investigación mercadológica, acrecentar la habilidad para investigar y desarrollar investigación con rigor metodológico. Es por ello que al finalizar el Taller:

El alumno será competente para desarrollar investigación mercadológica (de mercado, audiencia y publicitaria), con base a la **teoría, metodología y técnica** más pertinente.

Puesto que estos tres elementos, competencia teórica, metodológica y técnica:

- serán las necesarias para la correcta ejecución de los productos que aquí se generen
- y no se constituirán como el fin en sí mismo, sino como el medio para lograr un producto final competente.

#### **4.1.5 Objetivos particulares**

El taller está compuesto por 32 sesiones, lo que corresponde a un total de 32 objetivos particulares, y éstos tienen un ordenamiento que permitirá la integración de intereses y necesidades. Mismas que se cumplirán de manera creciente al finalizar el taller.

#### **4.1.6 Objetivos específicos**

El diseño de este taller se interesa porque cada estudiante se desarrolle de manera integral, y que al mismo tiempo, trabaje por la concreción y generación de productos competentes de manera armoniosa y sistemática entre los demás miembros del grupo.

Es por ello que la búsqueda constante y la participación activa de todos quienes conformen el taller será la cónclave para acrecentar la calidad y pertinencia de la investigación aquí generada.

No por nada el taller contempla actividades que el alumno hará de tarea (previo a la sesión); y actividades que se harán en la sesión misma, con todo el grupo de trabajo<sup>151</sup>.

#### **4.1.7 Perfil de ingreso de los participantes**

El Taller será coordinado por un docente que tenga conocimiento sobre la Educación Basada en Competencias, sobre sus postulados cognitivos y sus intereses. A la vez, el docente coordinador será más bien un facilitador de las experiencias de aprendizaje y no un director impositivo.

El coordinador (a) también deberá manifestar claro interés en el proceso de la investigación y en la didáctica de la investigación, así como, contar con

---

<sup>151</sup> Podemos señalar aquí que las actividades que realiza el alumno están expresadas como Objetivos Específicos (tarea); y las que realiza todo el grupo como Objetivos Específicos (sesión). Se cuenta por lo tanto con 32 objetivos específicos para el individuo; y 32 para el grupo de trabajo, a cumplir en las 32 sesiones del Taller.

experiencia en el ámbito de la investigación aplicada, preferentemente en el área de la investigación mercadológica.

Por otro lado todo participante del taller, deberá tener interés hacia la investigación y sus procesos, tanto formales como creativos. También deberá tener habilidad para la búsqueda, análisis y sistematización de la información; así como conocimiento sobre los fundamentos referenciales, teórico-epistemológicos de la Comunicación. También resulta importante que el alumno ya cuente con el manejo y conocimientos para la generación de mapas y redes, conceptuales y semánticos; de modelos, tablas de especificaciones, instrumentos de investigación cuantitativa y cualitativa, manejo de géneros periodísticos y de presentaciones en power point (lo que le permitirá generar informes de investigación más atractivos).

Finalmente, en el Taller se precisa de sujetos curiosos, creativos, interesados y comprometidos con su profesión, consigo mismos y con su entorno.

#### **4.1.8 Especificaciones a la estructura del Taller**

El taller cuenta con cinco temas:

Los dos primeros se desarrollan fundamentalmente mediante la estrategia didáctica de Seminario, y los cuatro siguientes mediante diversas actividades que se especificarán en las Cartas Descriptivas. Los cinco forman parte de una sola unidad: el Taller de Investigación Aplicada II.

Los dos primeros temas se enfocan fundamentalmente a buscar la competencia Teórica para el desarrollo de la Investigación Mercadológica; los temas tres, cuatro y cinco, corresponden a aspectos de inserción laboral en

los que el egresado de Comunicación podría incursionar: investigación de mercado, investigación de auditorio, investigación publicitaria. Estos tres temas – en conjunto – hacen énfasis en la competencia Metodológica (transversal).

Al finalizar estos temas se hará la **Presentación de Resultados** y será el momento de manifestar la competencia técnica, para presentar información mercadológica; aquí se harán presentaciones de tipo ejecutivo (hacia un cliente).

#### **4.1.9 Programación: temas, subtemas y competencias**

**Como ya se señaló en el taller se abordan los siguientes Contenidos mínimos:**

1. Investigación Aplicada. Comunicación y Mercado (4 horas)
2. Estudios Mercadológicos (8 horas)
3. Investigación de Mercado (18 horas)
4. Investigación Publicitaria(14 horas)
5. Investigación de Auditorios (14 horas)
  - Presentación de resultados (6 horas)

Cabe anotar que específicamente el punto tres, cuatro y cinco, se desglosan en seis subtemas, mismos que refieren a:

1. Conocimiento del entorno, problematización y construcción de observables
2. Fundamentación teórica y/o conceptual
3. Control empírico (diseño y pilotaje)
4. Control empírico (desarrollo)

5. Control empírico (análisis de resultados)
6. Investigación Publicitaria (entrega de resultados)

En el siguiente cuadro observaremos los Temas, Subtemas y a qué Competencia (transversal), se hará hincapié:

<b>TEMA</b>	<b>SUBTEMA</b>	<b>COMPETENCIA TRANSVERSAL</b>
1. Investigación Aplicada. Comunicación y Mercado	1.1 Investigación aplicada. Presentación y organización del Taller 1.2 Investigación Aplicada, Comunicación y Mercado	Teórica
2. Estudios Mercadológicos	2.1. Estudios mercadológicos. 2.2 Tres tipos de investigación mercadológica	Teórica
3. Investigación de Mercado	<b>3.1. Conocimiento del entorno</b> <b>3.2 Problematización</b> <b>3.3 Problematización y construcción de observables</b> <b>3.4 Fundamentación teórica y/o conceptual</b> <b>3.5 Control empírico (diseño y pilotaje)</b> <b>3.6 Control empírico (desarrollo)</b> <b>3.7 Control empírico (análisis de resultados)</b> <b>3.8 Investigación de Mercado (entrega de resultados)</b>	Metodológica
4. Investigación Publicitaria	<b>4.1.- Conocimiento del entorno, problematización y construcción de observables</b> <b>4.2 Fundamentación teórica y/o conceptual</b> <b>4.3 Control empírico (diseño y pilotaje)</b> <b>4.4 Control empírico (desarrollo)</b> <b>4.5 Control empírico (análisis de resultados)</b> <b>4.6 Investigación de Auditorio</b>	Metodológica

	<b>(entrega de resultados)</b>	
5. Investigación de Auditorios	<b>5.1 Conocimiento del entorno, problematización y construcción de observables</b> <b>5.2 Fundamentación teórica y/o conceptual</b> <b>5.3 Control empírico (diseño y pilotaje)</b> <b>5.4 Control empírico (desarrollo)</b> <b>5.5 Control empírico (análisis de resultados)</b> <b>5.6 Investigación Publicitaria (entrega de resultados)</b>	Metodológica
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación de resultados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparación (primera fase)</li> <li>• Preparación (segunda fase)</li> <li>• Presentación de los resultados</li> </ul>	Técnica

#### **4.1.10 Productos concretos a desarrollar en cada fase del Taller**

En el taller de Investigación Aplicada II se va a generar: investigación de mercado, investigación de auditorio e investigación publicitaria; así como la presentación de éstos: presentación ejecutiva.

#### **4.1.11 Evaluación**

La participación en este taller es evaluada en tres sentidos: una evaluación diagnóstica y formativa, así como sumativa. Las tres en conjunto nos permitirán no sólo establecer una calificación cuantitativa, sino estar en contacto con el avance, la pertinencia de los procesos, la calidad del desempeño y de los productos generados. Es por eso que la evaluación continua, tanto de cada participante así como del grupo de trabajo, permitirá generar un mejor ambiente de trabajo y un mejor trabajo.

Es importante resaltar que la investigación de mercado, la publicitaria y la de auditorios, son fundamento para la evaluación sumativa.

#### **4.1.1.2 Perfil del egresado del Taller de Investigación Aplicada II**

Al finalizar el Taller el alumno estará preparado para “efectuar investigaciones teóricas o de **teoría aplicada** a los diversos procesos comunicativos, como **los estudios de audiencia, de impacto, de mercado, etc.** En ellos aplicará **métodos y técnicas** de probado rigor científico”. Para ello habrá de potencializar sus habilidades para el trabajo en equipo, para la resolución de problemas, así como para realizar investigación de rigor, aplicando metodológicas cuantitativas y cualitativas, en la investigación aplicada (de mercado).

Lo anterior parte directamente del perfil del egresado por preespecialidades, de la Licenciatura en Comunicación y se enlaza con la oferta aquí descrita.

#### **4.1.1.3 Perfil de Competencias del egresado del Taller de Investigación Aplicada II**

También en concordancia con el perfil de la preespecialidad de investigación y docencia, el perfil de competencia del egresado del Taller de Investigación Aplicada II, es:

El alumno, al final del Taller, será competente para desarrollar investigación mercadológica (de mercado, publicitaria y de auditorios), con base a la teoría, metodología y técnica más pertinente.

Con esta perfil se le apuesta a que el individuo, sea competente para responder adecuadamente a los desafíos planteados por el entorno profesional del comunicador, un entorno que se diversifica y se extiende hacia el ámbito de la gestión organizacional, la publicidad, el marketing, la política, la educación.

#### **4.2 Cartas Descriptivas**

A continuación se anexan las Cartas Descriptivas Correspondientes al Taller de Investigación Aplicada II. Éstas están especialmente dirigidas al coordinador (a) del Taller.

**4.2.1 Cartas descriptivas**  
**32 sesiones clase**



**TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
NOVENO SEMESTRE**

<b>MES:</b>	1
<b>SEMANA:</b>	1
<b>CLASE:</b>	1
<b>TEMA:</b>	Investigación Aplicada. Comunicación y Mercado
<b>SUBTEMA:</b>	Investigación aplicada. Presentación y organización del trabajo
<b>TIEMPO SESIÓN:</b>	2   <b>TIEMPO SUMATORIA:</b> 2
<b>OTROS:</b>	
<b>EVALUACIÓN:</b>	DIAGNÓSTICA x   FORMATIVA   SUMATIVA

<b>COMPETENCIA TRANSVERSAL</b>	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	x
	TÉCNICA	

<b>ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL</b>	INTEGRACIÓN	x
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	
	CREACIÓN	

<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b>	Elaborar una "Agenda" de trabajo, a través de un "Pequeño Grupo de Discusión", todo ello con el objetivo de organizar el trabajo semestral, así como para desarrollar la competencia metodológica para desarrollar investigación aplicada (en Comunicación).		
	<b>¿Qué?</b> "Agenda" de trabajo	<b>¿A través de qué?</b> "Pequeño Grupo de Discusión"	<b>¿Para qué? competencia particular</b> Competencia metodológica para la investigación aplicada (en Comunicación)

**OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):**

**OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):**  
Los alumnos elaborarán una "Agenda" de trabajo, a partir de un "Pequeño Grupo de Discusión", lo anterior, a través de la creatividad, la colaboración y el respeto que requiere el trabajo en equipo.

<b>¿Qué? o ¿Para qué?</b> Producto individual	<b>¿A través de qué?</b> Habilidad	<b>¿Para qué?</b> Producto grupal
PREVIO (TAREA)		

<b>¿A través de qué?</b> Verbo, actividad	<b>¿A través de qué?</b> Rasgos etapa de Desarrollo Grupal	<b>¿Qué? o ¿para qué?</b> Producto grupal
- "Pequeño Grupo de Discusión".	- Promover la participación y la comunicación, mismas que permitan formentar en el alumno no un saber acumulado, sino un saber reflexivo. - Promover el aprendizaje activo, tomando en cuenta los intereses y necesidades de los miembros del grupo.	- "Agenda"
CONSECUENTE (CLASE)		

ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)

ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)

El coordinador (a) dará a conocer las tareas a desarrollar durante el taller, los temas, subtemas, objetivos y productos a entregar. Por otra parte asesorará en la generación de la "Agenda". En la actividad "Pequeño Grupo de Discusión" se buscará la integración de intereses y necesidades de los miembros del grupo, lo anterior beneficiará en los procesos de participación y la comunicación.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	1
SEMANA:	1
CLASE:	2
TEMA:	Investigación Aplicada. Comunicación y Mercado.
SUBTEMA:	Investigación Aplicada. Comunicación y Mercado.
TIEMPO SESIÓN:	2
TIEMPO SUMATORIA:	4
OTROS:	
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA    FORMATIVA    x    SUMATIVA

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	x
	METODOLÓGICA	
	TÉCNICA	
ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	x
	DISCUSIÓN	
	CREACIÓN	

<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b>	Elaborar un "Modelo" que represente la relación de los elementos investigación aplicada, comunicación y mercado, lo anterior a través de la actividad grupal denominada "Seminario"; lo anterior permitirá lograr la competencia teórica, para desarrollar investigación aplicada (en Comunicación).		
	¿Qué? "Modelo"	¿A través de qué? "Seminario"	¿Para qué? <b>competencia particular</b> Competencia teórica para la investigación aplicada (en Comunicación)

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):</b>	A través de su habilidad de síntesis, y argumentación, el alumno (a) elaborará un texto en el que aborde la relación Investigación Aplicada-Comunicación, lo anterior con el objetivo de establecer juicios que le ayuden en la construcción de un Modelo; por otro, a través de su habilidad para recolectar información, buscará tres conceptos de comunicación y tres conceptos de mercado, lo anterior le servirá para la construcción de dicho Modelo.
--	---

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):</b>	Los alumnos elaborarán un "Modelo" que represente la relación entre los elementos: investigación aplicada, comunicación y mercado, lo anterior a partir de la actividad denominada "Seminario", y con ayuda del trabajo desarrollado por cada alumno (conceptos y texto de tarea), así como de la intuición que les llevará a la posesión de conocimientos.
-------------------------------------	---

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
- Tres conceptos de comunicación y tres conceptos de mercado. - Argumento en donde aborde la relación Investigación Aplicada y Comunicación.	- Recolectar información - Seleccionar la información pertinente - Elaborar y presentar trabajos escolares de manera formal.	Modelo que represente la relación entre los elementos investigación aplicada, comunicación y mercado.
PREVIO (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa de Desarrollo Grupal	¿Qué? o ¿para qué? Producto grupal
- "Seminario" - "Pequeño Grupo de Discusión"	- Desarrollar el pensamiento y el razonamiento en los miembros del grupo a partir de la Intuición - Que asuman una actitud reflexiva, para que lleguen a la formulación del nuevo conocimiento.	Modelo que represente la relación entre los elementos investigación aplicada, comunicación y mercado.
CONSECUENTE (CLASE)		

ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)
El alumno (a) presenta tres conceptos de comunicación y tres de mercado; así como un Argumento (ensayo una hoja) sobre la relación investigación aplicada y comunicación.

ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)
Después de coordinar la actividad "Seminario", mismo que se realiza mediante la exposición de los conceptos que se investigaron de tarea, el coordinador (a) solicita un modelo donde se represente la relación entre los elementos investigación aplicada, comunicación y mercado; por otro lado a partir del Argumento que el alumno realizó de tarea, el (la) coordinador podrá hacer una evaluación formativa de cada alumno.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	1
SEMANA:	2
CLASE:	3
TEMA:	Estudios Mercadológicos
SUBTEMA:	Estudios Mercadológicos
TIEMPO SESIÓN:	2
TIEMPO SUMATORIA:	6
OTROS:	
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA    FORMATIVA    SUMATIVA

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	x
	METODOLÓGICA	
	TÉCNICA	

ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	x
	DISCUSIÓN	
	CREACIÓN	

<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b>	Integrar las conclusiones sobre qué es la investigación de mercado, lo anterior a través de la actividad denominada "Seminario", y con el propósito de alcanzar la competencia teórica para los estudios mercadológicos.		
	¿Qué? Integración de conclusiones	¿A través de qué? "Seminario"	¿Para qué? Competencia particular Competencia teórica para los estudios mercadológicos

**OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):** A través de habilidad para recolectar y analizar la información obtenida, el alumno (a) presentará tres conceptos de investigación mercadológica - la información deberá incluir información detallada sobre los tres diferentes tipos de investigación- lo anterior le permitirá participar en el "Seminario".

**OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):** Los alumnos presentarán las conclusiones de la clase, por escrito, para ello deberán hacer una sesión "Seminario" y determinar una "Comisión" redactora, lo anterior a través de la intuición, que les llevará a la profundización y posesión de conocimientos.

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
Tres conceptos de investigación mercadológica.	- Recolectar y proporcionar un tratamiento a la información. - Analizar la información obtenida.	Participación en Seminario y en la redacción de conclusiones de sesión.
PREVIO (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa de Desarrollo Grupal	¿Qué? o ¿para qué? Producto grupal
"Seminario" "Comisión" redactora.	- Desarrollar el pensamiento y el razonamiento en los miembros del grupo a partir de la Intuición - Que asuman una actitud reflexiva, para que lleguen a la formulación del nuevo conocimiento.	Redacción de conclusiones de sesión.
CONSECUENTE (CLASE)		

**ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)**  
 El alumno (a) presenta tres conceptos de investigación mercadológica. Dentro de cada uno incluirá sus características y tipos.

**ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)**  
 El coordinador (a) dirige la actividad "Seminario". Y solicita la redacción de conclusiones, para ello los alumnos elegirán una "Comisión" redactora.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	1
SEMANA:	2
CLASE:	4
TEMA:	Estudios Mercadológicos
SUBTEMA:	Tres tipos de Investigación Mercadológica.
TIEMPO SESIÓN:	2   TIEMPO SUMATORIA: 8
OTROS:	
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA   FORMATIVA   SUMATIVA

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	x
	METODOLÓGICA	
	TÉCNICA	

ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	x
	DISCUSIÓN	
	CREACIÓN	

<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b>	Elaborar una "Matriz de doble entrada" que represente las diferencias entre la investigación de mercado, de audiencias y publicidad, lo anterior a través de la actividad denominada "Seminario" y de una "Comisión" de diseño; lo anterior permitirá alcanzar la competencia teórica para los estudios mercadológicos.		
	<b>¿Qué?</b> "Matriz de doble entrada"	<b>¿A través de qué?</b> "Seminario" y "Comisión" de diseño (trazo de Matriz de Doble Entrada)	<b>¿Para qué? competencia particular</b> Competencia teórica para los estudios mercadológicos

**OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):** A través de la habilidad para seleccionar, analizar, y sintetizar la información pertinente, el alumno (a) presentará un concepto de cada tipo de investigación, ubicará sus diferencias y similitudes, lo anterior le permitirá participar en el grupo en la elaboración de la "Matriz de doble entrada".

**OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):** Los alumnos elaborarán una "Matriz de Doble Entrada", para ello deberán hacer una sesión "Seminario" y determinar una "Comisión" de diseño, lo anterior a través de la intuición, que les llevará a la profundización y posesión y formulación de nuevos conocimientos.

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
Tres conceptos de cada tipo de investigación mercadológica: investigación de mercado, investigación de auditorio, investigación publicitaria.	- Seleccionar la información pertinente - Analizar la información - Sintetizar los datos	"Matriz de doble entrada"
PREVIÓ (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa de Desarrollo Grupal	¿Qué? o ¿para qué? Producto grupal
"Seminario" "Comisión" diseña y pasa en limpio la "Matriz de Doble Entrada"	-Desarrollar el pensamiento y el razonamiento de los miembros del grupo a partir de la intuición - Que cada uno de los miembros llegue ala posesión de los conocimientos. Que el grupo asuma una actitud reflexiva frente al trabajo, para que lleguen a la formulación de nuevo conocimiento.	"Matriz de doble entrada"
CONSECUENTE (CLASE)		

**ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)**  
 El alumno (a) llevarán tres conceptos de cada tipo de investigación mercadológica: de mercado, de auditorio y publicitaria. En cada una deberá poner especial atención para describir las implicaciones de: el consumidor, el producto mismo, y los medios de comunicación (hacia cada uno de los tres tipos de investigación).

**ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)**  
 El coordinador (a) solicitará una "Matriz de doble entrada" que implique por el eje vertical: investigación de mercado, investigación de auditorio, investigación publicitaria; y por el eje horizontal: producto, consumidor y medios de comunicación. ¿Cómo participa cada uno de estos elementos en cada tipo de investigación mercadológica?

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	1
SEMANA:	3
CLASE:	5
TEMA:	Investigación Aplicada. Comunicación y Mercado / Estudios Mercadológicos
SUBTEMA:	
TIEMPO SESIÓN:	2   TIEMPO SUMATORIA: 10
OTROS:	Sesión de puente
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA X   FORMATIVA X   SUMATIVA X

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	X
	METODOLÓGICA	
	TÉCNICA	
ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	X
	DISCUSIÓN	
	CREACIÓN	

<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b>	Evaluar los conocimientos, a través de los productos desarrollados, lo anterior permitirá verificar que la competencia teórica necesaria, para la investigación aplicada en Comunicación (estudios mercadológicos) se ha alcanzado		
	¿Qué? Evaluación Sumaria	¿A través de qué? Los productos desarrollados	¿Para qué? competencia particular. Competencia teórica para los estudios mercadológicos

**OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):** Cada alumno (a) será evaluado, mediante los productos personales que ha realizado, así como de alguna forma que el coordinador (a), considere pertinente (entrevista, ensayo, etc.).

**OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):** Los alumnos serán evaluados, mediante los productos grupales que han realizado, así como de alguna forma que el (la) coordinador, considere pertinente (exposición, Pequeño Grupo de Discusión, etc.)

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
- Productos individuales y por las "Comisiones" en las que ha participado - Producto para evaluación formativa		Evaluación sumaria
PREVIO (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa de Desarrollo Grupal	¿Qué? o ¿para qué? Producto grupal
- Presentación de todos los productos grupales y en comisiones, que se han realizado. - Evaluación individual		Evaluación Sumaria
CONSECUENTE (CLASE)		

**ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)**

Cada alumno (a) realizará su evaluación formativa, según se considere más pertinente (tarea y/o en sesión); cada alumno llevará los productos que ha realizado de manera individual así como a través de las comisiones a las que ha pertenecido.

**ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)**

El coordinador (a) determinará cómo se evalúa a cada alumno (entrevista, ensayo, etc.), así como si esta evaluación será de tarea o dentro de la misma sesión. El (la) coordinador dará por terminada esta fase teórica, mediante la evaluación sumativa.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	1
SEMANA:	3
CLASE:	6
TEMA:	Investigación de Mercado
SUBTEMA:	Pendientes y ubicación de cliente o tema de investigación.
TIEMPO SESIÓN:	2   TIEMPO SUMATORIA: 12
OTROS:	Sesión de puente
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA X   FORMATIVA   SUMATIVA

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	X
	TÉCNICA	
ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	X
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	
	CREACIÓN	

<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b>	Elaborar una Agenda y estrategia de trabajo, lo anterior a través de un "Torbellino de Ideas" y un "Grupo de Discusión", lo que le permitirá alcanzar la competencia metodológica para la investigación de mercado.		
	<b>¿Qué?</b> "Agenda" y Estrategia de Trabajo	<b>¿A través de qué?</b> "Torbellino de Ideas" y un "Grupo de Discusión"	<b>¿Para qué? competencia particular</b> Competencia Metodológica para la investigación de mercado

**OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):** A través de su habilidad para resolver problemas académicos, así como para elaborar diseños de investigación, el alumno (a) propondrá tema y/o cliente de trabajo; lo anterior se pondrá de manifiesto en la elaboración de la "Agenda" de trabajo.

**OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):** Los alumnos elaborarán una "Agenda" y Estrategia de trabajo, esto a través de la actividad "Torbellino de Ideas" y "Pequeño Grupo de Discusión", para ello será necesario tomar en cuenta los intereses y necesidades de cada miembro, así como propiciar la colaboración, el sentido de responsabilidad y trabajo en equipo

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
Datos, entrevistas, etc., para formular estrategia de trabajo. Comentar con el grupo antes de la clase.	- Elaborar un diseño de investigación - Resolver problemas académicos y cotidianos - Adaptarse a los procesos individuales, de grupo y contextuales.	- "Agenda" - Estrategia de trabajo
PREVIO (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa de Desarrollo Grupal	¿Qué? o ¿para qué? Producto grupal
"Torbellino de Ideas" "Pequeño Grupo de Discusión"	- Tomar en cuenta los intereses y necesidades de cada miembro del grupo, con el fin de propiciar la colaboración, el sentido de responsabilidad y el trabajo en equipo.	"Agenda" y Estrategia de trabajo.
CONSECUENTE (CLASE)		

**ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)**  
 El alumno (a) , según su iniciativa, presentará sus investigaciones y negociaciones realizadas con el objetivo de hallar cliente o tema de trabajo.

**ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)**  
 El coordinador (a) solicitará el establecimiento de una "Agenda" de trabajo, así como del establecimiento de un cliente y/o tema de investigación.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	1
SEMANA:	3
CLASE:	7
TEMA:	Investigación de Mercado
SUBTEMA:	Conocimiento del Entorno
TIEMPO SESIÓN:	2
TIEMPO SUMATORIA:	14
OTROS:	
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA    FORMATIVA    SUMATIVA

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	x
	TÉCNICA	
ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	x
	CREACIÓN	

<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b>	Elaborar un "Mapa Semántico", mismo que deberá ayudar en la caracterización del fenómeno o problema, éste se realizará mediante un "Pequeño Grupo de Discusión" y una "Comisión" de diseño, lo anterior permitirá alcanzar la competencia metodológica para la investigación de mercado.		
	¿Qué? "Mapa Semántico"	¿A través de qué? "Pequeño Grupo de Discusión" y "Comisión" de diseño	¿Para qué? Competencia particular Competencia metodológica para la investigación de mercado

**OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):** A través de su habilidad para recolectar y seleccionar información, el alumno (a) presentará "Resumen", notas, citas, copias, etc., lo que le permitirá caracterizar el fenómeno y participar en la elaboración del "Mapa Semántico".

**OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):** Los alumnos caracterizarán al fenómeno mediante la ayuda de un "Mapa Semántico", lo anterior mediante la actividad "Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas", y "Comisión" de diseño, para ello será necesario propiciar el juicio entre los miembros del grupo, así como propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de diversos puntos de vista.

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
Resumen, notas, copias, entrevistas, etc.	- Recolectar y proporcionar un tratamiento a la información - Seleccionar la información pertinente entre las diversas fuentes informativas.	"Mapa Semántico"
PREVIO (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa de Desarrollo Grupal	¿Qué? o ¿Para qué? Producto grupal
"Pequeño Grupo de Discusión" "Torbellino de Ideas" "Comisión" de diseño.	- Desarrollar el juicio de los miembros del grupo - Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista.	"Mapa Semántico".
CONSECUENTE (CLASE)		

**ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)**

El alumno (a) participará en la caracterización del fenómeno, mediante la información que haya recolectado sobre éste.

**ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)**

El coordinador (a) solicitará la generación de un "Mapa Semántico", mismo que se logrará por medio de un "Pequeño Grupo de Discusión", así como de un "Torbellino de Ideas" y la determinación de una "Comisión" de diseño. El mapa permitirá ubicar qué es, dónde está, qué información tenemos ya respecto al problema de investigación.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	1
SEMANA:	4
CLASE:	8
TEMA:	Investigación de Mercado
SUBTEMA:	Problematización
TIEMPO SESIÓN:	2   TIEMPO SUMATORIA:
OTROS:	16
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA   FORMATIVA   SUMATIVA

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	x
	TÉCNICA	
ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	x
	CREACIÓN	

<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b> Elaboración de una "Agenda" de trabajo.	Elaborar el Planteamiento del Problema a través de la realimentación del "Mapa Semántico" de la sesión anterior, a través de un "Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas", y "Comisión" de diseño; lo anterior permitirá alcanzar la competencia metodológica para la investigación de mercado.	
¿Qué? Planteamiento del problema	¿A través de qué? "Mapa Semántico" y "Debate dirigido"	¿Para qué? competencia particular Competencia metodológica para la investigación de mercado

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):</b>	A través de su habilidad para seleccionar y analizar información, el alumno (a) presentará "Resumen", notas, citas, copias, entrevistas, etc., lo que le permitirá participar en el planteamiento del problema y en la reelaboración del "Mapa Semántico".
--	--

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):</b>	Los alumnos establecerán el Planteamiento del Problema, ayudados por el Mapa Semántico de la sesión anterior, lo anterior mediante la actividad "Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas", y "Comisión" de diseño, para ello será necesario, propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de diversos puntos de vista.
-------------------------------------	---

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
Resumen, notas, copias, entrevistas, etc.	- Seleccionar la información pertinente entre las diversas fuentes informativas - Analizar los datos, separarlos del contexto en que se encuentran y clasificarlos en categorías.	"Mapa Semántico" realimentación del mapa realizado en sesión anterior.
PREVIO (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa de Desarrollo Grupal	¿Qué? o ¿para qué? Producto grupal
"Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas", y "Comisión" de diseño	- Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista.	"Mapa Semántico" retroalimentación de mapa sesión anterior.
CONSECUENTE (CLASE)		

<b>ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)</b>
El alumno (a) llevará información sobre su objeto a estudiar, la necesaria y complementaria, para caracterizar a éste, así como a su entorno.

<b>ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)</b>
El coordinador (a) solicitará el establecimiento de la Pregunta Problema, así como de hipótesis; se fomentará la visualización del problema a través de la retroalimentación del "Mapa Semántico" realizado en la sesión anterior (la realimentación implica introducir más información sobre el problema, ubicar la pregunta problema y sus posibles soluciones).

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	2
SEMANA:	5
CLASE:	9
TEMA:	Investigación de Mercado
SUBTEMA:	Problematización y construcción de observables
TIEMPO SESIÓN:	2   TIEMPO SUMATORIA: 18
OTROS:	
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA   FORMATIVA   SUMATIVA

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	x
	TÉCNICA	
ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	x
	CREACIÓN	

<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b>	Esbozar una "Tabla de Especificaciones" y/o "Matriz de Doble Entrada", lo que permitirá visualizar y establecer observables; ésto se logrará a través de un "Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas", así como del establecimiento de una "Comisión" de diseño; lo anterior permitirá alcanzar la competencia metodológica para la investigación de mercado.		
	<b>¿Qué?</b>	<b>¿A través de qué?</b>	<b>¿Para qué? Competencia particular</b>
	"Tabla de Especificaciones" y/o "Matriz de Doble Entrada"	Debate Dirigido, "Torbellino de Ideas" y "Comisión" de diseño.	Competencia metodológica para la investigación de mercado

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):</b>	El alumno (a) , a través de su habilidad para recolectar información, llevará datos sobre qué es, cómo se hace y para qué sirve una "Tabla de Especificaciones" y una "Matriz de Doble Entrada "
--	--

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):</b>	Los alumnos esbozarán una "Matriz de Doble Entrada" y/o una "Tabla de Especificaciones", misma que permitirá visualizar y establecer las observables; lo anterior se logrará a través de un "Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas", y el establecimiento de una "Comisión" de diseño, para lo anterior será necesario propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista.
-------------------------------------	---

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
- Información sobre qué es, cómo se hace y para qué sirven "Tabla de Especificaciones" y "Matriz de doble entrada".	- Recolectar y proporcionar un tratamiento a la información - Resolver problemas académicos.	"Tabla de Especificaciones" y/o una "Matriz de Doble Entrada "
PREVIO (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa de Desarrollo Grupal	¿Qué? o ¿para qué? Producto grupal
"Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas", y el establecimiento de una "Comisión" de diseño	- Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista.	"Matriz de Doble Entrada" y/o una "Tabla de Especificaciones"
CONSECUENTE (CLASE)		

<b>ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)</b>
El alumno (a) llevará información sobre qué es, cómo se hace y para qué sirve una "Tabla de Especificaciones" y una "Matriz de Doble Entrada", así a través de su habilidad para recolectar información, así como para resolver problemas académicos, participará en la elaboración del producto grupal.

<b>ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)</b>
El coordinador (a) asesora en la generación de la tabla y/o matriz de doble entrada, misma que servirá para visualizar las aristas del problema, así como para determinar observables.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	2
SEMANA:	5
CLASE:	10
TEMA:	Investigación de Mercado
SUBTEMA:	Fundamentación teórica y/o conceptual
TIEMPO SESIÓN:	2   TIEMPO SUMATORIA: 2
OTROS:	
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA   FORMATIVA   SUMATIVA

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	x
	TÉCNICA	
ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	x
	CREACIÓN	

<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b>	Elaborar una "Tabla de Especificaciones" y/o "Matriz de Doble Entrada", lo que permitirá establecer los observables, así como la valoración de los diversos fundamentos teóricos, esto se logrará a través de un "Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas", así como del establecimiento de una "Comisión" de diseño; lo anterior permitirá alcanzar la competencia metodológica para la investigación de mercado.		
	<b>¿Qué?</b>	<b>¿A través de qué?</b>	<b>¿Para qué? competencia particular</b>
	"Tabla de Especificaciones" y/o "Matriz de Doble Entrada" (Realimentación)	"Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas", "Comisión" de diseño	Competencia metodológica para la investigación de mercado

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):</b>	El alumno (a) llevará notas, copias, trabajos elaborados, etc., correspondientes a la fase teórica del taller, en esta parte podrá realimentar su marco teórico a través de sus habilidades de recolección y selección de la información; la información con la que cuente le permitirá participar con el grupo en el establecimiento de observables, así como en la valoración de un fundamento teórico.
--	---

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):</b>	Los alumnos establecerán, en la "Matriz de Doble Entrada" y/o en la "Tabla de Especificaciones", las observables de su tema, fenómeno de estudio, lo anterior con los cruces teóricos y/o conceptuales más pertinentes. Todo lo anterior se logrará por medio de un "Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas", y el establecimiento de una "Comisión" de diseño, para lo anterior será necesario propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista.
-------------------------------------	---

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
Notas, copias, trabajos elaborados, etc., correspondientes a la fase teórica del taller	- Recolección y tratamiento de la información. - Resolver problemas académicos	"Tabla de Especificaciones" y/o "Matriz de Doble Entrada" (realimentación y determinación de fundamento teórico y/o conceptual)
PREVIO (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa de Desarrollo Grupal	¿Qué? o ¿para qué? Producto grupal
"Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas", y el establecimiento de una "Comisión" de diseño	- Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista.	"Matriz de Doble Entrada" y/o en la "Tabla de Especificaciones" (realimentación y determinación de fundamento teórico y/o conceptual)
CONSECUENTE (CLASE)		

<b>ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)</b>
El alumno (a) llevará información sobre la fundamentación teórica y/o conceptual de su problema; así, a través de su habilidad para recolectar información, así como para resolver problemas académicos, participará en la determinación del producto grupal.

<b>ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)</b>
El coordinador (a) asesorará en la generación de la tabla y/o matriz de doble entrada, misma que servirá para visualizar los posibles cruces entre: las características del fenómeno y los conceptos teóricos vistos en la primera parte del taller (dos primeros temas).

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	2		
SEMANA:	6		
CLASE:	11		
TEMA:	Investigación de Mercado		
SUBTEMA:	Control Empírico (diseño y pilotaje)		
TIEMPO SESIÓN:	2	TIEMPO SUMATORIA:	22
OTROS:			
EVALUACION:	DIAGNÓSTICA	FORMATIVA x	SUMATIVA

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	x
	TÉCNICA	
ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	x
	CREACIÓN	

<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b>	Esbozar el instrumento de recolección de datos (para pilotaje) a través de un "Pequeño Grupo de Discusión" y una "Comisión" de diseño. Lo anterior permitirá continuar en la búsqueda de la competencia metodológica para el desarrollo de la investigación de mercado.		
	<b>¿Qué?</b> "Instrumento" cuantitativo y/o cualitativo	<b>¿A través de qué?</b> "Pequeño Grupo de Discusión" y una "Comisión" de diseño	<b>¿Para qué? competencia particular</b> Competencia metodológica para la investigación de mercado

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):</b>	El alumno llenará información, relacionada a la técnica de muestreo, así como un argumento, por escrito, en el que exponga, qué instrumento de recolección de datos considera pertinente, según nuestro planteamiento del problema así como qué tipo de muestreo cree pertinente realizar.
--	--

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):</b>	Los alumnos esbozarán el instrumento de recolección de datos (para pilotaje), éste establecimiento resultará de la "Matriz de Doble Entrada" y/o de la "Tabla de Especificaciones" realizada en sesiones anteriores, así como del "Pequeño Grupo de Discusión" que ahí realicen así como del establecimiento de una "Comisión de Diseño". Para el logro de lo anterior será necesario desarrollar el juicio en el grupo, lo que, en este momento, nos hablará de una asimilación de los conocimientos, desde la teoría asimilada, hasta su empleo práctico.
-------------------------------------	---

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
- Argumento ("ensayo") - Copias, notas, información sobre técnica de muestreo.	- Recolectar y proporcionar un tratamiento a la información - Especificar los los criterios para la identificación del Universo y de la muestra, así como sus respectivas técnicas estadísticas - Elaborar y presentar trabajos escolares de manera formal	- "Instrumento" cualitativo y/o cuantitativo.
PREVIO (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa	¿Qué? o ¿para qué? Producto grupal
- "Debate Dirigido" - "Comisión de Diseño"	- Desarrollo el juicio de los miembros del grupo. - Avanzar, de manera constante, desde los hábitos hasta la teoría asimilada y su empleo práctico.	- "Instrumento" cualitativo y/o cuantitativo.
CONSECUENTE (CLASE)		

<b>ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)</b>
El alumno (a) presenta información relacionada con la técnica de muestreo, así como un "Argumento" (ensayo 1-2 hojas) en el que exponga qué tipo de muestra, y qué instrumento, sería ideal para resolver la pregunta problema. En este momento el alumno conocerá más el problema y sus aristas de solución.

<b>ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)</b>
Coordinador (a) hace una recapitulación a los alumnos desde el Planteamiento del problema, la generación de hipótesis y el establecimiento de observables, hasta la elaboración del instrumento para el control empírico, todo esto mediante un "Debate Dirigido" así como de la observación de los instrumentos metodológicos ya realizados; posteriormente el grupo determinará una "Comisión" de diseño responsable del instrumento (en papel). El argumento permitirá al coordinador realizar la evaluación formativa.

**FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
NOVENO SEMESTRE**

MES:	2		
SEMANA:	6		
CLASE:	12		
TEMA:	Investigación de Mercado		
SUBTEMA:	Control Empírico (desarrollo)		
TIEMPO SESIÓN:	2	TIEMPO SUMATORIA:	24
OTROS:			
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA	FORMATIVA	SUMATIVA

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	x
	TÉCNICA	

ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	x
	CREACIÓN	

<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b>	Establecer, rediseñar, el instrumento (según resultados de pilotaje), a través de un "Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas", y una "Comisión" de diseño. Lo anterior permitirá continuar en la búsqueda de la competencia metodológica, para el desarrollo de la investigación de mercado.		
<b>¿Qué?</b>	<b>¿A través de qué?</b>	<b>¿Para qué? competencia particular</b>	
"Instrumento" (rediseño)	"Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas", y una "Comisión" de diseño	Competencia metodológica para la investigación de mercado	

**OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):** El alumno participará con su propio juicio y experiencia, en el pilotaje del instrumento.

**OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):** Los alumnos reelaborarán el instrumento de recolección de datos, ésta reelaboración resultará tanto del pilotaje del mismo, y de la revisión de los instrumentos "Matriz de Doble Entrada" y/o "Tabla de Especificaciones", así como del "Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas" y "Comisión" de diseño. Para el logro de lo anterior será necesario desarrollar el juicio en el grupo, lo que, en este momento, nos hablará de una asimilación de los conocimientos, desde la teoría asimilada, hasta su empleo práctico.

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
- Pilotaje del instrumento	Aplicar el diseño de la investigación y los instrumentos de medición, por ejemplo, cuestionarios, cédulas de entrevista y escalas de actitudes.	- "Instrumento" (rediseño)
PREVIO (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa	¿Qué? o ¿para qué? Producto grupal
"Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas" y "Comisión" de diseño	- Desarrollar el juicio de los miembros del grupo - Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista.	- "Instrumento" (rediseño)
CONSECUENTE (CLASE)		

**ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)**

El alumno (a) participará con su propio juicio y según pilotaje de los instrumentos.

**ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)**

El coordinador (a) solicitará el instrumento reelaborado, para ello instará a la realización de un "Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas" y determinación de la "Comisión" de diseño.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	2		
SEMANA:	7		
CLASE:	13		
TEMA:	Investigación de Mercado		
SUBTEMA:	Control Empírico (análisis de resultados)		
TIEMPO SESIÓN:	2	TIEMPO SUMATORIA:	26
OTROS:			
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA	FORMATIVA	SUMATIVA

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	x
	TÉCNICA	

ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	x
	CREACIÓN	

<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b>	Revisar y retroalimentar del "Mapa Semántico" (sesión 8), esto a través de un "Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas" y "Comisión" de diseño; así como a través de las intuiciones, e información recolectada mediante el instrumento de control empírico. Lo anterior permitirá avanzar en el análisis de los resultados, así como en la búsqueda de la competencia metodológica para el desarrollo de la investigación de mercado.		
	¿Qué? "Mapa Semántico" (realimentación)	¿A través de qué? "Debate Dirigido" "Torbellino de Ideas"	¿Para qué? competencia particular Competencia metodológica para la investigación de mercado

**OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO A):** El alumno llevará: instrumentos aplicados así como el vaciado de resultados.

**OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):** Realimentación del "Mapa Semántico" (sesión 8), incluyendo respuestas a la pregunta problema, eliminando hipótesis y quizá generando otras, esto según intuición y datos generados en la aplicación del instrumento de control empírico. La realimentación se llevará a cabo mediante un "Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas" y "Comisión" de diseño. Para la actividad será necesario propiciar la comunicación como medio que permita la confrontación de diversos puntos de vista.

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
Instrumentos aplicados Vaciado de resultados.	- Aplicar el diseño de la investigación y los instrumentos de medición, por ejemplo, cuestionarios, cédulas de entrevista y escalas de actitudes. - Seleccionar, de los datos encontrados, aquellos que sean relevantes y pertinentes al objetivo de la investigación.	- "Mapa Semántico", sesión ocho (realimentación)
PREVIO (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa	¿Qué? o ¿Para qué? Producto grupal
"Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas" y "Comisión" de diseño	- Desarrollar el juicio de los miembros del grupo - Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista	- "Mapa Semántico", sesión ocho (realimentación)
CONSECUENTE (CLASE)		

**ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)**

El alumno llevará los instrumentos que le tocó aplicar así como el vaciado de resultados, esto según previa determinación de "Comisión" de vaciado, o según lo haya determinado el grupo.

**ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)**

El coordinador (a) dirige un debate en el que, a partir de intuiciones, así como reconocimiento de la pregunta problema que nos atañe, se obtenga un análisis *a priori* de los resultados obtenidos. Para la actividad se necesitan los instrumentos metodológicos que se han venido realizando, específicamente el "Mapa Semántico" de la sesión ocho, para ubicar si ya hay una respuesta a la pregunta problema. Posteriormente a través de un "Torbellino de Ideas", así como de una "Comisión" de diseño, se elaborará un boceto para presentación de los resultados.

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
NOVENO SEMESTRE**

<b>MES:</b>	2
<b>SEMANA:</b>	7
<b>CLASE:</b>	14
<b>TEMA:</b>	Investigación de Mercado
<b>SUBTEMA:</b>	Investigación de Mercado (entrega de resultados)
<b>TIEMPO SESIÓN:</b>	2
<b>TIEMPO SUMATORIA:</b>	28
<b>OTROS:</b>	
<b>EVALUACIÓN:</b>	DIAGNÓSTICA x    FORMATIVA    SUMATIVA

<b>COMPETENCIA TRANSVERSAL</b>	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	x
	TÉCNICA	
<b>ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL</b>	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	x
	CREACIÓN	

<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b>	Elaborar de un Índice de trabajo final, a manera de "Red Semántica", lo anterior a través de un "Torbellino de Ideas" y una "Exposición informal" de los resultados hasta hoy alcanzados. Lo anterior permitirá continuar en la búsqueda de la competencia metodológica para el desarrollo de la investigación de mercado.		
	<b>¿Qué?</b> "Red Semántica" (índice de trabajo final)	<b>¿A través de qué?</b> "Torbellino de Ideas" y una "Exposición informal"	<b>¿Para qué? competencia particular</b> Competencia metodológica para la investigación de mercado

**OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):** El alumno llevará los productos realizados a lo largo del curso, de manera individual así como en sus "Comisiones".

**OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):** Elaboración de un Índice de trabajo final, a manera de "Red Semántica", lo anterior a través de un "Torbellino de Ideas" y una "Exposición informal" de los resultados hasta hoy alcanzados.

¿Qué? o ¿Para qué? <b>Producto individual</b>	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? <b>Producto grupal</b>
- Productos realizados de manera individual y en participación por "Comisiones".		- "Red Semántica" Índice de trabajo final
PREVIO (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa	¿Qué? o ¿para qué? <b>Producto grupal</b>
- Exposición informal del trabajo logrado - "Torbellino de ideas"	Propiciar la comunicación como medio que permitiese el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista.	- "Red Semántica" (Índice de trabajo final)
CONSECUENTE (CLASE)		

**ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)**  
- El alumno (a) llevará a esta sesión todos los productos que ha realizado, tanto individualmente, como a través de "Comisiones". Lo anterior le ayudará a participar en la sesión, donde habrá de organizarse el trabajo final, formal.

**ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)**  
- El coordinador (a) verificará la concatenación lógica de los elementos componentes del trabajo grupal; asesorará en la realización de la "Red Semántica" instrumento que permitirá visualizar la ordenación de los elementos así como los posibles faltantes de información.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	2
SEMANA:	8
CLASE:	15
TEMA:	Investigación de Mercado
SUBTEMA:	
TIEMPO SESION:	2   TIEMPO SUMATORIA: 30
OTROS:	SESIÓN PUENTE
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA X   FORMATIVA X   SUMATIVA X

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	X
	TÉCNICA	
ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	X
	CREACIÓN	

<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b>	Entregar el trabajo final, como evaluación sumaria; se realizará también la evaluación diagnóstica y formativa, según el (la) coordinador considere pertinente (entrevista, ensayo, cuestionario. También se tomarán decisiones respecto al siguiente tema, para ello se elaborará una "Agenda", esto a través de un "Torbellino de Ideas", ésta actividad permitirá continuar en la búsqueda de la competencia metodológica para la investigación publicitaria.		
	¿Qué? "Agenda"	¿A través de qué? "Torbellino de Ideas"	¿Para qué? competencia particular Competencia metodológica para la investigación de auditorio

**OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):** El alumno (a) participa en la entrega del trabajo formal; además de realizar una actividad (según se decida) encaminada a evaluarlo formativamente. Por otro lado, a través de su habilidad para elaborar diseños de investigación, participará en la elaboración de la "Agenda" de trabajo para lo subsecuente.

**OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):** El grupo entregará el trabajo final, y habrá de realizar una actividad encaminada a la evaluación diagnóstica. Por otro lado, se deberá realizar una "Agenda" de trabajo para la Investigación publicitaria, esto a través de un "Torbellino de Ideas". Lo anterior se alcanzará a través del reconocimiento de las metas y objetivos en la siguiente etapa del taller.

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
- Trabajo final - Evaluación formativa, según considere el coordinador (a): ensayo, entrevista, mapa semántico, mapa conceptual, etc.	- Elaborar y presentar trabajos escolares de manera formal - Elaborar un diseño de investigación que guíe la búsqueda de datos en el entorno.	- "Agenda"
PREVIO (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa	¿Qué? o ¿para qué? Producto grupal
- Entrega de trabajo final - "Torbellino de ideas"	- Desarrollar el juicio de los miembros del grupo - Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de diferentes puntos de vista. - Reconocer en el grupo la fuerza que permite concentrar los esfuerzos y la reflexión sobre las metas y los objetivos de esta etapa.	- "Agenda"
CONSECUENTE (CLASE)		

**ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)**

El alumno (a) deberá participar en la entrega del trabajo final y a su vez participar en la planeación del trabajo futuro. Por otro lado, participará de su propia evaluación formativa, según se decida, y en el momento que se considere más pertinente (previo a la sesión o durante la misma).

**ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)**

- El coordinador (a) hará la evaluación sumativa de acuerdo al trabajo final entregado; también evaluará a cada alumno, en la manera que se considere más pertinente. Por otro lado, asesorará en la organización del trabajo futuro, generación de "Agenda". Las actividades permitirán a el (la) coordinador realizar una evaluación diagnóstica.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	2
SEMANA:	8
CLASE:	16
TEMA:	Investigación Publicitaria
SUBTEMA:	Conocimiento del Entorno, Problematicación y Construcción de Observables.
TIEMPO SESIÓN:	2
TIEMPO SUMATORIA:	32
OTROS:	
EVALUACIÓN:	DIAGNOSTICA   FORMATIVA   SUMATIVA

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	x
	TÉCNICA	

ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	x
	CREACIÓN	

<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b>	Rediseñar del "Mapa Semántico" elaborado en la sesión 8, así como de la "Matriz de Doble Entrada" y/o "Tabla de Especificaciones" (sesión 10) este rediseño será para redireccionar el tema hacia la Inv. De Auditorio. Lo anterior, será a partir de un "Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas" y "Comisión" de diseño. Esta actividad nos permitirá continuar en la búsqueda de la competencia metodológica, para la investigación publicitaria	
	<b>¿Qué?</b> Rediseño "Mapa Semántico" (de sesión ocho) Rediseño "Matriz de doble entrada" (de sesión diez)	<b>¿A través de qué?</b> "Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas" y "Comisión" de diseño
	<b>¿Para qué? competencia particular</b> Competencia metodológica para la investigación publicitaria	

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):</b>	El alumno deberá llevar un Argumento (ensayo una hoja) en el que manifieste su juicio en torno al cruce entre la investigación de mercado y la investigación publicitaria, lo anterior será manifiesto de su habilidad para recolectar, analizar y sintetizar información, pero también para elaborar y presentar trabajos escolares de manera formal. Esta actividad le permitirá participar en la reelaboración del "Mapa Semántico" realizado en la sesión 8, pero ahora redireccionado hacia la investigación de publicitaria.
--	--

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):</b>	El grupo reelaborará el "Mapa Semántico" de la sesión 8, así como la "Matriz de doble entrada" y/o "Tabla de Especificaciones" a través de un "Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas" y el establecimiento de una "Comisión" de diseño. Lo anterior se alcanzará a través del juicio de los miembros del grupo, así como del intercambio y la confrontación de diversos puntos de vista.
-------------------------------------	--

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
- Argumento "Ensayo" una hoja	- Seleccionar la información pertinente entre las diversas fuentes informativas. - Analizar los datos. - Elaborar y presentar trabajos escolares de manera formal.	- Rediseño de "Mapa Semántico" (de sesión ocho) - Rediseño "Matriz de doble entrada"
PREVIO (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa	¿Qué? o ¿Para qué? Producto grupal
"Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas" y el establecimiento de una "Comisión" de diseño.	- Desarrollar el juicio de los miembros del grupo - Avanzar de manera constante desde los hábitos hasta la teoría asimilada y su empleo práctico. - Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diversos puntos de vista	- Rediseño de "Mapa Semántico" (de sesión ocho) - Rediseño "Matriz de doble entrada" (de sesión diez).
CONSECUENTE (CLASE)		

<b>ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)</b>
El alumno (a) elaborará un argumento que le permita ubicar el cruce o redirección entre la investigación de mercado y la investigación publicitaria.

<b>ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)</b>
El coordinador (a) asesora en la redireccionalidad del problema que se ha venido desarrollando, de la investigación de mercado, hacia la investigación publicitaria; también asesora en el establecimiento de de observables a través del rediseño de la "Matriz de doble entrada" y/o "Tabla de especificaciones" que se ha ya utilizado.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	3
SEMANA:	9
CLASE:	17
TEMA:	Investigación Publicitaria
SUBTEMA:	Fundamentación teórica y/o conceptual
TIEMPO SESIÓN:	2
OTROS:	TIEMPO SUMATORIA: 34
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA    FORMATIVA    SUMATIVA

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	x
	TÉCNICA	
ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	x
	CREACIÓN	

<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b>	Rectificar/problematizar la "Tabla de Especificaciones" y/o "Matriz de Doble Entrada", lo que permitirá establecer los observables, así como la valoración de los diversos fundamentos teóricos, esto se logrará a través de un "Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas", así como del establecimiento de una "Comisión" de diseño; lo anterior permitirá alcanzar la competencia metodológica mínima, necesaria, para la investigación Publicitaria.		
	<b>¿Qué?</b> "Tabla de Especificaciones" y/o "Matriz de Doble Entrada" (Rectificar/problematizar)	<b>¿A través de qué?</b> "Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas", así como del establecimiento de una "Comisión" de diseño	<b>¿Para qué? competencia particular</b> Competencia metodológica para la investigación Publicitaria

**OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):** El alumno llevará notas, copias, trabajos elaborados, etc., correspondientes a la fase teórica del taller, en esta parte podrá realimentar su marco teórico referencial (Competencia Teórica) a través de sus habilidades de recolección y selección de la información; la información con la que cuente le permitirá participar con el grupo en el establecimiento de observables, así como en la valoración de un fundamento

**OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):** Los alumnos establecerán, en la "Matriz de Doble Entrada" y/o en la "Tabla de Especificaciones", las observables de su tema, fenómeno de estudio, lo anterior con los cruces teóricos y/o conceptuales más pertinentes. Todo lo anterior se logrará por medio de un "Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas", y el establecimiento de una "Comisión" de diseño, para lo anterior será necesario propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista.

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
- Notas, copias, trabajos ya elaborados.	- Recolectar y proporcionar un tratamiento a la información. - Resolver problemas académicos	"Tabla de Especificaciones" y/o "Matriz de Doble Entrada" (Rectificar/problematizar)
PREVIO (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa	¿Qué? o ¿para qué? Producto grupal
"Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas", y el establecimiento de una "Comisión" de diseño	- Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista.	- "Tabla de Especificaciones" y/o "Matriz de Doble Entrada" (Rectificar/problematizar)
CONSECUENTE (CLASE)		

**ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)**

El alumno (a) llevará información sobre la fundamentación teórica y/o conceptual de su problema; así, a través de su habilidad para recolectar información, así como para resolver problemas académicos, participará en la determinación del producto grupal.

**ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)**

El coordinador (a) asesorará en la rectificación/problematización de la tabla y/o matriz de doble entrada, misma que servirá para visualizar los posibles cruces entre: las características del fenómeno y los conceptos teóricos vistos en la primera parte del taller.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	3
SEMANA:	9
CLASE:	18
TEMA:	Investigación Publicitaria
SUBTEMA:	Control Empírico (diseño y pilotaje)
TIEMPO SESIÓN:	2   TIEMPO SUMATORIA: 36
OTROS:	
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA   FORMATIVA x   SUMATIVA

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	x
	TÉCNICA	
ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	x
	CREACIÓN	

<p>Esbozar el instrumento de recolección de datos (para pilotaje) a través de un "Pequeño Grupo de Discusión" y una "Comisión" de diseño. Lo anterior permitirá continuar en la búsqueda de la competencia metodológica para el desarrollo de la investigación publicitaria.</p>		
<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b>		
¿Qué? "Instrumento" de recolección de datos	¿A través de qué? "Pequeño Grupo de Discusión" y una "Comisión" de diseño.	¿Para qué? competencia particular Competencia metodológica para la investigación publicitaria

**OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):** El alumno llevará información, relacionada a la técnica de muestreo, así como un argumento, por escrito, en el que exponga, qué instrumento de recolección de datos considera pertinente, según nuestro planteamiento del problema así como qué tipo de muestreo cree pertinente realizar.

**OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):** Los alumnos esbozarán el instrumento de recolección de datos (para pilotaje), éste establecimiento resultará de la "Matriz de Doble Entrada" y/o de la "Tabla de Especificaciones" realizada en sesiones anteriores, así como del "Pequeño Grupo de Discusión" que ahí realicen así como del establecimiento de una "Comisión de Diseño". Para el logro de lo anterior será necesario desarrollar el juicio en el grupo, lo que, en este momento, nos hablará de una asimilación de los conocimientos, desde la teoría asimilada, hasta su empleo práctico.

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
- Argumento ("ensayo") - Copias, notas, información.	- Recolectar y proporcionar un tratamiento a la información - Especificar los los criterios para la identificación del Universo y de la muestra, así como sus respectivas técnicas estadísticas - Elaborar y presentar trabajos escolares de manera formal	- "Instrumento" cualitativo y/o cuantitativo
PREVIO (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa	¿Qué? o ¿para qué? Producto grupal
- "Debate Dirigido" - "Comisión de Diseño"	- Desarrollar el juicio de los miembros del grupo. - Avanzar, de manera constante, desde los hábitos hasta la teoría asimilada y su empleo práctico.	- "Instrumento" cualitativo y/o cuantitativo.
CONSECUENTE (CLASE)		

**ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)**

El alumno (a) presenta información relacionada con la técnica de muestreo, así como un "Argumento" (ensayo 1-2 hojas) en el que exponga qué tipo de muestra, y qué instrumento, sería ideal para resolver la pregunta problema. Esto permitirá realizar la formación formativa.

**ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)**

Coordinador (a) lleva a los alumnos del Planteamiento del problema, la generación de hipótesis y el establecimiento de observables, hacia la elaboración del instrumento para el control empírico, todo esto mediante un "Debate Dirigido" así como de la observación de los instrumentos metodológicos ya realizados; posteriormente el grupo determinará una "Comisión" de diseño responsable del instrumento (en papel).

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	3
SEMANA:	10
CLASE:	19
TEMA:	Investigación Publicitaria
SUBTEMA:	Control Empírico (desarrollo)
TIEMPO SESIÓN:	2
OTROS:	TIEMPO SUMATORIA: 38
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA   FORMATIVA   SUMATIVA

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	x
	TÉCNICA	

ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	x
	CREACIÓN	

<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b>	Establecer, rediseñar, el instrumento (según resultados de pilotaje), a través de un "Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas", y una "Comisión" de diseño. Lo anterior permitirá continuar en la búsqueda de la competencia metodológica, para el desarrollo de la investigación publicitaria		
	<b>¿Qué?</b> "Instrumento" (rediseño)	<b>¿A través de qué?</b> "Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas", y una "Comisión" de diseño	<b>¿Para qué? competencia particular</b> Competencia metodológica para la investigación publicitaria

**OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):** El alumno participará con su propio juicio y experiencia, en el pilotaje del instrumento.

**OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):** Los alumnos reelaborarán el instrumento de recolección de datos, ésta reelaboración resultará tanto del pilotaje del mismo, y de la revisión de los instrumentos "Matriz de Doble Entrada" y/o "Tabla de Especificaciones", así como del "Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas" y "Comisión" de diseño. Para el logro de lo anterior será necesario desarrollar el juicio en el grupo, lo que, en este momento, nos hablará de una asimilación de los conocimientos, desde la teoría asimilada, hasta su empleo práctico.

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
- Pilotaje del instrumento	Aplicar el diseño de la investigación y los instrumentos de medición, por ejemplo, cuestionarios, cédulas de entrevista y escalas de actitudes.	- "Instrumento" (rediseño)
PREVIO (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa	¿Qué? o ¿para qué? Producto grupal
"Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas" y "Comisión" de diseño	- Desarrollar el juicio de los miembros del grupo - Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista.	- "Instrumento" (rediseño)
CONSECUENTE (CLASE)		

ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)

El alumno (a) participará con su propio juicio y según pilotaje de los instrumentos.

ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)

El coordinador (a) solicitará el instrumento reelaborado, para ello instará a la realización de un "Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas" y determinación de la "Comisión" de diseño.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	3
SEMANA:	10
CLASE:	20
TEMA:	Investigación Publicitaria
SUBTEMA:	Control Empírico (análisis de resultados)
TIEMPO SESIÓN:	2
OTROS:	TIEMPO SUMATORIA: 40
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA    FORMATIVA    SUMATIVA

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	x
	TÉCNICA	

ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	x
	CREACIÓN	

OBJETIVO PARTICULAR: Realimentación del "Mapa Semántico" (sesión 8), esto a través de un "Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas" y "Comisión" de diseño; así como a través de las intuiciones, e información recolectada mediante el instrumento de control empírico. Lo anterior permitirá avanzar en el análisis de los resultados, así como en la búsqueda de la competencia metodológica para el desarrollo de la investigación publicitaria		
¿Qué? "Mapa Semántico" (realimentación)	¿A través de qué? "Debate Dirigido" "Torbellino de Ideas" "Comisión"	¿Para qué? competencia particular Competencia metodológica para la investigación publicitaria

**OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):** El alumno llevará: instrumentos aplicados así como el vaciado de resultados.

**OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):** Realimentación del "Mapa Semántico" (sesión 8), incluyendo respuestas a la pregunta problema, eliminando hipótesis y quizá generando otras, esto según intuición y datos generados en la aplicación del instrumento de control empírico. La realimentación se llevará a cabo mediante un "Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas" y "Comisión" de diseño. Para la actividad será necesario propiciar la comunicación como medio que permita la confrontación de diversos puntos de vista.

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
Instrumentos aplicados Vaciado de resultados		- "Mapa Semántico" , sesión ocho (realimentación)
PREVIO (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa	¿Qué? o ¿para qué? Producto grupal
"Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas" y "Comisión" de diseño	- Desarrollar el juicio de los miembros del grupo - Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista	- "Mapa Semántico" , sesión ocho (realimentación)
CONSECUENTE (CLASE)		

**ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)**

El alumno llevará los instrumentos que le tocó aplicar así como el vaciado de resultados, esto según previa determinación de "Comisión" de vaciado, o según lo haya determinado el grupo.

**ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)**

El coordinador (a) dirige un debate en el que, a partir de intuiciones, así como reconocimiento de la pregunta problema que nos atañe, se obtenga un análisis a priori de los resultados obtenidos. Para la actividad se necesitan los instrumentos metodológicos que se han venido realizando, específicamente el "Mapa Semántico" de la sesión ocho, para ubicar si ya hay una respuesta a la pregunta problema. Posteriormente a través de un "Torbellino de Ideas", así como de una "Comisión" de diseño, se elaborará un boceto para presentación de los resultados.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	3
SEMANA:	11
CLASE:	21
TEMA:	Investigación Publicitaria
SUBTEMA:	Investigación Publicitaria (entrega de resultados)
TIEMPO SESIÓN:	2
TIEMPO SUMATORIA:	42
OTROS:	
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA x    FORMATIVA    SUMATIVA

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	x
	TÉCNICA	

ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	x
	CREACIÓN	

<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b>	Elaborar de un Índice de trabajo final, a manera de "Red Semántica", lo anterior a través de un "Torbellino de Ideas" y una "Exposición informal" de los resultados hasta hoy alcanzados. Lo anterior permitirá continuar en la búsqueda de la competencia metodológica para el desarrollo de la investigación publicitaria.		
	¿Qué? "Red Semántica" (Índice de trabajo final)	¿A través de qué? "Torbellino de Ideas" y una "Exposición informal"	¿Para qué? competencia particular Competencia metodológica para la investigación

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):</b>	El alumno llevará los productos realizados a lo largo de esta etapa, de manera puramente individual así como en sus "Comisiones".
--	---

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):</b>	Elaboración de un Índice de trabajo final, a manera de "Red Semántica", lo anterior a través de un "Torbellino de Ideas" y una "Exposición informal" de los resultados hasta hoy alcanzados.
-------------------------------------	--

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
- Productos realizados de manera individual y en participación por "Comisiones".		- "Red Semántica" Índice de trabajo final
PREVIÓ (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa	¿Qué? o ¿para qué? Producto grupal
- Exposición informal del trabajo logrado - "Torbellino de ideas"	- Desarrollar el juicio de los miembros del grupo - Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista.	- "Red Semántica" (índice de trabajo final)
CONSECUENTE (CLASE)		

<b>ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)</b>
- El alumno (a) llevará a esta sesión todos los productos que ha realizado, tanto individualmente, como a través de "Comisiones". Lo anterior le ayudará a participar en la sesión, donde habrá de organizarse el trabajo final, formal.

<b>ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)</b>
- El coordinador (a) verificará la concatenación lógica de los elementos componentes del trabajo grupal; asesorará en la realización de la "Red Semántica" instrumento que permitirá visualizar la ordenación de los elementos así como los posibles faltantes de información.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	3		
SEMANA:	11		
CLASE:	22		
TEMA:	Investigación de Publicitaria		
SUBTEMA:			
TIEMPO SESIÓN:	2	TIEMPO SUMATORIA:	44
OTROS:	PUENTE		
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA X	FORMATIVA X	SUMATIVA X

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	X
	TÉCNICA	
ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	X
	CREACIÓN	

<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b>	Entregar el trabajo final, como evaluación sumativa; se realizará también la evaluación diagnóstica y formativa, según el (la) coordinador considere pertinente (entrevista, ensayo, cuestionario). También se tomarán decisiones respecto al siguiente tema, para ello se elaborará una "Agenda", esto a través de un "Torbellino de Ideas", ésta actividad permitirá continuar en la búsqueda de la competencia metodológica para la investigación de auditorios.		
	¿Qué? "Agenda"	¿A través de qué? "Torbellino de Ideas"	¿Para qué? competencia particular Competencia metodológica para la investigación de auditorios

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):</b>	El alumno habrá de realizar una actividad encaminada a evaluarlo formativamente.
--	--

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):</b>	El grupo entregará el trabajo final, y habrá de realizar una actividad encaminada a la evaluación diagnóstica. Por otro lado, se deberá realizar una "Agenda" de trabajo para la Investigación de Publicitaria, esto a través de un "Torbellino de Ideas". Lo anterior se alcanzará a través del reconocimiento de las metas y objetivos en la siguiente etapa del taller.
-------------------------------------	--

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
- Trabajo final - Evaluación formativa, según considere el coordinador (a): ensayo, entrevista, mapa semántico, mapa conceptual, etc.	- Elaborar y presentar trabajos escolares de manera formal - Elaborar un diseño de investigación que guíe la búsqueda de datos en el entorno.	- "Agenda"
PREVIO (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa	¿Qué? o ¿para qué? Producto grupal
- Entrega de trabajo final - "Torbellino de ideas"	- Desarrollar el juicio de los miembros del grupo - Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de diferentes puntos de vista. - Reconocer en el grupo la fuerza que permite concentrar los esfuerzos y la reflexión sobre las metas y los objetivos de esta etapa.	- "Agenda"
CONSECUENTE (CLASE)		

<b>ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)</b>
El alumno (a) deberá participar en la entrega del trabajo final y a su vez participar en la planeación del trabajo futuro. Por otro lado, éste participará de su propia evaluación formativa, según se decida, y en el momento que se considere más pertinente (previo a la sesión o durante la misma).

<b>ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)</b>
El coordinador (a) hará la evaluación sumativa de acuerdo al trabajo final entregado; también evaluará a cada alumno, en la manera que se considere más pertinente. Por otro lado, asesorará en la organización del trabajo futuro, generación de "Agenda". Esto le permitirá hacer una evaluación diagnóstica.

c  
**FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN**  
**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN**  
**TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II**  
**NOVENO SEMESTRE**

<b>MES:</b>	3
<b>SEMANA:</b>	12
<b>CLASE:</b>	23
<b>TEMA:</b>	Investigación de Auditorios
<b>SUBTEMA:</b>	Conocimiento del entorno, problematización y construcción de observables
<b>TIEMPO SESIÓN:</b>	2   <b>TIEMPO SUMATORIA:</b> 46
<b>OTROS:</b>	
<b>EVALUACIÓN:</b>	<b>DIAGNÓSTICA</b>   <b>FORMATIVA</b> x   <b>SUMATIVA</b>

<b>COMPETENCIA TRANSVERSAL</b>	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	x
	TÉCNICA	
<b>ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL</b>	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	x
	CREACIÓN	

<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b>	Rediseñar el "Mapa Semántico" elaborado en la sesión 8, así como de la "Matriz de Doble Entrada" y/o "Tabla de Especificaciones" (sesión 10) este rediseño será para redireccionar el tema hacia la Inv. De Auditorio. Lo anterior, será a partir de un "Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas" y "Comisión" de diseño. Esta actividad nos permitirá continuar en la búsqueda de la competencia metodológica para la investigación de Auditorios		
	<b>¿Qué?</b> Rediseño "Mapa Semántico" (de sesión ocho) - Rediseño "Matriz de doble entrada" (de sesión diez)	<b>¿A través de qué?</b> "Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas" y "Comisión" de diseño	<b>¿Para qué? competencia particular</b> Competencia metodológica para la investigación de auditorios

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):</b>	El alumno deberá llevar un "Argumento" en el que manifieste su juicio en torno al cruce entre la investigación de mercado, publicitaria y de auditorios, lo anterior será manifiesto de su habilidad para recolectar, analizar y sintetizar información, pero también para elaborar y presentar trabajos escolares de manera formal. Esta actividad le permitirá participar en la reelaboración del "Mapa Semántico" realizado en la sesión 8, pero ahora redireccionado hacia la investigación de Auditorios.
--	--

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):</b>	El grupo reelaborará el "Mapa Semántico" de la sesión 8, así como la "Matriz de doble entrada" y/o "Tabla de Especificaciones" a través de un "Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas" y el establecimiento de una "Comisión" de diseño. Lo anterior se alcanzará a través del juicio de los miembros del grupo, así como del intercambio y la confrontación de diversos puntos de vista.
-------------------------------------	--

<b>¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual</b>	<b>¿A través de qué? Habilidad</b>	<b>¿Para qué? Producto grupal</b>
- Argumento "Ensayo" una hoja	- Seleccionar la información pertinente entre las diversas fuentes informativas. - Analizar los datos. - Elaborar y presentar trabajos escolares de manera formal.	- Rediseño de "Mapa Semántico" (de sesión ocho) - Rediseño "Matriz de doble entrada"
PREVIO (TAREA)		

<b>¿A través de qué? Verbo, actividad</b>	<b>¿A través de qué? Rasgos etapa</b>	<b>¿Qué? o ¿Para qué? Producto grupal</b>
"Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas" y el establecimiento de una "Comisión" de diseño.	- Desarrollar el juicio de los miembros del grupo - Avanzar de manera constante desde los hábitos hasta la teoría asimilada y su empleo práctico. - Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diversos puntos de vista	- Rediseño de "Mapa Semántico" (de sesión ocho) - Rediseño "Matriz de doble entrada"
CONSECUENTE (CLASE)		

ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)
El alumno (a) elaborará un argumento que le permita ser evaluado, así como ubicar el cruce o redirección entre la investigación de mercado, publicitaria y de auditorios.

ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)
El coordinador (a) asesora en la redireccionalidad del problema que se ha venido desarrollando, de la investigación de mercado, hacia la investigación publicitaria y de auditorios; también asesora en el establecimiento de de observables a través del rediseño de la "Matriz de doble entrada" y/o "Tabla de especificaciones" que se ha ya utilizado.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	3
SEMANA:	12
CLASE:	24
TEMA:	Investigación de auditorios
SUBTEMA:	Fundamentación teórica y/o conceptual
TIEMPO SESIÓN:	2   TIEMPO SUMATORIA: 48
OTROS:	
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA   FORMATIVA   SUMATIVA

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	x
	TÉCNICA	
ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	x
	CREACIÓN	

Rectificar/problematizar la "Tabla de Especificaciones" y/o "Matriz de Doble Entrada", lo que permitirá establecer los observables, así como la valoración de los diversos fundamentos teóricos, esto se logrará a través de un "Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas", así como del establecimiento de una "Comisión" de diseño; lo anterior permitirá alcanzar la competencia metodológica para la investigación de auditorios.		
<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b>		
¿Qué? "Tabla de Especificaciones" y/o "Matriz de Doble Entrada" (Rectificar/problematizar)	¿A través de qué? "Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas", "Comisión" de diseño	¿Para qué? competencia particular Competencia metodológica para la investigación de auditorios

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):</b>	El alumno llevará notas, copias, trabajo elaborados, etc., correspondientes a la fase teórica del taller, en esta parte podrá realimentar su marco teórico a través de sus habilidades de recolección y selección de la información; la información con la que cuente le permitirá participar con el grupo en el establecimiento de observables, así como en la valoración de un fundamento teórico.
--	--

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):</b>	Los alumnos establecerán, en la "Matriz de Doble Entrada" y/o en la "Tabla de Especificaciones", las observables de su tema, fenómeno de estudio, lo anterior con los cruces teóricos y/o conceptuales más pertinentes. Todo lo anterior se logrará por medio de un "Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas", y el establecimiento de una "Comisión" de diseño, para lo anterior será necesario propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista.
-------------------------------------	---

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
Notas, copias, trabajos elaborados, etc., correspondientes a la fase teórica del taller	- Recolección y tratamiento de la información. - Resolver problemas académicos	"Tabla de Especificaciones" y/o "Matriz de Doble Entrada" (realimentación y determinación de fundamento teórico y/o conceptual)
PREVIO (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa	¿Qué? o ¿para qué? Producto grupal
"Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas", y el establecimiento de una "Comisión" de diseño	- Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista.	"Tabla de Especificaciones" y/o "Matriz de Doble Entrada" (realimentación y determinación de fundamento teórico y/o conceptual)
CONSECUENTE (CLASE)		

<b>ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)</b>
El alumno (a) llevará información sobre la fundamentación teórica y/o conceptual de su problema; así, a través de su habilidad para recolectar información, así como para resolver problemas académicos, participará en la determinación del producto grupal.

<b>ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)</b>
El coordinador (a) asesorará en la generación de la tabla y/o matriz de doble entrada, misma que servirá para visualizar los posibles cruces entre: las características del fenómeno y los conceptos teóricos vistos en la primera parte del taller.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	4
SEMANA:	13
CLASE:	25
TEMA:	Investigación de Auditorios
SUBTEMA:	Control empírico (diseño y pilotaje)
TIEMPO SESIÓN:	2   TIEMPO SUMATORIA: 50
OTROS:	
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA   FORMATIVA x   SUMATIVA

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	x
	TÉCNICA	
ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	x
	CREACIÓN	

<p>Esbozar el instrumento de recolección de datos (para pilotaje) a través de un "Pequeño Grupo de Discusión" y una "Comisión" de diseño. Lo anterior permitirá continuar en la búsqueda de la competencia metodológica para el desarrollo de la investigación de auditorios.</p>		
<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b>		
<p><b>¿Qué?</b> Rediseño "Mapa Semántico" (de sesión ocho) Rediseño "Matriz de doble entrada" (de sesión diez)</p>	<p><b>¿A través de qué?</b> "Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas" y "Comisión" de diseño</p>	<p><b>¿Para qué? competencia particular</b> Competencia metodológica para la investigación de auditorios</p>

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):</b>	El alumno leerá información, relacionada a la técnica de muestreo, así como un argumento, por escrito, en el que exponga, qué instrumento de recolección de datos considera pertinente, según nuestro planteamiento del problema así como qué tipo de muestreo cree pertinente realizar.
--	--

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):</b>	Los alumnos esbozarán el instrumento de recolección de datos (para pilotaje), éste establecimiento resultará de la "Matriz de Doble Entrada" y/o de la "Tabla de Especificaciones" realizada en sesiones anteriores, así como del "Pequeño Grupo de Discusión" que ahí realicen así como del establecimiento de una "Comisión de Diseño". Para el logro de lo anterior será necesario desarrollar el juicio en el grupo, lo que, en este momento, nos hablará de una asimilación de los conocimientos, desde la teoría asimilada, hasta su empleo práctico.
-------------------------------------	---

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
- Argumento "Ensayo" una hoja	- Seleccionar la información pertinente entre las diversas fuentes informativas. - Analizar los datos. - Elaborar y presentar trabajos escolares de manera formal.	- Rediseño de "Mapa Semántico" (de sesión ocho) - Rediseño "Matriz de doble entrada"
PREVIO (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa	¿Qué? o ¿Para qué? Producto grupal
"Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas" y el establecimiento de una "Comisión" de diseño.	- Desarrollar el juicio de los miembros del grupo - Avanzar de manera constante desde los hábitos hasta la teoría asimilada y su empleo práctico. - Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diversos puntos de vista	- Rediseño de "Mapa Semántico" (de sesión ocho) - Rediseño "Matriz de doble entrada"
CONSECUENTE (CLASE)		

<b>ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)</b>
El alumno (a) presenta información relacionada con la técnica de muestreo, así como un "Argumento" (ensayo 1-2 hojas) en el que exponga qué tipo de muestra, y qué instrumento, sería ideal para resolver la pregunta problema. Esto permitirá realizar la formación formativa.

<b>ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)</b>
Coordinador (a) lleva a los alumnos del Planteamiento del problema, la generación de hipótesis y el establecimiento de observables, hacia la elaboración del instrumento para el control empírico, todo esto mediante un "Debate Dirigido" así como de la observación de los instrumentos metodológicos ya realizados; posteriormente el grupo determinará una "Comisión" de diseño responsable del instrumento (en papel).

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	4
SEMANA:	13
CLASE:	26
TEMA:	Investigación de Auditorios
SUBTEMA:	Control Empírico (desarrollo)
TIEMPO SESIÓN:	2   TIEMPO SUMATORIA: 52
OTROS:	
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA   FORMATIVA   SUMATIVA

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	x
	TÉCNICA	
ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	x
	CREACIÓN	

<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b>	Establecer, rediseñar, el instrumento (según resultados de pilotaje), a través de un "Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas", y una "Comisión" de diseño. Lo anterior permitirá continuar en la búsqueda de la competencia metodológica, para el desarrollo de la investigación de Auditorios		
	<b>¿Qué?</b> "Instrumento" (rediseño)	<b>¿A través de qué?</b> "Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas", y una "Comisión" de diseño	<b>¿Para qué? competencia particular</b> Competencia metodológica para la investigación de Auditorios

**OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):** El alumno participará con su propio juicio y experiencia, en el pilotaje del instrumento.

**OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):** Los alumnos reelaborarán el instrumento de recolección de datos, ésta reelaboración resultará tanto del pilotaje del mismo, y de la revisión de los instrumentos "Matriz de Doble Entrada" y/o "Tabla de Especificaciones", así como del "Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas" y "Comisión" de diseño. Para el logro de lo anterior será necesario desarrollar el juicio en el grupo, lo que, en este momento, nos hablará de una asimilación de los conocimientos, desde la teoría asimilada, hasta su empleo práctico.

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
- Pilotaje del instrumento	Aplicar el diseño de la investigación y los instrumentos de medición, por ejemplo, cuestionarios, cédulas de entrevista y escalas de actitudes.	- "Instrumento" (rediseño)
PREVIO (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa	¿Qué? o ¿para qué? Producto grupal
"Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas" y "Comisión" de diseño	- Desarrollar el juicio de los miembros del grupo - Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista.	- "Instrumento" (rediseño)
CONSECUENTE (CLASE)		

**ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)**

El alumno (a) participará con su propio juicio y según pilotaje de los instrumentos.

**ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)**

El coordinador (a) solicitará el instrumento reelaborado, para ello instará a la realización de un "Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas" y determinación de la "Comisión" de diseño.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	4
SEMANA:	14
CLASE:	27
TEMA:	Investigación de Auditorios
SUBTEMA:	Control empírico (análisis de resultados)
TIEMPO SESIÓN:	2   TIEMPO SUMATORIA: 54
OTROS:	
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA   FORMATIVA   SUMATIVA

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	x
	TÉCNICA	
ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	x
	CREACIÓN	

<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b>	Realimentar el "Mapa Semántico" (sesión 8), esto a través de un "Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas" y "Comisión" de diseño; así como a través de las intuiciones, e información recolectada mediante el instrumento de control empírico. Lo anterior permitirá avanzar en el análisis de los resultados, así como en la búsqueda de la competencia metodológica para el desarrollo de la investigación de auditorios.		
	<b>¿Qué?</b> "Mapa Semántico" (realimentación)	<b>¿A través de qué?</b> "Debate Dirigido" "Torbellino de Ideas" "Comisión"	<b>¿Para qué? competencia particular</b> Competencia metodológica para la investigación de auditorios

**OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):** El alumno llevará: instrumentos aplicados así como el vaciado de resultados.

**OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):** Realimentación del "Mapa Semántico" (que se inició en sesión 8), incluyendo respuestas a la pregunta problema, eliminando hipótesis y quizá generando otras, esto según intuición y datos generados en la aplicación del instrumento de control empírico. La realimentación se llevará a cabo mediante un "Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas" y "Comisión" de diseño. Para la actividad será necesario propiciar la comunicación como medio que permita la confrontación de diversos puntos de vista.

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
Instrumentos aplicados Vaciado de resultados		- "Mapa Semántico", sesión ocho (realimentación)
PREVIO (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa	¿Qué? o ¿para qué? Producto grupal
"Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas" y "Comisión" de diseño	- Desarrollar el juicio de los miembros del grupo - Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista	- "Mapa Semántico", sesión ocho (realimentación)
CONSECUENTE (CLASE)		

**ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)**  
 El alumno llevará los instrumentos que le tocó aplicar así como el vaciado de resultados, esto según previa determinación de "Comisión" de vaciado, o según lo haya determinado el grupo.

**ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)**  
 El coordinador (a) dirige un debate en el que, a partir de intuiciones, así como reconocimiento de la pregunta problema que nos atañe, se obtenga un análisis a priori de los resultados obtenidos. Para la actividad se necesitan los instrumentos metodológicos que se han venido realizando, específicamente el "Mapa Semántico" de la sesión ocho, para ubicar si ya hay una respuesta a la pregunta problema. Posteriormente a través de un "Torbellino de Ideas", así como de una "Comisión" de diseño, se elaborará un boceto para presentación de los resultados.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	4		
SEMANA:	14		
CLASE:	28		
TEMA:	Investigación de Auditorios		
SUBTEMA:	Investigación de Auditorios (entrega de resultados)		
TIEMPO SESIÓN:	2	TIEMPO SUMATORIA:	56
OTROS:			
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA	FORMATIVA	SUMATIVA

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	x
	TÉCNICA	

ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	x
	CREACIÓN	

<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b>	Elaborar un Índice de trabajo final, a manera de "Red Semántica", lo anterior a través de un "Torbellino de Ideas" y una "Exposición informal" de los resultados hasta hoy alcanzados. Lo anterior permitirá continuar en la búsqueda de la competencia metodológica para el desarrollo de la investigación de auditorios.		
	<b>¿Qué?</b> "Red Semántica" (índice de trabajo final)	<b>¿A través de qué?</b> "Torbellino de Ideas" y una "Exposición informal"	<b>¿Para qué? competencia particular</b> Competencia metodológica para la investigación de auditorios

**OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):** El alumno llevará los productos realizados a lo largo de esta etapa, de manera puramente individual así como en sus "Comisiones".

**OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):** Elaboración de un Índice de trabajo final, a manera de "Red Semántica", lo anterior a través de un "Torbellino de Ideas" y una "Exposición informal" de los resultados hasta hoy alcanzados.

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
- Productos realizados de manera individual y en participación por "Comisiones".		- "Red Semántica" Índice de trabajo final
PREVIO (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa	¿Qué? o ¿para qué? Producto grupal
- Exposición informal del trabajo logrado - "Torbellino de ideas"	- Propiciar la comunicación como medio que permia el itnercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista.	- "Red Semántica" (índice de trabajo final)
CONSECUENTE (CLASE)		

**ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)**  
 - El alumno (a) llevará a esta sesión todos los productos que ha realizado, tanto individualmente, como a través de "Comisiones". Lo anterior le ayudará a participar en la sesión, donde habrá de organizarse el trabajo final, formal.

**ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)**  
 - El coordinador (a) verificará la concatenación lógica de los elementos componentes del trabajo grupal; asesorará en la realización de la "Red Semántica" instrumento que permitirá visualizar la ordenación de los elementos así como los posibles faltantes de información.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	4		
SEMANA:	15		
CLASE:	29		
TEMA:	Investigación de Auditorios		
SUBTEMA:			
TIEMPO SESIÓN:	2	TIEMPO SUMATORIA:	58
OTROS:	PUENTE		
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA X	FORMATIVA X	SUMATIVA X

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	X
	TÉCNICA	
ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	X
	CREACIÓN	

<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b>	Entregar el trabajo final, como evaluación sumativa; se realizará también la evaluación diagnóstica y formativa, según el (la) coordinador considere pertinente (entrevista, ensayo, cuestionario. También se tomarán decisiones respecto al siguiente tema, para ello se elaborará una "Agenda", esto a través de un "Torbellino de Ideas", ésta actividad permitirá continuar en la búsqueda de la competencia metodológica para la investigación de Auditorios		
	¿Qué? "Agenda"	¿A través de qué? "Torbellino de Ideas"	¿Para qué? competencia particular Competencia metodológica para la investigación de Auditorios

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):</b>	El alumno habrá de realizar una actividad encaminada a evaluarlo formativamente.
--	--

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):</b>	El grupo entregará el trabajo final, y habrá de realizar una actividad encaminada a la evaluación diagnóstica. Por otro lado, se deberá realizar una "Agenda" de trabajo para la Presentación de Resultados, esto a través de un "Torbellino de Ideas". Lo anterior se alcanzará a través del reconocimiento de las metas y objetivos en la siguiente etapa del taller.
-------------------------------------	---

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
- Trabajo final - Evaluación formativa, según considere el coordinador (a): ensayo, entrevista, mapa semántico, mapa conceptual, etc	- Elaborar y presentar trabajos escolares de manera formal - Elaborar un diseño de investigación que guíe la búsqueda de datos en el entorno.	- "Agenda"
PREVIO (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa	¿Qué? o ¿para qué? Producto grupal
- Entrega de trabajo final - "Torbellino de ideas"	- Desarrollar el juicio de los miembros del grupo - Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de diferentes puntos de vista. - Reconocer en el grupo la fuerza que permite concentrar los esfuerzos y la reflexión sobre las metas y los objetivos de esta etapa.	- "Agenda"
CONSECUENTE (CLASE)		

<b>ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)</b>
El alumno (a) deberá participar en la entrega del trabajo final y a su vez participar en la planeación del trabajo futuro. Por otro lado, éste participará de su propia evaluación formativa, según se decida, y en el momento que se considere más pertinente (previo a la sesión o durante la misma).

<b>ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)</b>
- El coordinador (a) hará la evaluación sumativa de acuerdo al trabajo final entregado; también evaluará a cada alumno, en la manera que se considere más pertinente. Por otro lado, asesorará en la organización del trabajo futuro, generación de "Agenda".

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	4		
SEMANA:	15		
CLASE:	30		
	Presentación ejecutiva		
	Guión, o boceto, de presentación ejecutiva.		
TIEMPO SESIÓN:	2	TIEMPO SUMATORIA:	62
OTROS:			
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA	FORMATIVA	SUMATIVA X

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	
	TÉCNICA	X

ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	
	CREACIÓN	X

<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b>	Bocetar la presentación ejecutiva, esto a través de la actividad "Seminario", lo que re permitirá identificar cómo se hace una presentación ejecutiva, lo anterior estará encaminado al alcance y manifestación de la competencia técnica para la presentación de resultados (ejecutiva).		
	<b>¿Qué?</b> Boceto de presentación ejecutiva	<b>¿A través de qué?</b> "Seminario"	<b>¿Para qué? competencia particular</b> Competencia técnica para la presentación de resultados (ejecutiva)

**OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):** El alumno investigará cómo se hace una presentación ejecutiva: tipos, características, guión, manejo de discurso audiovisual, presentación de datos cualitativos y cuantitativos; lo anterior pondrá de manifiesto su habilidad para la búsqueda, tratamiento y análisis de la información, y será a su vez, el material necesario para participar en la actividad grupal.

**OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):** El grupo entregará un Boceto, sobre qué va a presentar y cómo lo va a presentar, esto será determinado a través de la actividad llamada "Seminario", en primer lugar, y en segundo lugar, a través de un "Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas" y determinación de una "Comisión" expositora. Lo anterior será el resultado final de la integración teoría-práctica, de la expresión y manifestación de todos los recursos alcanzados a nivel grupal: personales, materiales, sociales e intelectuales.

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
Notas, información, ideas de presentación	- Recolectar y proporcionar tratamiento a la información - Analizar los datos, separarlos del contexto en el que se encuentran.	- Boceto de presentación
PREVIO (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa	¿Qué? o ¿para qué? Producto grupal
"Seminario" "Torbellino de Ideas"	- Todos los participantes del proceso educativo, deben emplear todos los recursos de que disponen: personales, materiales, sociales e intelectuales. - Integrar la teoría y la práctica mediante actividades creativas que den como resultado la realización de un producto final que represente el logro de un objetivo.	- Boceto de presentación.
CONSECUENTE (CLASE)		

**ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)**  
 El alumno llevará información sobre cómo se hace una presentación ejecutiva, cuáles son los tipos, los pasos, los requerimientos audiovisuales, así como los requerimientos de información que hacen de la presentación ejecutiva el punto culminante de la investigación mercadológica, sea de mercado, publicitaria o de auditorios.

**ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)**  
 El coordinador (a) hace énfasis en la generación de una presentación concisa, atractiva y útil a los intereses del cliente. Hace hincapié en resolver, a través de imágenes y datos, la pregunta problema que se planteó desde el inicio, así como mostrar las hipótesis que fueron validadas y las refutadas, a través de los datos obtenidos en la investigación mercadológica.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	4
SEMANA:	16
CLASE:	31
	Presentación Ejecutiva
	Presentación de avances
TIEMPO SESIÓN:	3   TIEMPO SUMATORIA: 62
OTROS:	
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA x   FORMATIVA   SUMATIVA

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	
	TÉCNICA	x
ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	
	CREACIÓN	x

<b>OBJETIVO PARTICULAR:</b>	Mostrar avances de la Presentación Ejecutiva (80%), esto a través de una "Exposición" informal y un "Pequeño Grupo de Discusión" que permitirá avanzar en la toma de decisiones estratégicas. Lo anterior estará encaminado al alcance y manifestación de la competencia técnica para la presentación de resultados (ejecutiva).		
	<b>¿Qué?</b> Avances de la presentación 80%	<b>¿A través de qué?</b> "Pequeño Grupo de Discusión" Exposición grupal informal	<b>¿Para qué? competencia particular</b> Competencia técnica para la presentación de resultados (ejecutiva)

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A)):</b>	El alumno, por la "Comisiones" a las que pertenece, presentará sus avances.
--	---

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):</b>	El grupo, presentará los avances de la Presentación Ejecutiva (80%), esto a través de una "Exposición" informal y un "Pequeño Grupo de Discusión" que permita avanzar en la toma de decisiones estratégicas. Lo anterior será el resultado final de la integración teoría-práctica, de la expresión y manifestación de todos los recursos alcanzados a nivel grupal: personales, materiales, sociales e intelectuales; así como de la utilización del lenguaje más conveniente (propio de los medios de comunicación masiva).
-------------------------------------	---

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
- Trabajos individuales - Trabajos por "Comisiones"	- Sintetizar los datos - Emitir y percibir adecuadamente las diferentes formas retóricas según sea la intención (transmitir información, hacer comprender, demostrar, llamar la atención o persuadir) - Usar eficientemente el software computacional pertinente.	Avances de la presentación 80%
PREVIO (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa	¿Qué? o ¿Para qué? Producto grupal
"Pequeño Grupo de Discusión" Exposición grupal informal	- Utilizar el lenguaje de los medios de comunicación masiva en el proceso de creación para promover la perceptividad, criticidad y creatividad - Todos los participantes del proceso, deben emplear todos los recursos de que disponen: personales, materiales, sociales e intelectuales. - Integrar la teoría a la práctica mediante actividades creativas que den como resultado la realización de un producto final que represente el logro de un objetivo.	Avances de la presentación 80%
CONSECUENTE (CLASE)		

<b>ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)</b>
El alumno (a) habrá acordado con el grupo, sobre cómo será su participación en esta sesión; así como cuáles son los productos específicos que deberá llevar (individuales y/o por "Comisiones")

<b>ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)</b>
El coordinador (a) verifica y asesora que se lleve a cabo la presentación de avances, en un 80%. Es importante que realice una evaluación diagnóstica sobre el avance y resultados del grupo.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	4
SEMANA:	16
CLASE:	32
	Presentación ejecutiva
	Presentación ejecutiva
TIEMPO SESIÓN:	2   TIEMPO SUMATORIA: 64
OTROS:	Sesión de evaluación
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA   FORMATIVA   SUMATIVA X

COMPETENCIA TRANSVERSAL	TEÓRICA	
	METODOLÓGICA	
	TÉCNICA	X

ETAPA DE DESARROLLO GRUPAL	INTEGRACIÓN	
	ASIMILACIÓN	
	DISCUSIÓN	
	CREACIÓN	X

OBJETIVO PARTICULAR: Realizar la Exposición Ejecutiva, a través de las diversas comisiones así como del material realizado, lo anterior permitira manifestar la competencia técnica, para la presentación de resultados (ejecutiva).		
¿Qué? Exposición Ejecutiva	¿A través de qué? "Comisiones" y material audiovisual generado	¿Para qué? competencia particular Competencia técnica para la presentación de resultados (ejecutiva)

OBJETIVO ESPECÍFICO (ALUMNO (A):	El alumno, por las "Comisiones" a las que pertenece, presenta y/o contribuye al desenvolvimiento de la Presentación Ejecutiva.
----------------------------------	--

OBJETIVO ESPECÍFICO (GRUPO):	El grupo, o la "Comisión" expositora, realiza la presentación Ejecutiva. En este momento las actividades se centran en la manifestación de los conocimientos adquiridos, así como en la utilización del lenguaje más conveniente (propio de los medios de comunicación masiva).
------------------------------	---

¿Qué? o ¿Para qué? Producto individual	¿A través de qué? Habilidad	¿Para qué? Producto grupal
- Trabajo individual - Trabajo por "Comisiones"	- Emitir y percibir adecuadamente las diferentes formas retóricas según sea la intención (transmitir información, hacer comprender, demostrar, llamar la atención o persuadir) - Usar eficientemente el software computacional pertinente.	Exposición Ejecutiva
PREVIO (TAREA)		

¿A través de qué? Verbo, actividad	¿A través de qué? Rasgos etapa	¿Qué? o ¿para qué? Producto grupal
- "Comisiones" de presentación y organización - "Técnica de riesgo"	- Utilizar el lenguaje de los medios de comunicación masiva en el proceso de creación para promover la perceptividad, criticidad y creatividad - Todos los participantes del proceso, deben emplear todos los recursos de que disponen: personales, materiales, sociales e intelectuales. - Integrar la teoría a la práctica - Reconocer en los miembros del grupo, individuos responsables, capaces de guiar su propio conocimiento, de acuerdo a sus intereses y expectativas.	Exposición Ejecutiva
CONSECUENTE (CLASE)		

ESPECIFICACIONES ALUMNO (A)
El alumno (a) habrá acordado con el grupo, sobre cómo será su participación en esta sesión; así como cuáles son los productos específicos que deberá llevar (individuales y/o por "Comisiones").

ESPECIFICACIONES COORDINADOR (A)
El coordinador (a) verifica y asesora que se lleve a cabo la Presentación Ejecutiva (100%). De esta manera hará una evaluación sumaria final. Es importante que al final se haga la actividad "Técnica de riesgo" con el objetivo de decidir si la investigación va a continuar, de manera extracurricular, si se hará otra Presentación Ejecutiva, o si en esta sesión se da por concluido todo lo referente al problema de investigación y el trato con el cliente en cuestión.

#### 4.3 Notas sobre la estructura del taller

En el desarrollo de las Cartas Descriptivas se observará que:

- Las primeras siete sesiones se desarrollan mediante la estrategia “Seminario”
- De la sesión ocho a la quince el tema será Investigación de Mercado
- De la sesión 16 a la 22 el tema es Investigación Publicitaria
- De la 23 a la 28 el tema es Investigación de Auditorios
- En la sesión siete ya se tiene cliente o tema de investigación
- Las cartas – y el desarrollo del taller – está planeado para desarrollar los tres tipos de investigación con el mismo cliente o tema de investigación. Lo anterior implica que el planteamiento del problema se direcciona hacia los tres temas; el diseño le apuesta a que esto sea posible mediante la identificación del problema, la creatividad y la manipulación de información estratégica. Esto permitirá ahorrar el tiempo, así como sacarle el mayor provecho a la información que genera el grupo de trabajo.
- Finalmente, señalemos que entre cada tema, hay una o dos sesiones que se han llamado “Puente”, misma (s) que son destinadas a evaluar el trabajo y desempeño del grupo y de cada alumno, pero también son sesiones ‘colchón’ que dan tiempo extra al alcance de cada objetivo planteado, así como para planear el trabajo subsecuente. Estos ‘Puentes’, están ya marcados tanto en la Tabla: planeación horaria, como en las Cartas Descriptivas, mismas que se acaban de presentar.

## **Cierre del Capítulo**

En este capítulo se presentó el Taller de Investigación Aplicada II. Una Propuesta desde el Modelo de Educación Basada en Competencias. Como se mencionó al inicio de este capítulo la Presentación es una descripción en lenguaje accesible, y deberá funcionar como medio para divulgar la propuesta; asimismo, las Cartas Descriptivas son básicamente para uso del coordinador (a) del Taller. Lo anterior manifiesta la concreción de la presente propuesta.

## II. Conclusiones

Al desarrollar el *Taller de Investigación Aplicada II. Una propuesta desde el modelo de Educación Basada en Competencias (EBC)*, se hizo una apuesta al diseño de un espacio curricular que permitiera al alumno adquirir la competencia para realizar investigación aplicada, así como desarrollar la habilidad para investigar.

Lo anterior, se considera, permitirá su inserción laboral en diversos espacios que demandan a un egresado de Comunicación con creatividad y visión para encontrar y usar datos estratégicamente, lo que forma parte de la llamada Investigación Aplicada. Así mismo, el diseño de estos espacios curriculares sembraría en el alumno la actitud y habilidad investigativa que podría llevarlo a procurar su formación como investigador en niveles de postgrado.

Ahora bien, para exponer las conclusiones de este trabajo es necesario mirar en primera instancia dos dimensiones: **el temario propuesto del taller**, es decir, las conclusiones de la investigación bibliográfica sobre los contenidos mínimos del programa oficial que nos llevaron a definir dicha propuesta temática; así como **la metodología** que fue necesario seguir para llegar a la concreción de esta propuesta en sus diferentes aristas, es decir, en su corpus teórico, metodológico y técnico-operativo.

Cabe señalar que ambas dimensiones se desarrollaron y construyeron de manera paralela, sin embargo, para fines expositivos se presentarán de manera sucesiva.

En primer lugar observemos aquí el temario propuesto, producto por un lado de la investigación bibliográfica ya mencionada, pero también producto de las necesidades que plantea el diseño curricular visto desde el modelo de la EBC.

Un modelo que nos lleva a considerar los temas o contenidos programáticos, de manera integral, lo que permitirá lograr la movilización de saberes, habilidades, conocimientos, valores, etc., para el logro y demostración de competencias.

Es así que el programa propuesto se presenta de la siguiente manera:

**Materia:** Investigación Aplicada II

**Objetivo General:** El alumno será capaz de practicar las técnicas de la investigación aplicada, en los Estudios Mercadológicos.

**Competencia General a desarrollar en los estudiantes del Taller de Investigación Aplicada II:**

El alumno será competente para desarrollar investigación mercadológica (de mercado, publicitaria y de auditorios), con base en la teoría, metodología y técnica más pertinente.

**Competencias Transversales:** Competencia teórica, Metodológica y Técnica.

**Contenidos Mínimos (Temas), Subtemas<sup>1</sup> y Competencia Transversal implicada:**

<b>Tema</b>	<b>Subtema</b>	<b>Competencia Transversal</b>
1. Investigación Aplicada. Comunicación y Mercado	1.1 Investigación aplicada. Presentación y organización del Taller 1.2 Investigación Aplicada, Comunicación y Mercado	Teórica
2. Estudios Mercadológicos	2.1. Estudios mercadológicos. 2.2 Tres tipos de investigación mercadológica	Teórica
3. Investigación de Mercado	<b>3.1. Conocimiento del entorno</b> <b>3.2 Problematización</b> <b>3.3 Problematización y construcción de observables</b> <b>3.4 Fundamentación teórica y/o conceptual</b> <b>3.5 Control empírico (diseño y pilotaje)</b> <b>3.6 Control empírico (desarrollo)</b> <b>3.7 Control empírico (análisis de resultados)</b> <b>3.8 Investigación de Mercado (entrega de resultados)</b>	Metodológica
4. Investigación Publicitaria	<b>4.1.- Conocimiento del entorno, problematización y construcción de observables</b> <b>4.2 Fundamentación teórica y/o conceptual</b> <b>4.3 Control empírico (diseño y pilotaje)</b> <b>4.4 Control empírico (desarrollo)</b> <b>4.5 Control empírico (análisis de resultados)</b> <b>4.6 Investigación de Auditorio</b>	Metodológica

<sup>1</sup> En el Taller aquí propuesto se retoma la propuesta de Sánchez Puentes en el momento de establecer subtemas en el programa propuesto. El autor establece que la *Arquitectura de la Investigación* sirve para corresponder los saberes prácticos, estrategias y habilidades que están a la base la investigación. Sánchez Puentes propone una arquitectónica que implica: Información del exterior (conocimiento del entorno), un problema, construcción de observables, fundamentación teórico-conceptual, control empírico, comunicación de los resultados obtenidos. Elementos que conforman – de manera no rígida – lo imprescindibles de una investigación.

	<b>(entrega de resultados)</b>	
5. Investigación de Auditorios	<b>5.1 Conocimiento del entorno, problematización y construcción de observables</b> <b>5.2 Fundamentación teórica y/o conceptual</b> <b>5.3 Control empírico (diseño y pilotaje)</b> <b>5.4 Control empírico (desarrollo)</b> <b>5.5 Control empírico (análisis de resultados)</b> <b>5.6 Investigación Publicitaria (entrega de resultados)</b>	Metodológica
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación de resultados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparación (primera fase)</li> <li>• Preparación (segunda fase)</li> <li>• Presentación de los resultados</li> </ul>	Técnica

¿Qué se hizo en el programa propuesto? El objetivo del programa oficial de la materia no fue alterado; se estableció – para fines del abordaje desde la EBC - una Competencia General y Competencias Transversales; así mismo antes de determinar los Temas, se estableció un lenguaje claro entre los siguientes conceptos:

- Investigación aplicada
- Estudios mercadológicos
- Estudios publicitarios
- Estudios de auditorio
- Investigación mercadológica de marketing
- Investigación publicitaria

La revisión bibliográfica de dichos elementos nos permitió establecer primero una diferencia entre la investigación básica y la aplicada, así como establecer una diferenciación entre estudios e investigación; también se investigó el concepto *investigación mercadológica*.

Es así que el programa se delineó hacia la investigación aplicada; se planteó no hablar de estudios, sino de investigación en todo momento en esta propuesta; así mismo se estableció que este tipo de investigación, en primera instancia, debe ser vista desde la Comunicación como campo disciplinario (por eso la importancia del primer tema); también se estableció que la *investigación mercadológica* (concepto utilizado en Latinoamérica), es un tipo de investigación aplicada que busca mirar estratégicamente, medir, hacer observaciones, alterar intencionadamente la lógica del mercado; una lógica que se debate entre múltiples aspectos inherentes al producto o al servicio, al mercado, al consumidor, a la audiencia y sus medios para conocer, para usar, para comprar.

Ahora que hemos expuesto brevemente lo referente al programa, conoceremos los *cómos* de su concepción a partir de tres momentos:

- Las conclusiones teóricas, donde se observarán los hallazgos sobre el modelo educativo en referencia y sus referentes de la psicología del aprendizaje y pedagógicos;
- las conclusiones metodológicas donde observaremos la implicación de los diferentes conceptos extraídos del marco teórico y su imbricación con los instrumentos metodológicos que nos ayudaron a hacer la propuesta del Taller;
- y las conclusiones técnicas donde se hace referencia a los dos productos concretos en los que se materializa esta propuesta: la Presentación del Taller, y las Cartas Descriptivas, productos ambos que son la integración de todos los elementos, es decir, del Taller de investigación Aplicada. Una propuesta desde el Modelo de la EBC.

Después de estos tres momentos se presentan las conclusiones temáticas mismas que se generaron a partir de la experiencia vivida en la revisión y reflexión

sobre los temas implicados en el trabajo de titulación, en este caso, las conclusiones temáticas son sobre la Educación Basada en Competencias.

- **Conclusiones Teóricas:**

Cuando se planteó la idea de realizar un Taller de Investigación fueron varias las interrogantes que teóricamente se plantearon: cómo se aprende a investigar, qué habilidades necesita un investigador, cómo desarrollar dichas habilidades, para qué sirve investigar en el terreno de la Comunicación, cómo impactar curricularmente a los estudiantes de la licenciatura en Comunicación; y finalmente, bajo qué idea sobre educación y procesos de aprendizaje se puede proponer este proceso.

Después de revisar literatura respecto a la didáctica de la investigación – y sobre el proceso de aprendizaje - se concluyó que para comenzar es necesario considerar a la investigación como un proceso que se mejora y aprende de manera progresiva; en el que permanentemente se movilizan diversos elementos, como conocimientos, habilidades, el uso de herramientas, etc., un proceso que es susceptible de lograrse a través de la instrucción formal.

Es decir, a través de espacios curriculares que permitan a los alumnos aprender a investigar. Una actividad de sin duda requiere tanto de conocimientos teóricos sobre la (s) disciplina (s) en referencia, así como del conocimiento de distintos instrumentos técnicos o tecnológicos para acceder, sistematizar y usar la información obtenida.

Sin embargo, ni saber sobre la existencia de diversos instrumentos, ni contar con una bastedad de conocimientos de corte teórico o referencial serían suficientes, si el sujeto no tiene las habilidades suficientes para hacer engranajes pertinentes entre el cúmulo de referentes y el propósito último de su quehacer investigativo.

Es decir, si no integra los elementos hacia productos concretos; llámese trabajo de investigación, investigación aplicada, o desarrollo de estrategias concretas.

En el caso de nuestra disciplina, la investigación en Comunicación es una actividad que parte de la academia, los estudios epistemológicos, las reflexiones sobre los *mass media*, etc., para continuar hacia diversas aristas de la investigación aplicada: como lo son la investigación sobre opinión pública, educación, publicidad, mercado, organizacional, etc.; aristas todas que constituyen espacios de inserción laboral del egresado en Comunicación.

En este sentido, para el egresado, la habilidad de investigar le permitirá vivir los procesos - y el 'día a día' del espacio laboral - de manera más estratégica, tomar mejores decisiones, proponer, o vender soluciones en el entorno laboral, ser más competente.

Y cómo lograr esto en el estudiante de Comunicación, específicamente en el estudiante de la Facultad de Estudios Superiores, Acatlán. Cuál es el espacio curricular para desarrollar una propuesta.

Se retomó la materia de Investigación Aplicada II – que se encuentra en el noveno semestre de los alumnos que eligieron la preespecialidad de Investigación y Docencia – porque este espacio del currículo permite: engranar por un lado los conocimientos adquiridos durante toda la carrera; porque esta materia permite ubicar perfectamente un 'para qué' de la investigación (para intervenir en la lógica e intereses del mercado); y porque los alumnos están a un paso del egreso, por lo que es oportuno desarrollar estrategias que les permitan arribar a competencias valoradas en el mundo laboral.

Bajo esta preocupación referente a lo laboral se eligió trabajar desde el modelo de Educación Basada en Competencias (EBC). Un modelo que tiene una vastedad de literatura, de visiones, de formas de conceptualizar a la competencia en sí y de

formas para arribar a ella; que son tantas como los docentes, teóricos, críticos; tantas, como políticas educativas, latitudes, intereses, etc., por los que ha transitado.

Sin embargo, se observa que en el modelo prevalece una clara intención de integrar a los sujetos al entorno laboral de manera sustentable, para beneficio de sí mismos y del ambiente que los rodea. Un proceso que requiere de entornos curriculares que permitan construir competencias, acercándolos a espacios de simulación o inmersión laboral, un proceso centrado en el aprendizaje que moviliza diversos elementos como: habilidades, conocimientos, actitudes.

Cabe señalar que no se hizo en este trabajo referencia a ninguna Norma Técnica de Competencia Laboral (NTCL) ni a ninguna Norma Institucional (NIE), ya que no se encontró ningún referente de éstas hacia la Investigación Aplicada; por otro lado, un abordaje explícito de una de estas Normas nos remitiría al entorno de la Educación Basada en Normas de Competencia Laboral (EBNC), y no a la Educación Basada en Competencias (EBC); por lo anterior, es necesario remarcar que las Normas como referentes curriculares son elementos de los que podemos prescindir cuando hablamos del modelo de la EBC.

Ahora bien, para la realización del *Taller de Investigación Aplicada II. Una propuesta desde el modelo de Educación Basada en Competencias (EBC)* es necesario caracterizar este modelo y a la Competencia, desde la postura teórica del aprendizaje más pertinente a los objetivos tanto institucionales, como los inminentes al desarrollo laboral del egresado y las dinámicas laborales a las que se enfrentará.

Es por ello que en el segundo capítulo de este trabajo se trabajó en la caracterización de ambos elementos: EBC y Competencia; una caracterización enmarcada en la vertiente teórica del Cognoscitivismo, vertiente que señala que el aprendizaje se adquiere:

1. de manera significativa
2. y según los intereses del individuo;
3. bajo un marco de instrucción establecida (instrucción formal);
4. así como mediante la consideración de los elementos ambientales y de mediación con éste.

En la figura 2.5 se implican estos elementos.

# Modelo de Educación Basada en Competencias, desde el Cognoscitivism

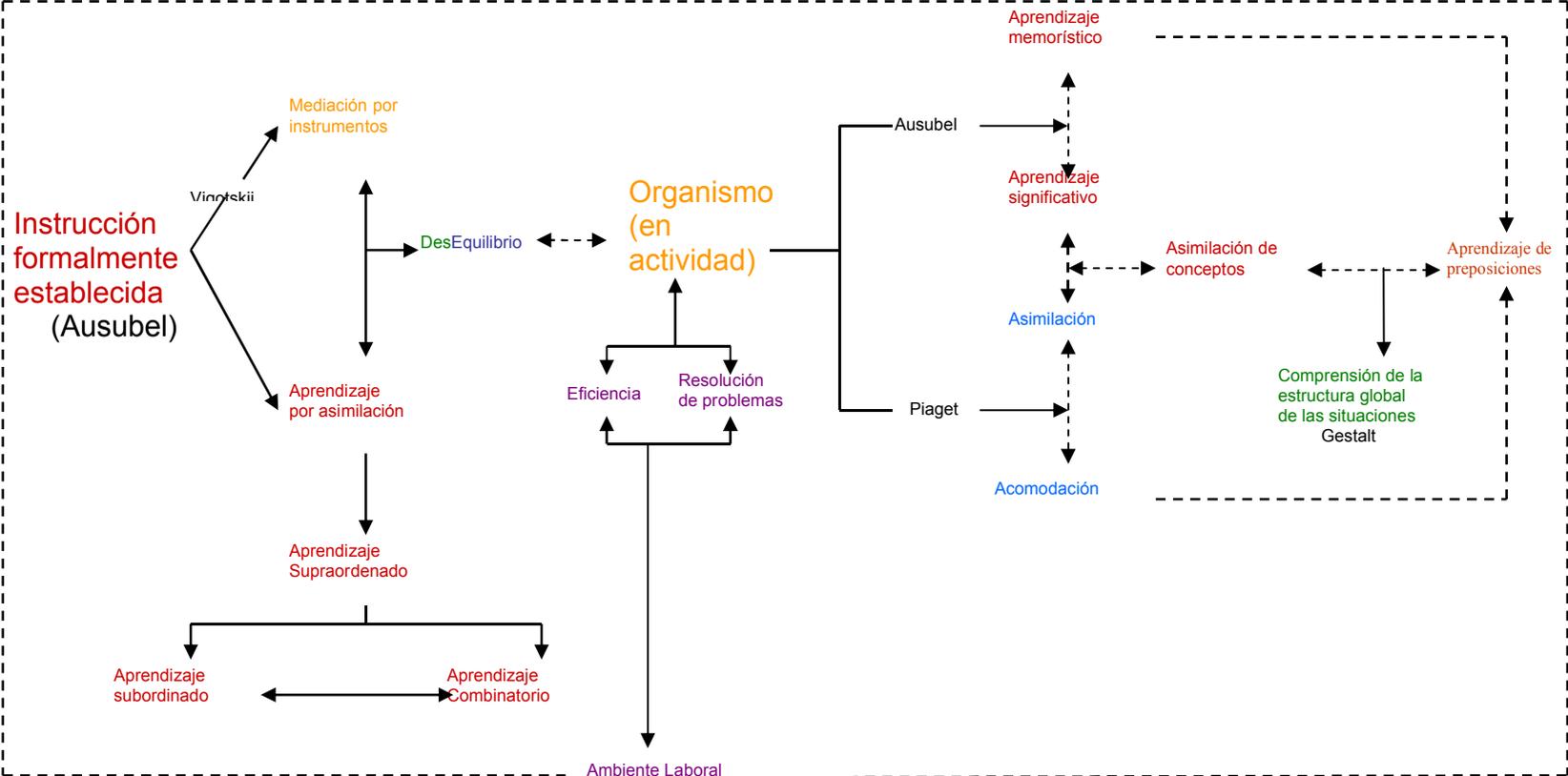


Figura 2.5  
PGL

La figura expuesta integra elementos extraídos de las teorías cognitivas presentadas<sup>2</sup>, y se hace una intersección de éstos y la EBC; por otro lado, esta figura nos permite ver de manera gráfica, cómo es que cada uno de los autores retomados en el marco teórico, se articulan para lograr un solo objetivo: caracterizar a la EBC desde el cognoscitivismos.

Para leer este modelo ubicaremos con color verde a la Gestalt; con azul lo referente a Piaget y su Teoría de la equilibración; Vigotskii: Aprendizaje de conceptos, en anaranjado; y finalmente, Ausubel, la Teoría del aprendizaje significativo, en color rojo. Las implicaciones de EBC, se hallarán en color morado.

Para efectos de este trabajo de titulación y en concordancia con lo ahora expuesto, se caracterizó a la EBC como:

**Un proceso de instrucción formalmente establecido - intencional, permanente y organizado - que permite al individuo desarrollarse de manera integral, aprender, comprender, hacer interpretaciones, solucionar problemas, para beneficio suyo y de la sociedad en la que se encuentra; además de interactuar y crear conforme a las posibilidades, exigencias y necesidades del ambiente laboral que se le presenta.**

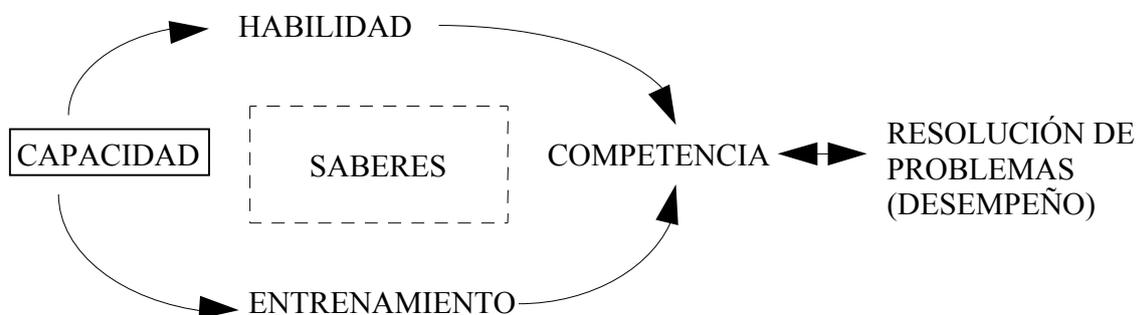
Sin embargo, esta caracterización no nos es útil si ésta no arriba a la consideración de la competencia en sí. Es por ello que también articulando los elementos de nuestra caracterización de la EBC, así como retomando diversas definiciones de la competencia – en sus diversos modelos y latitudes – se determinó describir a la competencia como sigue a continuación:

---

<sup>2</sup> POZO, José Luis. Teorías Cognitivas del Aprendizaje. Ed. Morata. Novena Edición. España 2006. Las teorías cognitivas aquí presentadas como cognitivas; son aquellas que fueron agrupadas y presentadas como tal por el autor en el libro referido.

**La competencia es un conjunto de capacidades, habilidades y saberes, que el sujeto desarrolla, utiliza y/o combina en un contexto laboral determinado, con el objetivo de resolver problemas de manera responsable, y a partir del entrenamiento (instrucción) más pertinente.**

En el siguiente modelo podremos observar gráficamente los elementos de la competencia:



*Figura 2.6 Elementos de la Competencia.*  
PGL

Este modelo está inspirado en el trabajo desarrollado por René Federico Cuellar en su trabajo de titulación llamado *Propuesta para la Titulación: Examen Global de Conocimiento en la Carrera de Comunicación de la ENEP Acatlán, con el Enfoque de Educación por Competencias*; así como en la literatura sobre EBC y referentes del Cognoscitivismo.

Aquí se hizo una representación de los elementos que forman parte de la competencia, elementos que se articulan y se fortalecen de manera constante, sobre todo lo referente a la habilidad, los saberes y el entrenamiento; ya que la **capacidad**, y es importante señalarlo, está ya implicada en la genética y capacidades físicas del sujeto, por lo que no son susceptibles a la intervención.

No así las habilidades, el entrenamiento, y los **saberes**, mismos que sí se modifican, o podrían modificar, a través de la instrucción formal más pertinente. Respecto a los saberes debemos resaltar que estos crecen, se articulan, y se usan de manera constante, lo que los hace ser significativos.

De todos los elementos que componen a una competencia, es el referente a las **habilidades**, es uno de los más importantes; pues a través de éstas los alumnos buscan, movilizan, engranan, adquieren elementos, cohesionan datos, usan instrumentos, etc., que le serán útiles en su proceso de construcción del proyecto de investigación. Partiendo en los conceptos sobre habilidades, podemos concluir a una habilidad como un proceso cognitivo y la manifestación del mismo en diversos momentos intelectuales o procesos socioafectivos.

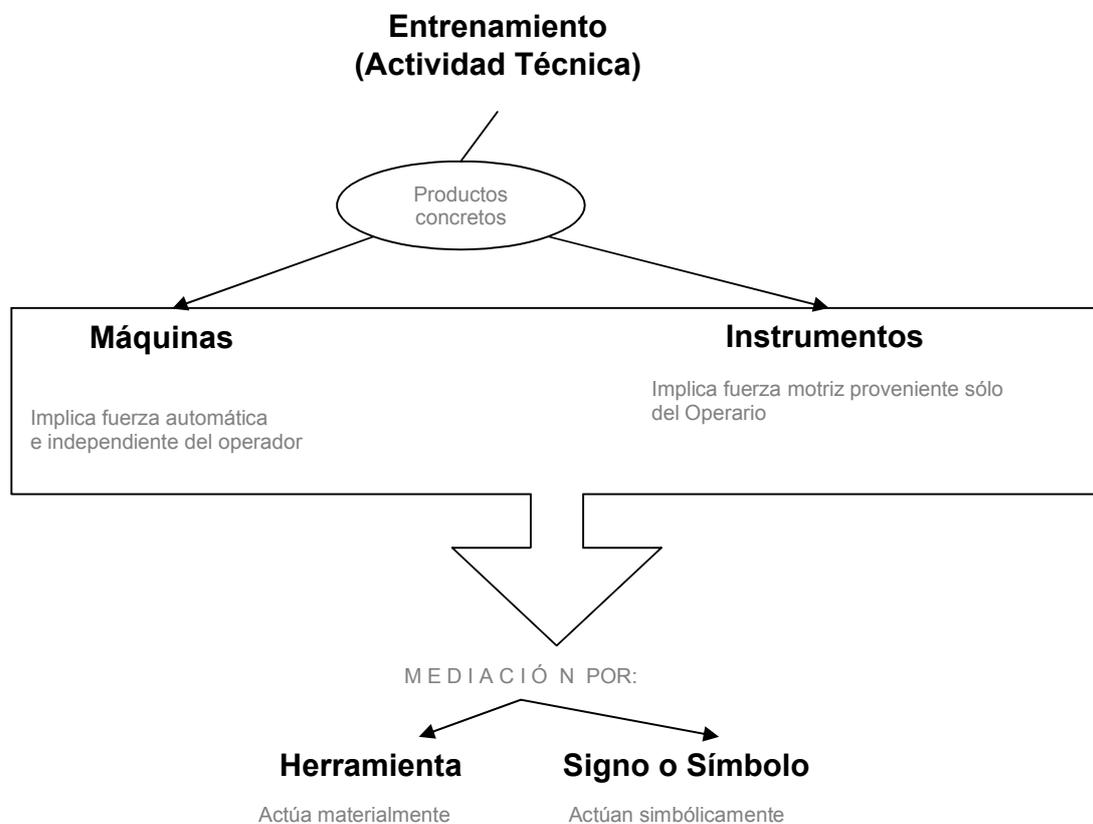
Por lo que a propósito de ello, se ha referido al artículo *El papel de la Comunicación Educativa dentro de la Sociedad Compleja*, de Armenta Fraga; dicho artículo muestra una serie de rasgos ubicados en ocho **habilidades** intelectuales; estos son:

1. Recolectar y proporcionar un tratamiento a la información
2. Traducir un mensaje de un código
3. Adaptarse a los procesos individuales, de grupo y contextuales
4. Poner en práctica los modelos recurrentes
5. Resolver problemas académicos
6. Abstractar o conceptuar
7. Explicar los conocimientos
8. Aprender

Elementos que se implican o pueden implicar al momento de realizar un trabajo de corte investigativo. Y es que investigar requiere de un cúmulo de habilidades que nos remiten a los que usa un artista, un arquitecto o un científico; es decir, un

creador que se mueve entre los datos y su sentido creativo para hacerlos coincidir, para encontrarlos y para mostrarlos de la mejor forma.

Respecto al **entrenamiento**, otro de los elementos de la competencia, cabe señalar que referimos a éste en el carácter de conocimiento y uso constante de diversos productos concretos – máquinas y/o instrumentos – que permitan al operador lograr la mediación y manipulación a través de su actuar, es decir, actuar material o simbólico en el contexto.



Por lo anterior, como se señala en el marco teórico de este trabajo se pensará en Entrenamiento, como en la intervención, por Instrucción, para la utilización e **internalización progresiva de instrumentos mediadores**, mismos que tiene y adquiere el individuo de manera constante, en beneficio y búsqueda de un

producto competente, por ejemplo para la Investigación Mercadológica, materia en la que se enclava la presente propuesta.

Es así que enumeramos en este trabajo once de éstos instrumentos mediadores:

- Mapa conceptual
- Mapa semántico
- Red conceptual
- Red semántica
- Modelo
- Matriz de doble entrada
- Agenda
- Tabla de operacionalización
- Resumen, ensayo
- Géneros periodísticos
- Técnicas de investigación: instrumentos cualitativos y cuantitativos

Cada uno de ellos tiene diversos usos, características y beneficios. El conocimiento y entrenamiento en la manipulación de la información a través de éstos da al estudiante un bagaje técnico para actuar sobre el ambiente, manipular datos, encontrar, comunicar, construir una investigación.

Finalmente, y también haciendo referencia a la figura 2.6 donde visualizamos que la competencia es un conjunto de **capacidades, saberes, habilidades, entrenamiento**; observaremos que ésta se va a demostrar, o se puede demostrar, en diversos productos, **desempeños**; o dicho de otra manera, que se demostrará en el planteamiento y **resolución de diversos problemas de investigación**, en nuestro caso de los referentes a la investigación aplicada.

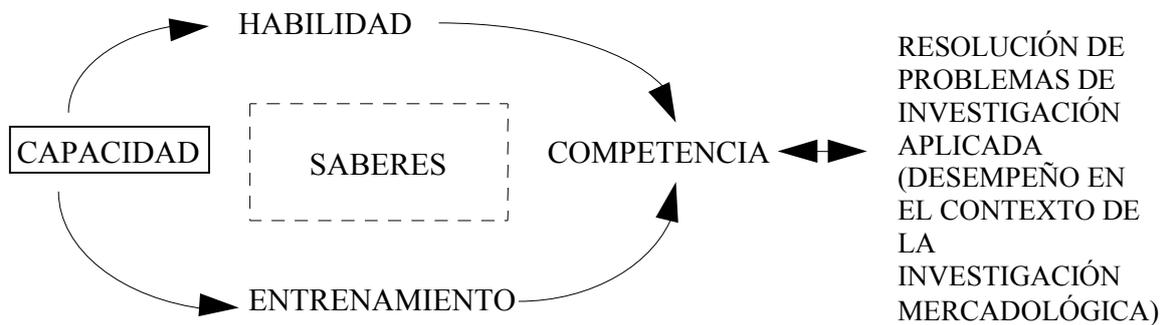


Figura 2.6.1 Elementos de la Competencia-Investigación Aplicada  
PGL

Sin embargo, para diseñar un taller basado en EBC, no es sólo preciso ubicar qué es una competencia, qué la compone, cuáles son sus tipos – todo lo anterior desde una postura teórica - sino también es pertinente establecer un marco que nos ayude a ubicar el desarrollo integral del sujeto, así como del grupo de trabajo en el que se impactará el taller. Lo anterior nos da una vuelta de tuerca para observar el logro de la competencia no sólo a través de lo que logra el sujeto, sino más bien lo que logra él y su equipo de trabajo.

Es por ello que en el marco teórico del trabajo es preciso establecer dos ejes: el eje **Eje Teórico del Aprendizaje** del que se acaban de enumerar sus conclusiones; así como un **Eje Teórico Pedagógico**, que permite visualizar el proceso de la EBC, dentro de un modelo de crecimiento y de comunicación grupal, un elemento de suma importante para la realización de la secuencia y programación didáctica que presenta el taller.

Nos referimos con esto a los elementos de la **Educación Integral (Pestalozzi)**, así como a las **Etapas de Desarrollo Grupal**, es decir, al modelo de comunicación educativa que establece cuatro etapas de desarrollo grupal: Integración, etapa de Asimilación, Discusión y Creación.

De la Educación Integral se resalta que ésta es de especial importancia puesto que nos permite concebir una línea pedagógica que de manera *a priori* guiará el trabajo de diseño curricular.

Y es que pensar en un taller basado en el modelo de la Educación Basada en Competencias, podría remitirnos a visiones apocalípticas del pragmatismo, funcionalidad y la capacitación de mano de obra; sin embargo, plantear a dicho modelo de manera integral y procurando el desarrollo y florecimiento continuo del estudiante en sus dimensión intelectual (espíritu), psicomotora (manos) y afectiva (corazón); nos permitirá hacer un engranaje humanista, sustentable y de beneficio para el sujeto y para el ambiente que lo rodea.

Señalamos aquí que el elemento afectivo (corazón), no fue sistematizado en ningún momento de esta propuesta y que la intervención del mismo no es elemento explícito en esta propuesta.

Por otro lado, de lo referente a las Etapas de Desarrollo Grupal; estas fueron de vital importancia para diseñar el crecimiento del Taller, así como la estrategia didáctica planteada en el mismo. Ya que ésta se concibió en los cuatro momentos que señala el modelo.

Es así que la integración, la asimilación, la discusión y la creación funcionaron como momentos que permitirán al grupo integrarse eficientemente, asimilar de manera significativa conocimientos sobre la investigación aplicada; generar discusión, de aquella que permite a un grupo, aprender, crecer, crear; lograr competencias.

En el capítulo dos se describen ampliamente estos elementos del Eje Teórico Pedagógico; sin embargo, la utilidad de los mismos se puntualiza y concluye significativamente en la triada metodológica que para esta tesis se ha desarrollado y que ahora mencionamos brevemente:

1. **Tabla: Planeación Teórico-Didáctica:** donde se hace el engrane de los dos ejes que hemos descrito y concluido; pues veremos hacia cada sesión de las 32 que compone el taller, la interrelación existente entre el eje teórico del aprendizaje y el pedagógico. En el referente al aprendizaje se implicarán los elementos de la competencia, y en el pedagógico se hará un cruce de éstos tanto con los elementos de la educación integral, así como con las etapas de desarrollo grupal.
2. **Tabla: Planeación horaria:** donde se observa la concordancia entre los objetivos del taller, las competencias, general y transversales; y la planeación horaria de cada momento.
3. **Cartas Descriptivas:** en este documento se produce el impacto de la conceptualización, de los hallazgos teóricos, los engranes metodológicos, la tematización y el tiempo, hacia cada una de las sesiones que compone el taller.

En los tres elementos, el abordaje se hizo sin perder de vista grandes elementos: la educación integral, el mirar el aprendizaje desde los postulados del cognoscitivismo, así como las etapas de desarrollo grupal y el tiempo marcado en el calendario escolar; todo esto unido con un sólo objetivo: la construcción de competencias para el desarrollo de investigación mercadológica (investigación de mercado, auditorio y publicitaria); una competencia que impacta en el campo de inserción laboral del egresado de Comunicación.

Dentro del corpus teórico también fue necesario hacer hincapié en los aspectos referentes a la evaluación y a dinámicas grupales pues éstos son elementos que nos permiten pensar la concreción del taller a nivel aula, así como operar los ideales supuestos, hacia cada una de las cartas descriptivas.

Al respecto se concluye que es importante manejar la evaluación integradora, una evaluación de tipo: sumativa, formativa y diagnóstica (lo que se señalará en cada

Carta Descriptiva). Sin embargo, cabe señalar, aun quedó mucho por hacer en el terreno de la evaluación por competencias, un espacio que nos remitiría la generación de instrumentos específicos, llámese listas de cotejo, guías de observación, lineamientos para la elaboración de portafolios de evidencias, etc.

- **Conclusiones Metodológicas:**

Como ya se comentó, para llegar a la concreción del taller es necesario realizar al menos tres instrumentos: (1) el que permite el diseño teórico-pedagógico, (2) el que permite ubicar la distribución horaria a cada objetivo; (3) y el que permite finalmente comunicar al docente el cómo de la concreción áulica del taller, es decir la Carta Descriptiva. Tres elementos imprescindibles para la fundamentación, desarrollo y puesta en práctica del Taller. **Veamos el instrumento número uno (Tabla: Planeación Teórico-Didáctica):**

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:		
SEMANA:		
CLASE:		
TEMA:		
SUBTEMA:		
TIEMPO SESIÓN:		TIEMPO SIMULATORIA:
OTROS:		
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA:	SUMARIA:

		TEORÍA PEDAGÓGICA						
		EDUCACIÓN INTEGRAL			ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL			
		A. INTELECTUAL	A. PSICOMOTORA	A. AFECTIVA	INTEGRACION	ASIMILACIÓN	DISCUSIÓN	CREACIÓN
TEMA CONCEPTO DEFINICIÓN	CONTENIDOS							
	OBJETIVOS							
	INDICADORES							

En este ubicamos la interrelación – hacia cada sesión – de los ejes abordados en el marco teórico: el eje teórico, el eje pedagógico; observamos también los elementos teóricos remitidos en cada eje, así como los conceptos inmanentes a cada uno de estos.

Así en el **diseño de esta tabla** visualizamos cómo hacia cada una de las sesiones tienen impacto:

1. Los elementos de la competencia (enmarcados desde el cognoscitivismo)
2. Los elementos de la Educación Integral
3. Las etapas de desarrollo grupal

Por otro lado para **desarrollar cada tabla** (una por sesión) se hizo referencia a lo abordado en el marco teórico: Perfil de Habilidades (ocho habilidades y sus rasgos correspondientes); instrumentos (para el llenado se refirió a la serie de once instrumentos descritos en el marco teórico); saberes (específicamente los referentes a la investigación mercadológica). Estos elementos se cruzaron con los elementos de la Educación Integral.

A su vez, para el desarrollo se retomaron estrategias grupales del libro *Dinámica de Grupos y Educación* de Cirigliano. Así como los rasgos de las etapas de desarrollo grupal establecidos por González Laura. Vamos a ver un ejemplo desarrollado de la tabla en referencia.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	1		
SEMANA:	4		
CLASE:	8		
TEMA:	Investigación de Mercado		
SUBTEMA:	Problemática		
TIEMPO SESIÓN:	2	TIEMPO SUMATORIA:	16
OTROS:			
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA:	FORMATIVA:	SUMARIA:

		TEORÍA PEDAGÓGICA								
		EDUCACIÓN INTEGRAL			ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL					
		A. INTELLECTUAL	A. PSICOMOTORA	A. AFECTIVA	INTEGRACIÓN	ASIMILACIÓN	DISCUSIÓN	CREACIÓN		
TEORÍA DEL APRENDIZAJE	CONSTRUCCIONES	Resumen, notas, copias, entrevistas, etc.					<ul style="list-style-type: none"> <li>"Pequeño Grupo de Discusión"</li> <li>"Tortillero de ideas"</li> <li>"Comisión" de diseño</li> </ul>			
	INTERACCIONES					<ul style="list-style-type: none"> <li>"Mapa Semántico" Retroalimentación del mapa de la sesión anterior</li> </ul>				
	PROCESOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recolectar y proponer un tratamiento a la información</li> <li>- Seleccionar la información pertinente entre las diversas fuentes informales</li> </ul>					<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promover la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista</li> </ul>			

En esta tabla desarrollada podemos ver el cruce de los elementos ya descritos.

Por otro lado, **El instrumento dos (Tabla: Planeación Horaria)**. Este instrumento permite visualizar el tiempo que se dispone para el alcance de cada competencia, de la general, las particulares y la implicación de las transversales en cada uno de los momentos.

Éste se plantea como una matriz de doble entrada en la que en el eje vertical se encuentran los temas y el tiempo destinado al semestre (32 sesiones); por otro lado en el eje horizontal se encuentran diversos elementos que permiten operacionalizar el abordaje de cada objetivo particular y específico del taller, así como las horas necesarias para demostrar la competencia general y las transversales referidas.

Este es el modelo general de la tabla:

Mes	Semana	Sesión	Tema	Subtema	Objetivo General Taller (Programa Propuesto)	Objetivo Particular (Sesión)	Objetivo Especifico (Tarea-Alumno)	Objetivo Especifico (Sesión-Grupo)	Carga horaria por Tema	Carga horaria total (Programa Oficial de la Materia)	Carga horaria Competencia Teórica (Transversal)	Carga horaria Competencia Metodológica (Transversal)	Carga horaria Competencia Teórica (Transversal)
		Sesión 1											
		Sesión 2											
		Sesión 3											
		Sesión N... (32 sesiones)											

Esta tabla permite hacer de cada sesión una integración constante y progresiva de competencias; así como del crecimiento del grupo de trabajo. Ya que por un lado observamos la competencia general; el trabajo extraclase (Objetivo Especifico Tarea-Alumno), y la implicación de éste hacia lo que debe alcanzar el grupo en

cada paso que de hacia el alcance de la competencia (Objetivo Específico Sesión-Grupo).

Veamos finalmente el **tercer instrumento (modelo de Carta Descriptiva)**, mismo que diseñado específicamente para desarrollar el taller. Este diseño implica elementos del marco teórico (elementos de la competencia, competencia transversal, etapa de desarrollo grupal); también integra elementos del marco referencial (la ubicación curricular del taller, horas – se planteó que hubiera dos clases de dos horas cada semana, de las 16 semanas que generalmente establece el calendario escolar oficial - mes, semana, clase).

A su vez, el desarrollo de esta carta no es posible si no contamos con los instrumentos metodológicos ya descritos puesto que los mismos son insumos que nos permiten integrar saberes, habilidades, instrumentos, objetivos (clase, extractase), tiempos, crecimiento del grupo (secuencia, desarrollo comunicativo y de aprendizaje colaborativo en el aula).



Es así que esta Carta Descriptiva funcionó para visualizar la dimensión individual y grupal para el logro de la competencia general que se planteó en este taller de investigación aplicada, misma que se concreta no sólo en 32 cartas (una por clase) sino también en una Presentación del Taller.

- **Conclusiones Técnicas:**

Como ya se mencionó esta propuesta se concreta en dos productos fundamentales: la **Presentación del Taller, y las Cartas Descriptivas**. Ambos permiten al usuario ubicar los fundamentos e introducirse en el Taller, así como desarrollar la propuesta en un salón de clases.

La presentación, cabe aclararlo, tiene carácter de difusión, y va dirigidas tanto al coordinador como al estudiante; las Cartas son básicamente para consumo del coordinador (a).

Respecto a la Presentación del Taller, es necesario resaltar que en ésta es básico hacer una descripción general del taller, hablar sobre cuál es su estructura, cuáles son sus objetivos, cuál es la (s) competencias que aborda, cuáles sus temas y subtemas, cómo se va a evaluar, así como hablar sobre el perfil del egresado y su perfil de competencias. También es necesario hablar sobre el perfil de ingreso de los participantes.

Aquí señalaremos que al coordinador(a) se le concibe básicamente como alguien que facilita el aprendizaje; y a los alumnos como sujetos responsables, íntegros, que desarrollan estrategias para aprender y usar sus conocimientos.

En esta propuesta se presentan trece puntos que describen el Taller, mismos que dan al usuario final – coordinador, alumno - una introducción a las bases y la dinámica del Taller.

Los 13 puntos que describen y presentan el taller son:

- 3.1.1 Descripción General
- 3.1.2 Descriptores formales del taller
- 3.1.3 Objetivo General del Taller de Investigación Aplicada
- 3.1.4 Competencia general y Competencias transversales del Taller de Investigación Aplicada II
- 3.1.5 Objetivos Particulares
- 3.1.6 Objetivos Específicos
- 3.1.7 Perfil de ingreso de los participantes
- 3.1.8 Especificaciones a la estructura del Taller
- 3.1.9 Programación: temas, subtemas y competencias
- 3.1.10 Productos concretos a desarrollar en cada fase del Taller
- 3.1.11 Evaluación
- 3.1.12 Perfil del egresado del Taller de Investigación Aplicada II
- 3.1.13 Perfil de Competencias del egresado del Taller de Investigación Aplicada II

Estos tres elementos nos permiten presentar y describir al taller desde su punto de partida - la Educación Basada en Competencias - y en su cónclave curricular: la materia de Investigación Aplicada II

Por otro lado, las Cartas Descriptivas (32) darán al docente una guía de planteamiento didáctico y planteamiento horario para el desarrollo de cada una de las sesiones. Sin embargo, se hace hincapié en que las Cartas no son de carácter perceptivo, sino más bien una guía que se adaptará y flexibilizará, según las necesidades y las dinámicas del grupo de trabajo, siempre y cuando todo sea conducido hacia el logro del objetivo y la demostración de la competencia general que se ha marcado en él.

Tanto la Presentación del Taller, así como las Cartas Descriptivas, se encuentran en el Capítulo Cuatro de este trabajo. Y estos productos son el resultado final de todo el trabajo aquí presentado.

- **Conclusiones Temáticas:**

Finalmente, la experiencia vivida en el desarrollo del presente trabajo nos permitió generar conclusiones respecto al tema de la Educación Basada en Competencias.

Se puede decir que este modelo busca beneficiar al país con sujetos íntegros que participen activamente en la economía bajo el supuesto del desarrollo sustentable, en concordancia con ellos mismos, con su localidad y su país; un país que requiere el desarrollo de investigación aplicada de manera continua y permanente, lo que generaría información estratégica para la toma de decisiones.

Sin embargo, éste modelo representa todavía muchos retos en cuanto a su conceptualización y operatividad. Es así que aún hace falta establecer marcos que permitan no sólo establecer referencias únicas – sea a través de la normalización y/o el establecimiento de perfiles de egreso diseñados por competencias - sino también en lo que refiere a la planeación curricular y al establecimiento de estrategias didácticas.

Al plantear a la EBC como un reto nos invita a repensar el proceso educativo, en concordancia con el complicado proceso social y laboral; por otro lado, la EBC enclavada en la sociedad de la información, nos lleva a considerar la emergencia de los múltiples perfiles profesionales y a mirar a este tiempo, tiempo de información y nuevas tecnologías, como una oportunidad para construir y proponer de manera constante. Proponer por ejemplo, cómo aprender, cómo enseñar, cómo y para qué hacer investigación en Comunicación, cuando después de tantos datos, tantas imágenes, y tantas cosas, a veces parece que ya todo está dicho.

### **III. Fuentes de Información**

ARGUDÍN, Yolanda. Ecuación Basada en Competencias. Nociones y Antecedentes. Editorial Trillas. México, 2007.

AKER, David A. Investigación de Mercados, México, Editorial Mc Graw Hill, 1989.

BAENA, Paz Guillermina. Instrumentos de Investigación. Manual para Elaborar Trabajos de Investigación y Tesis Profesionales. Editores Mexicanos Unidos. S.A. México, Octava Edición 1982.

CASANOVA, María Antonia. Manual de Evaluación Educativa. Editorial La Muralla S.A. Madrid, 1995.

CIRIGLIANO, Gustavo J.F . Dinámica de Grupos y Educación. Argentina. Editorial Humanitas. 16 Edición. 1966.

Colección Desarrollos en Investigación en Educación. El Oficio de Investigar. Educación y Pedagogía frente a Nuevos Retos. No. 3 UPN Bogotá. Julio 2002.

Comprensión y Razonamiento verbal. Bachillerato Propedéutico Estatal. México 1997.

DARREL, Lucas. La Efectividad Publicitaria. Argentina. Editorial El Ateneo. 1969.

DIAZ, Barriga Frida y Hernández Rojas Gerardo. Estrategias Docentes para un Aprendizaje Significativo. México. Editorial Mc. Graw Hill 2001.

Dirección General de Educación Tecnológica Industrial. Prueba Experimental del Modelo EBC DGETI. México, 1998

División de Humanidades. Jefatura del Programa de Periodismo y Comunicación Colectiva. Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación Tomo I. Naucalpan, Estado de México, 1997.

División de Humanidades. Jefatura del Programa de Periodismo y Comunicación Colectiva. Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación Tomo II. Naucalpan, Estado de México, 1997.

División de Humanidades. Jefatura del Programa de Periodismo y Comunicación Colectiva. Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación Tomo III. Naucalpan, Estado de México, 1997.

FLORES, Ochoa Rafael. Hacia una Pedagogía del Conocimiento. México. Editorial McGraw Hill.

GALAGOWSKY, Kurman Lydia R. Redes Conceptuales, Aprendizaje, Comunicación y Memoria. Editorial Lugar Editorial . Colombia.

GREEN, H. Investigación de mercados. México. Ed. Prencite Hall, 1988.

JANY Nicolás, José. Investigación Integral de Mercados, Un Enfoque de Cara el siglo XXI, Editorial McGraw Hill. Segunda edición. Colombia, 2001.

JORDY A., Jauset La Investigación de Audiencias en Televisión. Fundamentos Estadísticos. Editorial Paidós Papeles de Comunicación 28. España 2000.

KOTLER y Amstrong. Fundamentos de Mercadotecnia. México, Ed. Prentice May. 1991.

LEÑERO, Vicente y Marín Carlos. Manual de Periodismo, Editorial Grijalbo. México 1986.

LONDO, David. Comportamiento del Consumidor, México, Ed. McGraw Hill., 1993.

MESTRE, Miguel. Términos de Marketing. Diccionario. Base de Datos. SANTESIMASES, Ediciones Pirámide. Madrid, 1966.

MYTTON, Graham. Handbook on radio and television audience research. BBC World Service Training Trust. UNICEF. United Kingdom, 1999.

MOYA, Eugenio. Critica de la razón Tecnocientífica. Madrid. Editorial Biblioteca Nueva 1998.

PESTALOZZI. Juan Enrique. Canto del Cisne. Editorial Porrúa Número. 369. México, 1996.

POZO, José Luis. Aprendices y Maestros. 1996 Madrid. Editorial Alianza.

POZO, José Luis. Teorías Cognitivas del Aprendizaje. Editorial Morata. Séptima Edición. Madrid 2006.

Prueba Experimental del Modelo EBC Educación Basada en Normas de Competencia. Dirección General de Educación Tecnológica Industrial. México 1998.

QUEZADA, Rocío. Estrategias para el Aprendizaje Significativo. Guía del Estudiante. Editorial Limusa. México, 2007.

QUIRÓZ, Esthela Ma. Hacia una Didáctica de la Investigación. Editorial Aula. México 1993

R.G. MURDICK. Mercadotecnia. By Special Agreement with BarCharts, Inc. Copyright BarCharts, Inc., 2002. USA. Traducción MEZA, Estaines Guadalupe. México 2002, para ed. Grupo Patria Cultural, S.A. de C. V.

SÁNCHEZ Puentes. Una Didáctica Nueva de la Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades. México 1995. ANUIES.

SERRANO Manuel Martín. Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia., et/al. ENEP Acatlán. Segunda Edición. 1993

S. MERCADO. Mercadotecnia Comparada. Limusa Noriega Editores. México 2006.

TORRES Lima, Héctor J. Guía para la Elaboración de Perfiles. Versión estenográfica para los Colegios del CVI. México, D.F. 1995.

ZORRIDA A. Santiago (1988). Introducción a la Metodología de la Investigación, México, Ed. Melo.

- **Tesis**

CUELLAR, Serrano René Federico. Propuesta para la Titulación: Examen Global de Conocimiento en la Carrera de Comunicación de la ENEP Acatlán, con el Enfoque de Educación por Competencias. Tesis de licenciatura. Estado de México, UNAM-ENEP Acatlán., 2002.

FRAGOSO, Hernández Vianney Guadalupe. Una Propuesta de Comunicación Educativa para el Desarrollo de Procesos Socioafectivos. Tesis de licenciatura. Estado de México UNAM-FES Acatlán 2004.

GONZALEZ, Laura. Un Modelo de Comunicación Educativa en el Aula a nivel Medio Superior. Tesis de Licenciatura. Estado de México UNAM-FES. Acatlán, 1993

- **Cibergrafía**

ALANÍS, Huerta Antonio. Conocer, Saber y Hacer, Revista Digital de Educación y Nuevas Tecnologías. Disponible en: <http://contexto-educativo.com.ar/2000/4/nota-5.htm>, citado el 30 de enero de 2007.

ARMENTA, Fraga Venus. El papel de la Comunicación Educativa dentro de la Sociedad Compleja. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n13/comedu13.html> , citado el 10 de noviembre de 2007.

CASTRO, Delgado Moisés. Aleph Zero No. 27. Revista de Divulgación Científica. De la Universidad de las Américas Puebla. Disponible en: <http://hosting.udlap.mx/profesores/miguela.mendez/alephzero/archivo/historico/az27/clasificacion.html>. <http://aleph.cs.buap.mx/> , citado el 9 de marzo de 2007.

CHONG, López Blanca y Santiago, Rodríguez Azucena. Los Egresados de la Carrera de Comunicación en el Campo Laboral. Disponible en: <http://www.lag.uia.mx/buenaaval/buenaaval5/b05LosEgresadosDeComunicacion.pdf> , citado el 19 de septiembre de 2008.

DIAZ BARRIGA, Ángel. El Enfoque de Competencias en la Educación: ¿Una Alternativa o un Disfraz de Cambio? *Perfiles Educativos*. [online]. 2006, vol. 28, no. 111. Disponible en: [http://scielo.unam.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-26982006000100002&lng=es&nrm=iso](http://scielo.unam.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982006000100002&lng=es&nrm=iso) ISSN 0185-2698, citado el 26 de abril de 2008.

FES ACATLÁN. Disponible en: <http://www.acatlan.unam.mx/campus/559/> , citado el 26 febrero de 2007.

Formujer Argentina. El Enfoque de Género y el Enfoque de Competencias Laborales Aplicados a la Formación para el Trabajo. Pág. 40. Disponible en: <http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/gender/formujer/argtina/forma.pdf> , citado el 20 de abril de 2007.

FUNDACIÓN UNAM. Disponible en: <http://www.fundacion.unam.mx/nosotros/historia.html> , citado el 26 de febrero de 2007.

IBARRA, Agustín. Formación de Recursos Humanos y Competencia Laboral. Boletín. Boletín CINTERFOR / OIT No. 149. Montevideo. 2000. Disponible en: <http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/boletin/149/pdf/ibarra.pdf> , citado el 20 de abril de 2007.

MORENO, Bayardo María Guadalupe. Potenciar la Educación. Un Currículum Transversal de Formación para la Investigación. Disponible en: [http://barcelonaicsei2005.org/trabajos\\_completos/Maria\\_Guadalupe\\_Moreno\\_Bayardo.pdf](http://barcelonaicsei2005.org/trabajos_completos/Maria_Guadalupe_Moreno_Bayardo.pdf) , citado el 16 de septiembre de 2008.

ORTIZ, Marín Manuel. Universidad Autónoma de Baja California. México. Profesiones Emergentes para los Comunicadores. En Revista Chasqui. Disponible en: <http://www.dlh.lahora.com.ec/paginas/chasqui/paginas/chasqui252.htm> , citado el 19 de septiembre de 2008.

Programa de Formación de Recursos Humanos Basada en Competencias. Disponible en: [http://www.competencias.sep.gob.mx/sinoedb/sinoe\\_principal.html](http://www.competencias.sep.gob.mx/sinoedb/sinoe_principal.html) , citado el 20 de abril de 2007.

RODRÍGUEZ, García Gilberto. Tesis doctoral de Economía. Disponible en: <http://www.eumed.net/tesis/2006/grg/> , citado el 9 de marzo de 2007.

Seminario Internacional Currículo Universitario Basado en Competencias.  
Organizado por la CINDA y la Universidad del Norte que tuvo lugar en  
Barranquilla, Colombia entre el 25 y el 26 de julio del 2005". Pag. 53. Disponible  
en:

<http://www.google.com.mx/books?id=ICNCJubGLmsC&printsec=frontcover&dq=curriculo+universitario+basado+en+competencias+%2B+barranquilla&sig=ntH7jyHS0jTiDP5-1ESmvUaVf8#PPP1,M1> , citado el 10 de mayo de 2008.

**Anexo I**  
**Planeación Teórico-Didáctica**  
**(Treinta y dos tablas)**



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	1		
SEMANA:	1		
CLASE:	1		
TEMA:	Investigación Aplicada: Comunicación y Mercado		
SUBTEMA:	Investigación Aplicada: Presentación y organización del trabajo		
TIEMPO SESIÓN:	2   TIEMPO SUNATORIA: 2		
OTROS:			
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA:	FORMATIVA:	SUMATIVA:

TEORÍA DEL APRENDIZAJE		TEORÍA PEDAGÓGICA									
		EDUCACIÓN INTEGRAL					ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL				
		A. INTELLECTUAL	A. PSICOMOTORA	A. AFECTIVA	INTEGRACIÓN	ASIMILACIÓN	DISCUSIÓN	CREACIÓN			
SUBTEMAS	CONCEPTOS				*Pequeño Grupo de Discusión*						
		HABILIDADES				*Agenda*					
						- Promover la participación y la comunicación, mismas que permitan fomentar en el alumno, no un saber acumulado, sino un saber reflexivo. - Promover un aprendizaje activo, tomando en cuenta los intereses y necesidades de los miembros de grupo.					

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

UNES:	1	
SEMANA:	1	
CLASE:	2	
TEMA:	Investigación Aplicada: Comunicación y Mercado	
SUBTEMA:	Investigación Aplicada: Comunicación y Mercado	
TIEMPO SESIÓN:	2 TIEMPO SUMATORIA: 4	
OTROS:		
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA: FORMA I/IV: x	SUMARIA:

		TEORÍA PEDAGÓGICA						
		EDUCACIÓN INTEGRAL			ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL			
		A. INTELLECTUAL	A. PSICOMOTORA	A. AFECTIVA	INTEGRACIÓN	ASIMILACIÓN	DISCUSIÓN	CREACIÓN
TEORÍA DEL APRENDIZAJE	SABERES	-Tres conceptos de Comunicación y tres conceptos de Mercado				-"Seminario" -"Comisión"	"Pequeño Grupo de Discusión"	
	ENTRENAMIENTO		-Argumento ("Ensayo") una hora			-Modelo		
	HABILIDAD	-Recopilar información -Seleccionar la información pertinente	-Elaborar y presentar trabajos escolares y de manera formal				-Desarrollar el pensamiento y el razonamiento en los miembros del grupo a partir de la intuición -Que asuman una actitud reflexiva, para que lleguen a la formulación de nuevo conocimiento	



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	1		
SEMANA:	2		
CLASE:	4		
TEMA:	Estudios Mercadológicos		
SUBTEMA:	Tres Tipos de Investigación Mercadológica		
TIEMPO SESIÓN:	2 TIEMPO SUMATORIA: 8		
OTROS:			
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA:	FORMATIVA:	SUMARIA:

		TEORÍA PEDAGÓGICA								
		EDUCACIÓN INTEGRAL			ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL					
		A. INTELLECTUAL	A. PSICOMOTORA	A. AFECTIVA	INTEGRACIÓN	ASIMILACIÓN	DISCUSIÓN	CREACIÓN		
TEORÍA DEL APRENDIZAJE	CONCEPTOS	Tres conceptos de cada tipo de investigación mercadológica: investigación de mercado, investigación de auditorio, investigación publicitaria.					"Semirano" "Comisión" redactora			
	COMPETENCIAS						"Matiz de doble empuje"			
	HABILIDADES	- Seleccionar la información pertinente - Analizar la información - Sintetizar los datos						- Desarrollar el pensamiento y el razonamiento de los miembros del grupo a partir de la intuición - Que cada uno de los miembros llegue a la posesión de los conocimientos. Que el grupo asuma una actitud reflexiva frente al trabajo, para que lleguen a la formulación de nuevo conocimiento.		





UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	1		
SEMANA:	3		
CLASE:	7		
TEMA:	Investigación de Mercado		
SUBTEMA:	Conocimiento de Entorno		
TIEMPO SESIÓN:	2	TIEMPO SUMATORIA: 14	
OTROS:			
EVALUACIÓN:	DIAGNOSTICA:	FORMATIVA:	SUMARIA:

		TEORÍA PEDAGÓGICA							
		EDUCACIÓN INTEGRAL			ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL				
		A. INTELLECTUAL	A. PSICOMOTORA	A. AFECTIVA	INTEGRACIÓN	ASIMILACIÓN	DISCUSIÓN	CREACIÓN	
TEORÍA DEL APRENDIZAJE	CONCEPTOS	Resumen, notas, copias, entrevistas, etc.				"Pequeño Grupo de Discusión" "Torbellino de Ideas" "Comisión de diseño."			
	ENTRENAMIENTO					"Mapa Semántico"			
	HABILIDADES	- Recordar y proporcionar un tratamiento a la información - Seleccionar la información pertinente entre las diversas fuentes informativas.					- Desarrollar el juicio de los miembros del grupo - Promover la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista.		



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	2
SEMANA:	5
CLASE:	9
TEMA:	Investigación de Mercado
SUBTEMA:	Problemática y construcción de observables
TIEMPO SESIÓN:	2   TIEMPO SUMATORIA: 18
OTROS:	
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA:   FORMATIVA:   SUMARIA:

		TEORÍA PEDAGÓGICA							
		EDUCACIÓN INTEGRAL			ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL				
		A. INTENCIONAL	A. PSICOMOTORA	A. AFECTIVA	INTEGRACIÓN	ASIMILACIÓN	DISCUSIÓN	CREACIÓN	
TEORÍA DEL APRENDIZAJE	CONOCIMIENTO	- Información sobre qué es, cómo se hace y para qué sirven "Tabla de Especificaciones" y "Matriz de doble entrada".					"Debate Dirigido", "Tortellero de Ideas" y el establecimiento de una "Comisión" de diseño.		
	COMPETENCIA					"Matriz de Doble Entrada" y/o una "Tabla de Especificaciones".			
	HABILIDAD	- Recolectar y proporcionar un tratamiento a la información. - Resolver problemas académicos.					- Frecionar la comunicación como medio que permita el intercambio y la conformación de los diferentes puntos de vista.		

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	2	
SEMANA:	5	
CLASE:	10	
TEMA:	Investigación de Mercado	
SUBTEMA:	Fundamentación teórica y/o conceptual	
TIEMPO SESIÓN:	2 TIEMPO SUMATORIA: 20	
OTROS:		
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA:	FORMATIVA:      SUMARIA:

		TEORÍA PEDAGÓGICA						
		EDUCACIÓN INTEGRAL			ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL			
		A. INTELIGENCIAL	A. PSICOMOTORA	A. AFECTIVA	INTEGRACIÓN	ASIMILACIÓN	DISCUSIÓN	CREACIÓN
TEORÍA DEL APRENDIZAJE	SABERES	Horas, copias, trabajos elaborados, etc. correspondientes a la fase teórica de taller					"Debate Dirigido" "Torbellino de Ideas" y establecimiento de una "Comisión" de diseño	
	INSTRUMENTOS						"Matriz de Doble Entrada" y/o en la "Tabla de Especificaciones" (realimentación y determinación de fundamento teórico y/o conceptual)	
	HABILIDADES	-Recolección y tratamiento de la información. -Resolver problemas académicos						-Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	2	
SEMANA:	6	
CLASE:	11	
TEMA:	Investigación de Mercado	
SUBTEMA:	Control Empírico (Diseño y Filtrado)	
TIEMPO SESIÓN:	2	TIEMPO SUMATORIA: 22
OTROS:		
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA:	FORMATIVA: x SUMATIVA:

		TEORÍA PEDAGÓGICA						
		EDUCACIÓN INTEGRAL			ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL			
		A. INTELLECTUAL	A. PSICOMOTORA	A. AFECTIVA	INTEGRACIÓN	ASIMILACIÓN	DISCUSIÓN	CREACIÓN
TEORÍA PEDAGÓGICA	SEMESTRE	<p>Capas, notas, información sobre técnica de muestreo</p>			ACTIVIDADES		<p>- "Debate Dirigido" - Comisión de Diseño"</p>	
	PRIMER SEMESTRE		<p>Argumento ("ensayo")</p>		PRODUCTO		<p>- "Instrumento" cualitativo y cuantitativo.</p>	
	SEGUNDO SEMESTRE	<p>- Recolectar y proponer un tratamiento a la información - Especificar los criterios para la identificación de Universo y de la muestra, así como sus respectivas técnicas estadísticas</p>	<p>- Elaborar y presentar trabajos escolares de manera formal</p>		PROCESO		<p>- Desarrollo el juicio de los miembros del grupo. - Avanzar de manera constante desde los hábitos hasta la teoría asimilada y su empleo práctico.</p>	

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	2
SEMANA:	6
CLASE:	12
TEMA:	Investigación de Mercado
SUBTEMA:	Control Empírico (desarrollo)
TIEMPO SESIÓN:	2
OTROS:	TIEMPO SUMATORIA: 24
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA:                      FORMATIVA:                      SUMARIA:

		TEORÍA PEDAGÓGICA						
		EDUCACIÓN INTEGRAL			ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL			
		A. INTELLECTUAL	A. PSICOMOTORA	A. AFECTIVA	INTEGRACIÓN	ASIMILACIÓN	DISCUSIÓN	CREACIÓN
TEORÍA PEDAGÓGICA	COMPETENCIAS						Pequeño Grupo de Discusión, "Tobalino de ideas" y "Comisión" de diseño	
	CONOCIMIENTOS		Piloteaje del instrumento				"Instrumento" cualitativo y cuantitativo, rediseño.	
	HABILIDADES		-Aplicar el diseño de la investigación y los instrumentos de medición, por ejemplo, cuestionarios, pautas de entrevista y escalas de actitudes				-Desarrollar el juicio de los miembros de grupo -Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista.	

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	2		
SEMANA:	7		
CLASE:	13		
TEMA:	Investigación de Mercado		
SUBTEMA:	Control Emprico (análisis de resultados)		
TIEMPO SESIÓN:	2	TIEMPO SUMATORIA: 26	
OTROS:			
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA:	FORMATIVA:	SUMARIA:

		TEORÍA PEDAGÓGICA						
		EDUCACIÓN INTEGRAL			ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL			
		A. INTELECTUAL	A. PSICOMOTORA	A. AFECTIVA	INTEGRACIÓN	ASIMILACIÓN	DISCUSIÓN	CREACIÓN
TEORÍA DE LA APRENDIZAJE	SABERES						"Debeta Drgdo", "Tortallno de loeas" y "Comisión de osello"	
	CONCEPTOS							
	ENFERMIDADES							
	HABILIDADES		- Instrumentos aplicados - Vacado de resultados				"Mapa Semántico", sesión ocho (realmentación)	
	ACTIVIDADES							
	PRODUCCIÓN							
	PASOS		- Aplicar el diseño de la investigación y los instrumentos de medición, por ejemplo, cuestionarios, ceculas de entrevista y escalas de actitudes. - Seleccionar de los datos encontrados, aquellos que sean relevantes y pertinentes al objetivo de la investigación.				- Desarrollar el juicio de los miembros del grupo - Promover la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista.	
	ESTRATEGIAS							

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	2
SEMANA:	7
CLASE:	14
TEMA:	Investigación de Mercado
SUBTEMA:	Investigación de Mercado (Estrategia de resultados)
TIEMPO SESIÓN:	2   TIEMPO SUMATORIA: 28
OTROS:	
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA: x   FORMATIVA:   SUMARIA:

		TEORÍA PEDAGÓGICA										
		EDUCACIÓN INTEGRAL			ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL							
		A. INTELLECTUAL	A. PSICOMOTORA	A. AFECTIVA	INTEGRACIÓN	ASIMILACIÓN	DISCUSIÓN	CREACIÓN				
TEORÍA DEL APRENDIZAJE	CAPACIDADES							Exposición informal del trabajo logrado "Torbellino de ideas"				
	CONOCIMIENTOS		Productos realizados de manera individual y en participación por "Comisiones".					"Red Semántica" (Índice de trabajo final)				
	HABILIDADES							Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista.				

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	2		
SEMANA:	8		
CLASE:	16		
TEMA:	Investigación de Mercado		
SUBTEMA:			
TIEMPO SESIÓN:	2   TIEMPO SUMATORIA: 30		
OTROS:			
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA: x	FORMATIVA: x	SUMARIA: x

		TEORÍA PEDAGÓGICA						
		EDUCACIÓN INTEGRAL			ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL			
		A. INTELLECTUAL	A. PSICOMOTORA	A. AFECTIVA	INTEGRACIÓN	ASIMILACIÓN	DISCUSIÓN	CREACIÓN
TEMAS COMPTON C M O D O S	C O M U N I C A C I O N E S						- Entrega de trabajo final - "Torbellino de ideas"	
			- Trabajo final - Evaluación formativa, según considere el coordinador (a): ensayo, entrevista, mapa semántico, mapa conceptual, etc.				- Agenda	
			- Elaborar y presentar trabajos escolares de manera formal				- Desarrollar el juicio de los miembros del grupo - Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de diferentes puntos de vista. - Reconocer en el grupo la fuerza que permite concentrar los esfuerzos y la reflexión sobre las metas y los objetivos de esta etapa.	

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	2		
SEMANA:	8		
CLASE:	16		
TEMA:	Investigación Publicitaria		
SUBTEMA:	Conocimiento del Entorno, Problemalización y Construcción de Objetivos		
TIEMPO SESIÓN:	2   TIEMPO SUMATORIA: 32		
OTROS:			
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA:	FORMATIVA:	SUMARIA:

		TEORÍA PEDAGÓGICA						
		EDUCACIÓN INTEGRAL			ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL			
		A. INTELLECTUAL	A. PSICOMOTORA	A. AFECTIVA	INTEGRACIÓN	ASIMILACIÓN	DISCUSIÓN	CREACIÓN
TEORÍA DEL APRENDIZAJE	M. HABILIDADES						<ul style="list-style-type: none"> <li>"Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas" y el establecimiento de una "Comisión" de diseño.</li> </ul>	
	C. TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS		<ul style="list-style-type: none"> <li>Argumento "Ensayo" una hoja</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>-Rediseño de "Mapa Semántico" (da sesión ocho);</li> <li>-Rediseño "Matriz de doble entrada" (da sesión diez);</li> </ul>	
	H. ABILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Seleccionar la información pertinente entre las diversas fuentes informativas.</li> <li>-Analizar los datos</li> <li>-Elaborar y presentar trabajos escolares de manera formal.</li> </ul>					<ul style="list-style-type: none"> <li>-Desarrollar el juicio de los miembros del grupo</li> <li>-Avanzar de manera constante desde los hábitos hasta la teoría asimilada y su empleo práctico.</li> <li>-Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diversos puntos de vista</li> </ul>	

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	3
SEMANA:	9
CLASE:	17
TEMA:	Investigación Publicitaria
SUBTEMA:	Fundamentación teórica y/o conceptual
TIEMPO SESIÓN:	2   TIEMPO SUMATORIA: 34
OTROS:	
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA:                      FORMATIVA:                      SUMARIA:

		TEORÍA PEDAGÓGICA						
		EDUCACIÓN INTEGRAL			ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL			
		A. INTELLECTUAL	A. PSICOMOTORA	A. AFECTIVA	INTEGRACIÓN	ASIMILACIÓN	DISCUSIÓN	CREACIÓN
TEORÍA PEDAGÓGICA	COMPETENCIAS	-Notas, copias					"Debate Dingdo", "Torbellino de Ideas", y el establecimiento de una "Comisión" de diseño	
	HABILIDADES		- trabajos ya elaborados.				"Tabla de Especificaciones" y/o "Matriz de Doble Entrada" (Resolución de problemas)	
	ACTITUDES	- Recolectar y proporcionar un tratamiento a la información. - Resolver problemas académicos	- Elaborar y presentar trabajos escolares de manera formal					- Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	3
SEMANA:	3
CLASE:	13
TEMA:	Investigación Publicitaria
SUBTEMA:	Control Empírico (diseño y pictaje)
TIEMPO SESIÓN:	2   TIEMPO SUMATORIA: 36
OTROS:	
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA:   FORMATIVA: x   SUMARIA:

		TEORÍA PEDAGÓGICA						
		EDUCACIÓN INTEGRAL			ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL			
		A. INTELLECTUAL	A. PSICOMOTORA	A. AFECTIVA	INTEGRACIÓN	ASIMILACIÓN	DISCUSIÓN	CREACIÓN
TEORÍA PEDAGÓGICA	HABILIDADES	-Notas, copias;					- "Debate Dirigido" - "Comisión de Diseño"	
	COMUNICACIÓN		-trabajos ya anteriormente elaborados				- "Instrumento" cualitativo y cuantitativo.	
	HABILIDADES	-Recopilar y proporcionar un tratamiento a la información. -Resolver problemas académicos	-Elaborar y presentar trabajos escolares de manera formal				-Desarrollo el juicio de los miembros del gr.po. -Avanzar, de manera constante, desde los hábitos hasta la teoría asimilada y su empleo práctico.	

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	3
SEMANA:	12
CLASE:	13
TEMA:	Investigación Publicitaria
SUBTEMA:	Control Empleado (desarrollo)
TIEMPO SESIÓN:	2   TIEMPO SUMATORIA: 38
OTROS:	
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA:                      FORMATIVA:                      SUMARIA:

		TEORÍA PEDAGÓGICA							
		EDUCACIÓN INTEGRAL			ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL				
		A. INTELLECTUAL	A. PSICOMOTORA	A. AFECTIVA	INTEGRACIÓN	ASIMILACIÓN	DISCUSIÓN	CREACIÓN	
TEORÍA PEDAGÓGICA	CONCEPTOS						Pequeño Grupo de Discusión, "Tabla de ideas" y "Comisión" de diseño		
	EJERCICIOS		-Piloteo del instrumento				-Instrumento (diseño)		
	HABILIDADES		Aplicar el diseño de la investigación y los instrumentos de medición, por ejemplo, cuestionarios, cédulas de entrevista y escalas de actitudes				-Desarrollar el juicio de los miembros de grupo -Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista.		

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	3		
SEMANA:	12		
CLASE:	20		
TEMA:	Investigación Pùblica		
SUBTEMA:	Control Emprico (Análisis de resultados)		
TIEMPO SESIÓN:	2	TIEMPO SUMATORIA:	40
OTROS:			
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA:	FORMATIVA:	SUMARIA:

		TEORÍA PEDAGÓGICA						
		EDUCACIÓN INTEGRAL			ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL			
		A. INTELLECTUAL	A. PSICOMOTORA	A. AFECTIVA	INTEGRACIÓN	ASIMILACIÓN	DISCUSIÓN	CREACIÓN
TEORÍA PEDAGÓGICA	CONCEPTOS						<ul style="list-style-type: none"> <li>- "Debate Dingdo", "Torbellino de Ideas" y "Comisión de desvío"</li> </ul>	
	HABILIDADES		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instrumentos aplicados</li> <li>- Vacío de resultados</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>- "Mapa Semántico", sesión ocho (evaluación)</li> </ul>	
	COMPETENCIA		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recolección y tratamiento de la información</li> </ul>					<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollar el juicio de los miembros de grupo</li> <li>- Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista</li> </ul>

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	3		
SEMANA:	11		
CLASE:	21		
TEMA:	Investigación Publicitaria		
SUBTEMA:	Investigación Publicitaria (entrega de resultados)		
TIEMPO SESIÓN:	2	TIEMPO SUMATORIA: 42	
OTROS:			
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA: x	FORMATIVA:	SUMATIVA:

TEORÍA PEDAGÓGICA									
EDUCACIÓN INTEGRAL									
ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL									
TEORÍA DEL APRENDIZAJE									
CONCEPCIONES DE LA COMPETENCIA									
HABILIDADES									
A. INTELLECTUAL			A. PSICOMOTORA			A. AFECTIVA			ACTIVIDAD
INTEGRACION			ASIMILACION			DISCUSION			CREACION
									-Exposición informal del trabajo logrado -Tortelino de ideas
			-Productos realizados de manera individual y en participación por "Comisiones".						-Red Semántica (Índice de trabajo final)
									-Desarrollar el juicio en los miembros de grupo -Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	3	
SEMANA:	12	
CLASE:	23	
TEMA:	Investigación de Ayudantes	
SUBTEMA:	Conocimiento del entorno, problematización y construcción de observables	
TIEMPO SESIÓN:	2 TIEMPO SUMATORIA: 46	
OTROS:		
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA:	FORMATIVA:      SUMATIVA:

		TEORÍA PEDAGÓGICA						
		EDUCACIÓN INTEGRAL			ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL			
		A. INTELLECTUAL	A. PSICOMOTORA	A. AFECTIVA	INTEGRACIÓN	ASIMILACIÓN	DISCUSIÓN	CREACIÓN
TEORÍA DEL APRENDIZAJE	CONOCIMIENTO						"Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas" y el establecimiento de una "Comisión" de diseño.	
	ACTIVIDADES		- Argumento "Ensayo" una hoja				- Rediseño de "Mapa Semántico" (de sesión ocho) - Rediseño "Matriz de doble entrada"	
	PROCESOS		- Seleccionar la información pertinente entre las diversas fuentes informativas. - Analizar los datos. - Elaborar y presentar trabajos escolares de manera formal.				- Desarrollar el juicio de los miembros del grupo - Avanzar de manera constante desde los hábitos hasta la teoría asimilada y su empleo práctico. - Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diversos puntos de vista.	

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MESES:	3		
SEMANA:	12		
CLASE:	24		
TEMA:	Investigación de Auditorios		
SUBTEMA:	Fundamentación teórica y/o conceptual		
TIEMPO SESIÓN:	2	TIEMPO SUMATORIA:	48
OTROS:			
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA:	FORMATIVA:	SUMARIA:

		TEORÍA PEDAGÓGICA							
		EDUCACIÓN INTEGRAL			ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL				
		A. INTELLECTUAL	A. PSICOMOTORA	A. AFECTIVA	INTEGRACIÓN	ASIMILACIÓN	DISCUSIÓN	CREACIÓN	
TEORÍA DE LA APRENDIZAJE	HABILIDADES	Notas, copias, trabajos elaborados, etc., correspondientes a la fase teórica de taller						"Debara Dingdo", "Torbello de lozas", y el establecimiento de una "Comisión" de diseño	
	CONOCIMIENTOS		Notas, copias, trabajos elaborados, etc., correspondientes a la fase teórica de taller					"Tabla de especificaciones" y/o "Matriz de Uchire Entredá" (realimentación y determinación de fundamento teórico y/o conceptual)	
	ACTITUDES	-Recepción y tratamiento de la información. -Resolver problemas académicos	-Elaborar y presentar trabajos escolares de manera formal.						-Promover la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	4
SEMANA:	13
CLASE:	25
TEMA:	Investigación de Auditorios
SUBTEMA:	Control Empírico
TIEMPO SESIÓN:	2   TIEMPO SUMA TONIA: 50
OTROS:	
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA:   FORMATIVA:   SUMARIA:

		TEORÍA PEDAGÓGICA						
		EDUCACIÓN INTEGRAL			ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL			
		A. INTELCTUAL	A. PSICOMOTORA	A. AFECTIVA	INTEGRACIÓN	ASIMILACIÓN	DISCUSIÓN	CREACIÓN
TEORÍA DEL APRENDIZAJE	CONCEPTOS						Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de ideas" y el establecimiento de una "Comisión" de dicho.	
	COMPETENCIAS		-Argumento "Ensayo" una hoja				-Rediseño de "Maca Semántico" (de sesión ocho). -Rediseño "Matriz de doble entrada"	
	HABILIDADES		-Seleccionar la información pertinente entre las diversas fuentes informáticas. -Analizar los datos. Elaborar y presentar trabajos escolares de manera formal.				-Desarrollar el juicio de los miembros de grupo -Avanzar de manera constante desde los hábitos hasta la técnica asimilada y su empleo práctico. -Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diversos puntos de vista.	

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	4		
SEMANA:	13		
CLASE:	25		
TEMA:	Investigación de Auditorios		
SUBTEMA:	Cuento Empírico (casual)		
TIEMPO SESIÓN:	2	TIEMPO SUMATORIA: 52	
OTROS:			
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA:	FORMATIVA:	SUMARIA:

		TEORÍA PEDAGÓGICA								
		EDUCACIÓN INTEGRAL			ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL					
		A. INTELLECTUAL	A. PSICOMOTORA	A. AFECTIVA	INTEGRACIÓN	ASIMILACIÓN	DISCUSIÓN	CREACIÓN		
TEORÍA DEL APRENDIZAJE	CONCEPTOS						Pequeño Grupo de Discusión, "Torbellino de ideas" y "Comisión" de diseño		ACTIVIDAD	
	COMPETENCIA		-Piloteaje del instrumento				"Instrumento" (rediseño)		PRODUCCIÓN	
	HABILIDAD		Aplicar el diseño de la investigación y los instrumentos de medición, por ejemplo, cuestionarios, cedulas de entrevista y escalas de actitudes.				-Desarrollar el juicio de los miembros de grupo -Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista.		EVALUACIÓN	

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	4		
SEMANA:	14		
CLASE:	21		
TEMA:	Investigación de Auditorías		
SUBTEMA:	Control Empleado (análisis de resultados)		
TIEMPO SESIÓN:	2	TIEMPO SUMATORIA:	54
OTROS:			
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA:	FORMATIVA:	SUMARIA:

TEORÍA PEDAGÓGICA												
EDUCACIÓN INTEGRAL												
A. INTELLECTUAL			A. PSICOMOTORA			A. AFECTIVA			ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL			
									INTEGRACIÓN	ASIMILACIÓN	DISCUSIÓN	CREACIÓN
TEORÍA DE LA APRENDIZAJE	COMUNICACIÓN	HABILIDADES									"Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas" y "Comisión" de diseño	
			Instrumentos aplicados Variación de resultados								"Mapa Semántico", sesión octavo (realimentación)	
											-Desarrollar el juicio de los miembros de grupo -Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista	

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	4
SEMANA:	14
CLASE:	23
TEMA:	Investigación Publicitaria
SUBTEMA:	Investigación Publicitaria (entrega de resultados)
TIEMPO SESIÓN:	2   TIEMPO SUMATORIA: 66
OTROS:	
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA: _____ FORMA TIVA: _____ SUMATIVA: _____

		TEORÍA PEDAGÓGICA						
		EDUCACIÓN INTEGRAL			ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL			
		A. INTELLECTUAL	A. PSICOMOTORA	A. AFECTIVA	INTEGRACIÓN	ASIMILACIÓN	DISCUSIÓN	CREACIÓN
TEORÍA PEDAGÓGICA	CONCEPTOS						- Exposición informal del trabajo logrado - "Tallerón de ideas"	
	COMPETENCIA		Productos realizados de manera individual y en participación por "Comisiones".				- "Red Semántica" (Índice de trabajo final)	
	HABILIDADES						- Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de los diferentes puntos de vista.	

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	4	
SEMANA:	15	
CLASE:	29	
TEMA:	Investigación de Auditores	
SUBTEMA:		
TIEMPO SESIÓN:	2   TIEMPO SUMATORIA: 58	
OTROS:		
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA:	FORMATIVA:      SUMARIA:

		TEORÍA PEDAGÓGICA						
		EDUCACIÓN INTEGRAL			ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL			
		A. INTELLECTUAL	A. PSICOMOTORA	A. AFECTIVA	INTEGRACIÓN	ASIMILACIÓN	DISCUSIÓN	CREACIÓN
TEORÍA DEL APRENDIZAJE	CONCEPTOS						Entrega de trabajo final "Torbellino de ideas"	
	HABILIDADES						"Agenda"	
	HABILIDADES							Desarrollar el juicio de los miembros de grupo Propiciar la comunicación como medio que permita el intercambio y la confrontación de diferentes puntos de vista. Reconocer en el grupo la fuerza que permite concertar los esfuerzos y la reflexión sobre las metas y los objetivos de esta etapa.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACION  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	4		
SEMANA:	15		
CLASE:	30		
	Presentación ejecutiva		
	Guion o boceto de presentación ejecutiva		
TIEMPO SESIÓN:	2	TIEMPO SUMATORIA:	60
OTROS:			
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA:	FORMATIVA:	SUMARIA:

		TEORÍA PEDAGÓGICA							
		EDUCACIÓN INTEGRAL			ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL				
		A. INTELLECTUAL	A. PSICOMOTORA	A. AFECTIVA	INTEGRACIÓN	ASIMILACIÓN	DISCUSIÓN	CREACIÓN	
TEORÍA DEL APRENDIZAJE	SABERES	Notas, información, ideas de presentación							"Seminario" "Torbellino de ideas"
	CONOCIMIENTOS								Boceto de presentación
	HABILIDADES	- Recolectar y proporcionar materialismo a la información - Analizar los datos, separarlos del contexto en el que se encuentran.							- Todos los participantes del proceso educativo, deben emplear todos los recursos de que disponen, personales, materiales, sociales e intelectuales. - Integrar la teoría y la práctica mediante actividades creativas que den como resultado la realización de un producto final que represente el logro de un objetivo.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACION  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	4		
SEMANA:	16		
CLASE:	31		
	Presentación de exordios		
	Presentación de avances		
TIEMPO SESIÓN:	2 TIEMPO SUMATORIA: 62		
OTROS:			
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA:	FORMATIVA:	SUMARIA:

		TEORÍA PEDAGÓGICA						
		EDUCACIÓN INTEGRAL			ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL			
		A. INTELLECTUAL	A. PSICOMOTORA	A. AFECTIVA	INTEGRACIÓN	ASIMILACIÓN	DISCUSIÓN	CREACIÓN
TEORÍA DEL APRENDIZAJE	SABERES							Equipo Grupo de Discusión Exposición grupal informal
	COMPETENCIAS		-Trabajos individuales -Trabajos por "Comisiones".					Avances de la presentación 20%
	HABILIDADES		- Sintetizar los datos - Emitir y percibir adecuadamente las diferentes formas retóricas según sea la intención (transmitir información, hacer comprender, demostrar, llamar la atención o persuadir) - Usar eficientemente el software computacional pertinente.					- Utilizar el lenguaje de los medios de comunicación masiva en el proceso de creación para promover la perceptividad, criticidad y creatividad - Todos los participantes del proceso, deben emplear todos los recursos de que disponen: personales, materiales, sociales e intelectuales. - Integrar la teoría a la práctica

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES, ACATLÁN  
 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN  
 TALLER DE INVESTIGACIÓN APLICADA II  
 NOVENO SEMESTRE

MES:	4		
SEMANA:	16		
CLASE:	32		
	Presentación ejecutiva		
	Presentación ejecutiva		
TIEMPO SESIÓN:	2   TIEMPO SUMATORIA: 64		
OTROS:			
EVALUACIÓN:	DIAGNÓSTICA:	FORMATIVA:	SUMARIA: x

TEORÍA PEDAGÓGICA								
EDUCACIÓN INTEGRAL			ETAPAS DE DESARROLLO GRUPAL					
A. INTELLECTUAL	A. PSICOMOTORA	A. AFECTIVA	INTEGRACIÓN	ASIMILACIÓN	DISCUSIÓN	CREACIÓN		
TEORÍA DEL APRENDIZAJE CONCEPTO DE LA COMPETENCIA HABILIDADES SABERES ESTRELLAS DE LA CLASE			PLAN DE TRABAJO OBJETIVOS				- "Comisiones" de presentación y organización - "Técnicas de riesgo"	
							- Trabajos individuales - Trabajos por "Comisiones"	Exposición Ejecutiva
							- Embr y percibir adecuadamente las diferentes formas relícticas según sea la intención (transmitir información, hacer comprender, demostrar, llamar la atención o persuadir). - Usar eficientemente el software computacional pertinente.	- Utilizar el lenguaje de los medios de comunicación masiva en el proceso de creación para promover la perceptividad, originalidad y creatividad. - Todos los participantes del proceso, deben emplear todos los recursos de que disponen: personales, materiales, sociales e intelectuales. - Integrar la teoría a la práctica. - Reconocer en los miembros del grupo, individuos responsables, capaces de guiar su propio conocimiento, de acuerdo a sus intereses y expectativas.

**Anexo II**  
**Planeación Horaria**  
**(Una tabla)**

La referencia a las siguientes Hojas, se encuentra en el punto 3.2.2.1.2 (Presentación de la tabla en el Anexo II), que es parte del Marco Metodológico de este trabajo.



## Hoja 1

Mes	Semana	Sesión	Tema	Subtema	Objetivo General del Taller (Programa Propuesto)	Objetivo Particular (Sesión)
1	1	1	<b>1.- Investigación Aplicada. Comunicación y Mercado</b>	1.1 Investigación aplicada. Presentación y organización del trabajo	El alumno será capaz de practicar las técnicas de la Investigación Aplicada, en los estudios mercadológicos.	Elaborar una "Agenda" de trabajo, a través de un "Pequeño Grupo de Discusión", todo ello con el objetivo de organizar el trabajo semestral, así como para desarrollar la competencia metodológica para desarrollar investigación aplicada (en Comunicación).
		2		1.2 Investigación Aplicada, Comunicación y Mercado.	El alumno será capaz de practicar las técnicas de la Investigación Aplicada, en los estudios mercadológicos.	Elaborar un "Modelo" que represente la relación de los elementos investigación aplicada, comunicación y mercado, lo anterior a través de la actividad grupal denominada "Seminario"; lo anterior permitirá lograr la competencia teórica, para desarrollar i
	2	3	<b>2.- Estudios mercadológicos</b>	2.1.- Estudios mercadológicos.	El alumno será capaz de practicar las técnicas de la Investigación Aplicada, en los estudios mercadológicos.	Integrar las conclusiones sobre qué es la investigación de mercado, lo anterior a través de la actividad denominada "Seminario", y con el propósito de alcanzar la competencia teórica para los estudios mercadológicos.
		4		2.2 Tres tipos de investigación mercadológica	El alumno será capaz de practicar las técnicas de la Investigación Aplicada, en los estudios mercadológicos.	Elaborar una "Matriz de doble entrada" que represente las diferencias entre la investigación de mercado, de audiencias y publicidad, lo anterior a través de la actividad denominada "Seminario" y de una "Comisión" de diseño; lo anterior permitirá alcanzar
	3	5		Sesión de Puente	El alumno será capaz de practicar las técnicas de la Investigación Aplicada, en los estudios mercadológicos.	Evaluar los conocimientos, a través de los productos desarrollados, lo anterior permitirá verificar que la competencia teórica necesaria, para la investigación aplicada en Comunicación (estudios mercadológicos) se ha alcanzado
		6		Sesión de Puente	El alumno será capaz de practicar las técnicas de la Investigación Aplicada, en los estudios mercadológicos.	Elaborar una Agenda y estrategia de trabajo, lo anterior a través de un "Torbellino de Ideas" y un "Grupo de Discusión", lo que le permitirá alcanzar la competencia metodológica para la investigación de mercado.
	4	7	<b>3.- Investigación de Mercado</b>	3.1.- Conocimiento del entorno	El alumno será capaz de practicar las técnicas de la Investigación Aplicada, en los estudios mercadológicos.	Elaborar un "Mapa Semántico", mismo que deberá ayudar en la caracterización del fenómeno o problema, éste se realizará mediante un "Pequeño Grupo de Discusión" y una "Comisión" de diseño, lo anterior permitirá alcanzar la competencia metodológica para la
		8		3.2 Problematicación	El alumno será capaz de practicar las técnicas de la Investigación Aplicada, en los estudios mercadológicos.	Elaborar el Planteamiento del Problema a través de la realimentación del "Mapa Semántico" de la sesión anterior, a través de un "Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas", y "Comisión" de diseño; lo anterior permitirá alcanzar la competencia metodológica

## Hoja 2

2	5	9		3.3 Problematicación y construcción de observables	El alumno será capaz de practicar las técnicas de la Investigación Aplicada, en los estudios mercadológicos.	Esbozar una "Tabla de Especificaciones" y/o "Matriz de Doble Entrada", lo que permitirá visualizar y establecer observables; esto se logrará a través de un "Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas", así como del establecimiento de una "Comisión" de diseño
		10		3.4 Fundamentación teórica y/o conceptual	El alumno será capaz de practicar las técnicas de la Investigación Aplicada, en los estudios mercadológicos.	Elaborar una "Tabla de Especificaciones" y/o "Matriz de Doble Entrada", lo que permitirá establecer los observables, así como la valoración de los diversos fundamentos teóricos, esto se logrará a través de un "Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas", a
	6	11		3.5 Control empírico (diseño y pilotaje)	El alumno será capaz de practicar las técnicas de la Investigación Aplicada, en los estudios mercadológicos.	Esbozar el instrumento de recolección de datos (para pilotaje) a través de un "Pequeño Grupo de Discusión" y una "Comisión" de diseño. Lo anterior permitirá continuar en la búsqueda de la competencia metodológica para el desarrollo de la investigación de
		12		3.6 Control empírico (desarrollo)	El alumno será capaz de practicar las técnicas de la Investigación Aplicada, en los estudios mercadológicos.	Establecer, rediseñar, el instrumento (según resultados de pilotaje), a través de un "Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas", y una "Comisión" de diseño. Lo anterior permitirá continuar en la búsqueda de la competencia metodológica, para el de
	7	13		3.7 Control empírico (análisis de resultados)	El alumno será capaz de practicar las técnicas de la Investigación Aplicada, en los estudios mercadológicos.	Revisar y retroalimentar del "Mapa Semántico" (sesión 8), esto a través de un "Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas" y "Comisión" de diseño; así como a través de las intuiciones, e información recolectada mediante el instrumento de control empírico. Lo
		14		3.8 Investigación de Mercado (entrega de resultados)	El alumno será capaz de practicar las técnicas de la Investigación Aplicada, en los estudios mercadológicos.	Elaborar de un Índice de trabajo final, a manera de "Red Semántica", lo anterior a través de un "Torbellino de Ideas" y una "Exposición informal" de los resultados hasta hoy alcanzados. Lo anterior permitirá continuar en la búsqueda de la competencia me



## Hoja 4

	11	21		4.6 Investigación Publicitaria (entrega de resultados)	El alumno será capaz de practicar las técnicas de la Investigación Aplicada, en los estudios mercadológicos.	Elaborar de un Índice de trabajo final, a manera de "Red Semántica", lo anterior a través de un "Torbellino de Ideas" y una "Exposición informal" de los resultados hasta hoy alcanzados. Lo anterior permitirá continuar en la búsqueda de la competencia met
		22		Sesión de Puente	El alumno será capaz de practicar las técnicas de la Investigación Aplicada, en los estudios mercadológicos.	Entregar el trabajo final, como evaluación sumativa; se realizará también la evaluación diagnóstica y formativa, según el (la) coordinador considere pertinente (entrevista, ensayo, cuestionario). También se tomarán decisiones respecto al siguiente tema, p
	12	23	5.- Investigación de Auditorios	5.1.- Conocimiento del entorno, problematización y construcción de observables	El alumno será capaz de practicar las técnicas de la Investigación Aplicada, en los estudios mercadológicos.	Rediseñar el "Mapa Semántico" elaborado en la sesión 8, así como de la "Matriz de Doble Entrada" y/o "Tabla de Especificaciones" (sesión 10) este rediseño será para redireccionar el tema hacia la Inv. De Auditorio. Lo anterior, será a partir de un "Peque
		24		5.2 Fundamentación teórica y/o conceptual	El alumno será capaz de practicar las técnicas de la Investigación Aplicada, en los estudios mercadológicos.	Rectificar/problematizar la "Tabla de Especificaciones" y/o "Matriz de Doble Entrada", lo que permitirá establecer los observables, así como la valoración de los diversos fundamentos teóricos, esto se logrará a través de un "Debate Dirigido", "Torbell
4	13	25		5.3 Control empírico (diseño y pilotaje)	El alumno será capaz de practicar las técnicas de la Investigación Aplicada, en los estudios mercadológicos.	Esbozar el instrumento de recolección de datos (para pilotaje) a través de un "Pequeño Grupo de Discusión" y una "Comisión" de diseño. Lo anterior permitirá continuar en la búsqueda de la competencia metodológica para el desarrollo de la investigación d
		26		5.4 Control empírico (desarrollo)	El alumno será capaz de practicar las técnicas de la Investigación Aplicada, en los estudios mercadológicos.	Establecer, rediseñar, el instrumento (según resultados de pilotaje), a través de un "Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas", y una "Comisión" de diseño. Lo anterior permitirá continuar en la búsqueda de la competencia metodológica, para el d



## Hoja 6

Objetivo Específico (Tarea-Alumno)	Objetivo Específico (Sesión-Grupo)	Carga Horaria por Tema	Carga Horaria Total (Programa Oficial de la Materia)	Carga Horaria Competencia Teórica (Transversal)	Carga Horaria Competencia Metodológica (Transversal)	Carga Horaria Competencia Técnica (Transversal)
	Los alumnos elaborarán una "Agenda" de trabajo, a partir de un "Pequeño Grupo de Discusión", lo anterior, a través de la creatividad, la colaboración y el respeto que requiere el trabajo en equipo.	<b>TEMA 1</b> .- Investigación Aplicada. Comunicación y Mercado (4 Horas)	2		2	
A través de su habilidad de síntesis, y argumentación, el alumno (a) elaborará un texto en el que aborde la relación Investigación Aplicada-Comunicación, lo anterior con el objetivo de establecer juicios que le ayuden en la construcción de un Modelo; po	Los alumnos elaborarán un "Modelo" que represente la relación entre los elementos: investigación aplicada, comunicación y mercado, lo anterior a partir de la actividad denominada "Seminario", y con ayuda del trabajo desarrollado por cada alumno (concep		4	2		
A través de habilidad para recolectar y analizar la información obtenida, el alumno (a) presentará tres conceptos de investigación mercadológica - la información deberá incluir información detallada sobre los tres diferentes tipos de investigación- lo a	Los alumnos presentarán las conclusiones de la clase, por escrito, para ello deberán hacer una sesión "Seminario" y determinar una "Comisión" redactora, lo anterior a través de la intuición, que les llevará a la profundización y posesión de conocimientos	<b>TEMA 2</b> .- Estudios mercadológicos (8 Horas)	6	4		
A través de la habilidad para seleccionar, analizar, y sintetizar la información pertinente, el alumno (a) presentará un concepto de cada tipo de investigación, ubicará sus diferencias y similitudes, lo anterior le permitirá participar en el grupo en la	Los alumnos elaborarán una "Matriz de Doble Entrada", para ello deberán hacer una sesión "Seminario" y determinar una "Comisión" de diseño, lo anterior a través de la intuición, que les llevará a la profundización y formulación de nuevos conoci		8	6		
Cada alumno (a) será evaluado, mediante los productos personales que ha realizado, así como de alguna forma que el coordinador (a) , considere pertinente (entrevista, ensayo, etc.).	Los alumnos serán evaluados, mediante los productos grupales que han realizado, así como de alguna forma que el (la) coordinador, considere pertinente (exposición, Pequeño Grupo de Discusión, etc.)		10	8		
A través de su habilidad para resolver problemas académicos, así como para elaborar diseños de investigación, el alumno (a) propondrá tema y/o cliente de trabajo; lo anterior se pondrá de manifiesto en la elaboración de la "Agenda" de trabajo.	Los alumnos elaborarán una "Agenda" y Estrategia de trabajo, esto a través de la actividad "Torbellino de Ideas" y "Pequeño Grupo de Discusión", para ello será necesario tomar en cuenta los intereses y necesidades de cada miembro, así como propiciar la co		12		4	
A través de su habilidad para recolectar y seleccionar información, el alumno (a) presentará "Resumen", notas, citas, copias, etc., lo que le permitirá caracterizar el fenómeno y participar en la elaboración del "Mapa Semántico".	Los alumnos caracterizarán al fenómeno mediante la ayuda de un "Mapa Semántico", lo anterior mediante la actividad "Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas", y "Comisión" de diseño, para ello será necesario propiciar el juicio entre los miembros	<b>TEMA 3</b> .- Investigación de Mercado (18 Horas)	14		6	
A través de su habilidad para seleccionar y analizar información, el alumno (a) presentará "Resumen", notas, citas, copias, entrevistas, etc., lo que le permitirá participar en el planteamiento del problema y en la reelaboración del "Mapa Semántico".	Los alumnos establecerán el Planteamiento del Problema, ayudados por el Mapa Semántico de la sesión anterior, lo anterior mediante la actividad "Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas", y "Comisión" de diseño, para ello será necesario, propiciar la comun		16		8	

## Hoja 7

<p>El alumno (a) , a través de su habilidad para recolectar información, llevará datos sobre qué es, cómo se hace y para qué sirve una "Tabla de Especificaciones" y una "Matriz de Doble Entrada "</p>	<p>Los alumnos esbozarán una "Matriz de Doble Entrada" y/o una "Tabla de Especificaciones", misma que permitirá visualizar y establecer las observables; lo anterior se logrará a través de un "Debate Dirigido", "Torbellino de Ideas", y el establecimiento de u</p>		18		10	
<p>El alumno (a) llevará notas, copias, trabajos elaborados, etc., correspondientes a la fase teórica del taller, en esta parte podrá realimentar su marco teórico a través de sus habilidades de recolección y selección de la información; la información con la</p>	<p>Los alumnos establecerán, en la "Matriz de Doble Entrada" y/o en la "Tabla de Especificaciones", las observables de su tema, fenómeno de estudio, lo anterior con los cruces teóricos y/o conceptuales más pertinentes. Todo lo anterior se logrará por medio d</p>		20		12	
<p>El alumno lleravá información, relacionada a la técnica de muestreo, así como un argumento, por escrito, en el que exponga, qué instrumento de recolección de datos considera pertinente, según nuestro planteamiento del problema así como qué tipo de muest</p>	<p>Los alumnos esbozarán el instrumento de recolección de datos (para pilotaje), éste establecimiento resultará de la "Matriz de Doble Entrada" y/o de la "Tabla de Especificaciones" realizada en sesiones anteriores, así como del "Pequeño Grupo de Discusión"</p>		22		14	
<p>El alumno participará con su propio juicio y experiencia, en el pilotaje del instrumento.</p>	<p>Los alumnos reelaborarán el instrumento de recolección de datos, ésta reelaboración resultará tanto del pilotaje del mismo, y de la revisión de los instrumentos "Matriz de Doble Entrada" y/o "Tabla de Especificaciones", así como del "Pequeño Grupo de Disc</p>		24		16	
<p>El alumno llevará: instrumentos aplicados así como el vaciado de resultados.</p>	<p>Realimentación del "Mapa Semántico" (sesión 8), incluyendo respuestas a la pregunta problema, eliminando hipótesis y quizá generando otras, esto según intuición y datos generados en la aplicación del instrumento de control empírico. La realimentación se l</p>		26		18	
<p>El alumno llevará los productos realizados a lo largo del curso, de manera individual así como en sus "Comisiones".</p>	<p>Elaboración de un Índice de trabajo final, a manera de "Red Semántica", lo anterior a través de un "Torbellino de Ideas" y una "Exposición informal" de los resultados hasta hoy alcanzados.</p>		28		20	

## Hoja 8

<p>El alumno (a) participa en la entrega del trabajo formal; además de realizar una actividad (según se decida) encaminada a evaluarlo formativamente. Por otro lado, a través de su habilidad para elaborar diseños de investigación, participará en la elaboración</p>	<p>El grupo entregará el trabajo final, y habrá de realizar una actividad encaminada a la evaluación diagnóstica. Por otro lado, se deberá realizar una "Agenda" de trabajo para la Investigación publicitaria, esto a través de un "Torbellino de Ideas". Lo anterior</p>		30		22	
<p>El alumno deberá llevar un Argumento (ensayo una hoja) en el que manifieste su juicio en torno al cruce entre la investigación de mercado y la investigación publicitaria, lo anterior será manifiesto de su habilidad para recolectar, analizar y sintetizar</p>	<p>El grupo reelaborará el "Mapa Semántico" de la sesión 8, así como la "Matriz de doble entrada" y/o "Tabla de Especificaciones" a través de un "Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas" y el establecimiento de una "Comisión" de diseño. Lo anterior</p>	<p>TEMA 4.- - Investigación de Auditorio (14 Horas)</p>	32		24	
<p>El alumno llevará notas, copias, trabajos elaborados, etc., correspondientes a la fase teórica del taller, en esta parte podrá realimentar su marco teórico referencial (Competencia Teórica) a través de sus habilidades de recolección y selección de la info</p>	<p>Los alumnos establecerán, en la "Matriz de Doble Entrada" y/o en la "Tabla de Especificaciones", las observables de su tema, fenómeno de estudio, lo anterior con los cruces teóricos y/o conceptuales más pertinentes. Todo lo anterior se logrará por medio d</p>		34		26	
<p>El alumno llevará información, relacionada a la técnica de muestreo, así como un argumento, por escrito, en el que exponga, qué instrumento de recolección de datos considera pertinente, según nuestro planteamiento del problema así como qué tipo de muest</p>	<p>Los alumnos esbozarán el instrumento de recolección de datos (para pilotaje), éste establecimiento resultará de la "Matriz de Doble Entrada" y/o de la "Tabla de Especificaciones" realizada en sesiones anteriores, así como del "Pequeño Grupo de Discusión"</p>		36		28	
<p>El alumno participará con su propio juicio y experiencia, en el pilotaje del instrumento.</p>	<p>Los alumnos reelaborarán el instrumento de recolección de datos, ésta reelaboración resultará tanto del pilotaje del mismo, y de la revisión de los instrumentos "Matriz de Doble Entrada" y/o "Tabla de Especificaciones", así como del "Pequeño Grupo de Disc</p>		38		30	
<p>El alumno llevará: instrumentos aplicados así como el vaciado de resultados.</p>	<p>Realimentación del "Mapa Semántico" (sesión 8), incluyendo respuestas a la pregunta problema eliminando hipótesis y quizá generando otras, esto según intuición y datos generados en la aplicación del instrumento de control empírico. La realimentación se l</p>		40		32	

## Hoja 9

<p>El alumno llevará los productos realizados a lo largo de esta etapa, de manera puramente individual así como en sus "Comisiones".</p>	<p>Elaboración de un Índice de trabajo final, a manera de "Red Semántica", lo anterior a través de un "Torbellino de Ideas" y una "Exposición informal" de los resultados hasta hoy alcanzados.</p>		42		34	
<p>El alumno habrá de realizar una actividad encaminada a evaluarlo formativamente.</p>	<p>El grupo entregará el trabajo final, y habrá de realizar una actividad encaminada a la evaluación diagnóstica. Por otro lado, se deberá realizar una "Agenda" de trabajo para la Investigación de Publicitaria, esto a través de un "Torbellino de Ideas". Lo</p>		44		36	
<p>El alumno deberá llevar un "Argumento" en el que manifieste su juicio en torno al cruce entre la investigación de mercado, publicitaria y de auditorios, lo anterior será manifiesto de su habilidad para recolectar, analizar y sintetizar información, pero</p>	<p>El grupo reelaborará el "Mapa Semántico" de la sesión 8, así como la "Matriz de doble entrada" y/o "Tabla de Especificaciones" a través de un "Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas" y el establecimiento de una "Comisión" de diseño. Lo anterior</p>	<p><b>TEMA 5.- Investigación Publicitaria (14 Horas)</b></p>	46		38	
<p>El alumno llevará notas, copias, trabajo elaborados, etc., correspondientes a la fase teórica del taller, en esta parte podrá realimentar su marco teórico a través de sus habilidades de recolección y selección de la información; la información con la que</p>	<p>Los alumnos establecerán, en la "Matriz de Doble Entrada" y/o en la "Tabla de Especificaciones", las observables de su tema, fenómeno de estudio, lo anterior con los cruces teóricos y/o conceptuales más pertinentes. Todo lo anterior se logrará por medio d</p>		48		40	
<p>El alumno lleravá información, relacionada a la técnica de muestreo, así como un argumento, por escrito, en el que exponga, qué instrumento de recolección de datos considera pertinente, según nuestro planteamiento del problema así como qué tipo de muest</p>	<p>Los alumnos esbozarán el instrumento de recolección de datos (para pilotaje), éste establecimiento resultará de la "Matriz de Doble Entrada" y/o de la "Tabla de Especificaciones" realizada en sesiones anteriores, así como del "Pequeño Grupo de Discusión"</p>		50		42	
<p>El alumno participará con su propio juicio y experiencia, en el pilotaje del instrumento.</p>	<p>Los alumnos reelaborarán el instrumento de recolección de datos, ésta reelaboración resultará tanto del pilotaje del mismo, y de la revisión de los instrumentos "Matriz de Doble Entrada" y/o "Tabla de Especificaciones", así como del "Pequeño Grupo de Disc</p>		52		44	

## Hoja 10

<p>El alumno llevará: instrumentos aplicados así como el vaciado de resultados.</p>	<p>Realimentación del "Mapa Semántico" (que se inició en sesión 8), incluyendo respuestas a la pregunta problema, eliminando hipótesis y quizá generando otras, esto según intuición y datos generados en la aplicación del instrumento de control empírico. La re</p>		54		46	
<p>El alumno llevará los productos realizados a lo largo de esta etapa, de manera puramente individual así como en sus "Comisiones".</p>	<p>Elaboración de un Índice de trabajo final, a manera de "Red Semántica", lo anterior a través de un "Torbellino de Ideas" y una "Exposición informal" de los resultados hasta hoy alcanzados.</p>		56		48	
<p>El alumno habrá de realizar una actividad encaminada a evaluarlo formativamente.</p>	<p>El grupo entregará el trabajo final, y habrá de realizar una actividad encaminada a la evaluación diagnóstica. Por otro lado, se deberá realizar una "Agenda" de trabajo para la Presentación de Resultados, esto a través de un "Torbellino de Ideas". Lo ant</p>		58		50	
<p>El alumno investigará cómo se hace una presentación ejecutiva: tipos, características, guión, manejo de discurso audiovisual, presentación de datos cualitativos y cuantitativos; lo anterior pondrá de manifiesto su habilidad para la búsqueda, tratamiento</p>	<p>El grupo entregará un Boceto, sobre qué va a presentar y cómo lo va a presentar, esto será determinado a través de la actividad llamada "Seminario", en primer lugar, y en segundo lugar, a través de un "Pequeño Grupo de Discusión", "Torbellino de Ideas" y</p>	<p>Presentación de Resultados (Preparación) (4 Horas)</p>	60			2
<p>El alumno, por la "Comisiones" a las que pertenece, presentará sus avances.</p>	<p>El grupo, presentará los avances de la Presentación Ejecutiva (80%), esto a través de una "Exposición" informal y un "Pequeño Grupo de Discusión" que permita avanzar en la toma de decisiones estratégicas. Lo anterior será el resultado final de la integra</p>		62			4
<p>El alumno, por las "Comisiones" a las que pertenece, presenta y/o contribuye al desenvolvimiento de la Presentación Ejecutiva.</p>	<p>El grupo, o la "Comisión" expositora, realiza la presentación Ejecutiva. En este momento las actividades se centran en la manifestación de los conocimientos adquiridos, así como en la utilización del lenguaje más conveniente (propio de los medios de co</p>	<p>Presentación de Resultados (2 Horas)</p>	64			6