

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

Universidad Autónoma
de Baja California

08 FEB 2021

Tijuana, Baja California, a 05 de febrero de 2021.

Oficio No. 034/2021-1

RECTORÍA
RECIBIDO


Dr. Daniel Octavio Valdez Delgadillo
Rector de la Universidad Autónoma de Baja California
Presente.-

Por este medio me permito saludarlo, además de remitir el documento que corresponde a la **Propuesta de Modificación del Plan de Estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación** que presentan las unidades académicas la Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali; la Facultad de Ciencias Sociales, Ensenada; y la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana, con el propósito de poner a su consideración se incluya en la agenda del próximo Consejo Universitario y en su caso sea turnado a la Comisión de Asuntos Técnicos del Honorable Consejo que usted preside, para su revisión y dictamen.

Adjunto encontrará copia del acta de Consejo técnico de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, donde se detalla la forma en que se presentó la propuesta y fue aceptada por unanimidad para que sea remitida la propuesta al Consejo Universitario.

Sin otro particular por el momento, agradezco de antemano sus atenciones y quedo a su disposición para aclarar cualquier duda o comentario.

Atentamente
"POR LA REALIZACIÓN PLENA DEL HOMBRE"


Dra. María de Jesús Montoya Robles
Directora



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

ACTA DE SESIÓN ORDINARIA DE CONSEJO TÉCNICO

03 de febrero de 2021

Siendo las 12 horas y media del día 03 de febrero de 2021 dio inicio de manera virtual, a través de la plataforma *Google Meet*, la sesión ordinaria del Consejo Técnico de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Baja California, según consta en convocatoria realizada a través del oficio circular número **328/2020-2**. En desahogo de la orden del día, una vez que se declaró la apertura de la sesión, como primer punto se procedió al registro de la asistencia. La asistencia registrada profesores fue de cinco profesores propietarios y tres suplentes y de los estudiantes uno propietario y tres suplentes. Al contar con seis de los 11 consejeros propietarios activos, se pidió a dos suplentes cubrieron a sus respectivos propietarios, lo que suma ocho consejeros con voz y voto, por lo que se declaró quorum legal. Como punto seguido se procedió a la lectura del orden del día, el cual se sometió a votación y fue aprobado por unanimidad.

El tercer punto del orden del día consistió en la exposición de la Propuesta de Modificación del Plan de Estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación que presentan en conjunto la Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali; la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; y la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana. La exposición estuvo a cargo de la Dra. Erika Valenzuela Gómez, con la participación del Dr. Gerardo Guillermo León Barrios, profesor de tiempo completo del programa y quien recibió la autorización para ingresar a la sala por parte de los miembros del Consejo, como invitado a la sesión.

Una vez que se expuso cabalmente la propuesta de modificación del plan de estudios, el pleno del Consejo Técnico votó para manifestar si aprobaba o no que se enviara esta propuesta de plan de estudios al Consejo Universitario para su dictamen. El resultado de la votación fue una aprobación por unanimidad.

Como último punto del orden del día, se abordaron algunos temas generales, entre los cuales se incluyó la recomendación de la Dra. María de Jesús Montoya, directora de la Facultad, de buscar formas creativas y flexibles para apoyar a los alumnos dadas las dificultades para tomar clase en línea; y la propuesta de la Dra. Valeria Valencia de que las coordinaciones de la Facultad

Oscar

A.C. el

[Vertical list of handwritten signatures and initials in blue ink, including names like Erika Valenzuela]

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

tengan juntas informativas con los académicos con la finalidad de que éstos últimos puedan asesorar mejor a los alumnos.


Finalmente se preguntó a los miembros del Comité si había algún otro tema propuesto para tratar como parte de los asuntos generales, y como no hubo ninguna propuesta, se consideró agotada la orden del día, por lo que sin más asuntos que abordar se dio por terminada la sesión aproximadamente a las 14:30 de la tarde.

Se adjunta a la presente acta imágenes que validan la asistencia de estudiantes y profesores a la sesión virtual, imágenes de la sesión y votación en formulario de Google.

Firmas



Dra. María de Jesús Montoya Robles
Presidente



Héctor Villanueva Gutiérrez
Secretario

CONSEJEROS PROPIETARIOS

DOCENTES



Valeria Valencia Zamudio



Erika Valenzuela Gómez



Héctor Manuel Villanueva Gutiérrez



Karla Yudit Castillo Villapudua

ESTUDIANTES

No asistió

Patsy Sophia Bravo Smith

No asistió

Cristian Alberto Hermosillo Fuentes



Oscar Daniel Torres Ortiz

No asistió

Yary Pacheco Ayala

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

Sesión ordinaria con integrantes del Consejo Técnico
03 de febrero de 2021


Eduardo Sergio Guerra Torres

No asistió

Manuel Iván Castillo Aguiar

No asistió

Julissa Serrano Lizarraga

CONSEJEROS SUPLENTE

DOCENTES


Edwin Roberto Casillas Burgos

ESTUDIANTES


Abril Alejandra García Morales
(Suple a su propietario)

José Antonio Altamirano Trujillo


Nubia Janeth Estrada Payán
(Suple a su propietario)


Denisse Michelle Bello García


Andrea Contreras Moreno

No asistió

Etienne Mulumeoderhwa Mufungizi

No asistió

Quelzel Suhey Lira Zavala

No asistió

Kim Ochoa Guzmán

No asistió

Laura Estefania Amezola Lucatero

No asistió

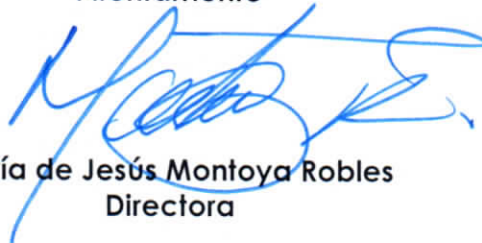
Cristian Isaac Villalobos Castillo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

Nota aclaratoria por falta de firma:

Durante la sesión de Consejo Técnico del día 3 de febrero el maestro **Altamirano Trujillo José Antonio**, Consejero profesor suplente, estuvo ingresando de forma interrumpida a la sala virtual, por encontrarse enfermo de Covid-19, los días siguientes su condición empeoró y fue hospitalizado donde al ingresar su condición fue de estable a grave hasta su descenso el día 19 de marzo del presente año.

Atentamente



María de Jesús Montoya Robles
Directora

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

Sesión ordinaria con integrantes del Consejo Técnico
03 de febrero de 2021




























Convocatoria a sesión de Consej... X




























Convocatoria a sesión de Consej... X

 **Personas (14)**  Chat

 **Personas (14)**  Chat

EN LA LLAMADA

-  Maria De Jesus Mo... (Tú)  
-  Abril Alejandra Garcia ...  
-  Andrea Contreras More...  
-  Denise Michaelle Bello ...  
-  E Eduardo Sergio Guerra ...  
-  Edwin Casillas  
-  E Erika Valenzuela Gomez  
-  Gerardo Guillermo Leó...  
-  Gerardo Guillermo Leó...  

-  Edwin Casillas  
-  E Erika Valenzuela Gomez  
-  Gerardo Guillermo Leó...  
-  Gerardo Guillermo Leó...  
-  Hector Manuel Villanue...  
-  K Karla Yudit Castillo Villa...  
-  Nubia Janeth Estrada P...  
-  Oscar Daniel Torres Ortiz  
-  Valeria Valencia Zamudio  

 antar la mano  Gerardo Guillermo León Barri...
está presentando su pantalla

 antar la mano  Gerardo Guillermo León Barri...
está presentando su pantalla

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

Sesión ordinaria con integrantes del Consejo Técnico
03 de febrero de 2021

Gerardo Guillermo León Barrios está presentando

Comparación

2012-2

Las asignaturas vinculadas con la producción mediática tienen un problema de secuenciación didáctica al incluir en el mismo semestre las unidades de aprendizaje: «Producción fotográfica» y «Producción audiovisual».

El plan de estudios 2011-2 no promueve asignaturas integradoras.

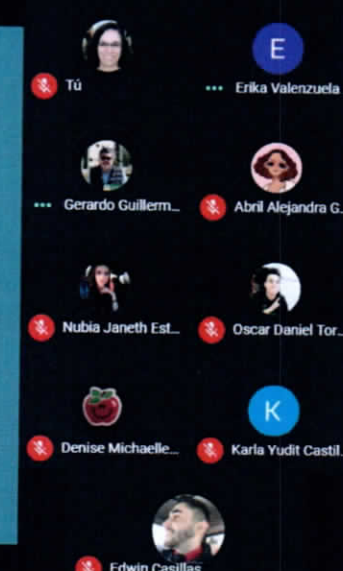
2021-2

Se ofrecen asignaturas que ayudan al estudiante a comprender el proceso de la comunicación mediática en contextos más complejos y amplios.

En la etapa cuantitativa con tres materias integradoras. Las materias de cada una de las áreas del conocimiento se estructuran en un currículo que encuentra sentido integrador en unidades de aprendizaje en específico.

Consejo Administrativo y Social (C.A.S.)
Humanidades y Ciencias Sociales

Participa con esta computadora tu pantalla. [Dejar de compartir](#) [Quitar](#)



Convocatoria a sesión de Consejo técnico, febr...



Lev

Gerardo Guillermo León Barrios está presentando

Comparación

2012-2

Las asignaturas vinculadas con la producción mediática tienen un problema de secuenciación didáctica al incluir en el mismo semestre las unidades de aprendizaje: «Producción fotográfica» y «Producción audiovisual».

El plan de estudios 2011-2 no promueve asignaturas integradoras.

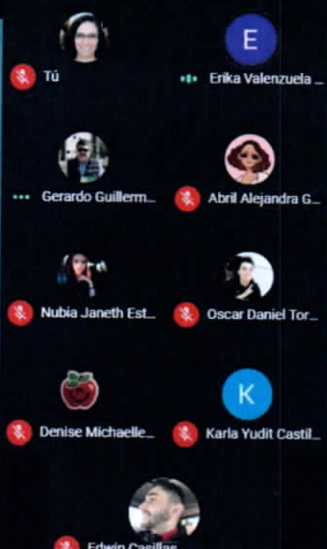
2021-2

Se ofrecen asignaturas que ayudan al estudiante a comprender el proceso de la comunicación mediática en contextos más complejos y amplios.

En la etapa cuantitativa con tres materias integradoras. Las materias de cada una de las áreas del conocimiento se estructuran en un currículo que encuentra sentido integrador en unidades de aprendizaje en específico.

Consejo Administrativo y Social (C.A.S.)
Humanidades y Ciencias Sociales

Participa con esta computadora tu pantalla. [Dejar de compartir](#) [Quitar](#)



Convocatoria a sesión de Consejo técnico, febr...



Lev

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

Sesión ordinaria con integrantes del Consejo Técnico
03 de febrero de 2021

Consejo Técnico de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales

Sesión ordinaria del 3 de febrero de 2021

Este formulario recopila automáticamente las direcciones de correo electrónico de los usuarios de Universidad Autónoma de Baja California. [Cambiar configuración](#)

Voto sobre el orden de día

- A favor
- En contra
- Neutral

Voto para remitir al Consejo Universitario la propuesta, de modificación al plan de estudios de Ciencias de la Comunicación.

- A favor
- En contra
- Neutral

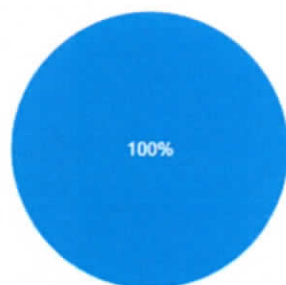
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

Sesión ordinaria con integrantes del Consejo Técnico
03 de febrero de 2021

Voto sobre el orden de día

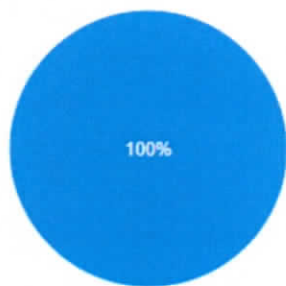
8 respuestas



● A favor
● En contra
● Neutral

Voto para remitir al Consejo Universitario la propuesta, de modificación al plan de estudios de Ciencias de la Comunicación.

8 respuestas



● A favor
● En contra
● Neutral

Universidad Autónoma de Baja California

UNIDAD UNIVERSITARIA VALLE DORADO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES UABC-CAMPUS-ENSENADA

No. de oficio: 01/008/2021-1

DR. DANIEL OCTAVIO VALDEZ DELGADILLO
RECTOR DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
PRESENTE

Por este conducto y de la manera más atenta me permito remitirle el documento titulado *Propuesta de Modificación del Programa Educativo de Licenciado en Ciencias de la Comunicación* que presentan la Facultad de Ciencias Humanas Mexicali, de Humanidades y Ciencias Sociales Tijuana y de Ciencias Administrativas y Sociales de Ensenada; con la finalidad, por si usted considera conveniente, de que se incluya en la agenda del próximo Consejo Universitario y pueda ser turnado a la Comisión de Asuntos Técnicos del honorable Consejo que usted preside, para su revisión y dictamen.

Se adjunta a la presente, copia del acta de Consejo Técnico de la Unidad Académica a mi cargo, donde se presentó la propuesta de creación del programa educativo mencionado, así como el documento electrónico del mismo.

Sin otro particular, agradezco las atenciones que se sirva dispensar a la presente y me remito a sus apreciables órdenes.

A T E N T A M E N T E

“POR LA REALIZACIÓN PLENA DEL HOMBRE”
Ensenada, Baja California a 4 de febrero de 2021

DIRECTOR

Chefach

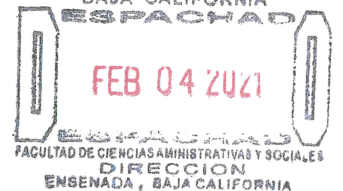
DR. SERGIO CRUZ HERNÁNDEZ

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE
BAJA CALIFORNIA



FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES
DIRECCION
ENSENADA, BAJA CALIFORNIA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE
BAJA CALIFORNIA
ENSENADA



c. c. p. Archivo

**Universidad Autónoma
de Baja California**

08 FEB 2021

**RECTORÍA
RECIBIDO**

Universidad Autónoma de Baja California



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES
UABC-CAMPUS-ENSENADA

ACTA DE SESIÓN DE CONSEJO TÉCNICO

Siendo las 10:00 horas del día miércoles 3 de febrero de 2021, y con base en la convocatoria emitida en el oficio circular 01/174/2020-2, se reunieron a través de la plataforma *google meet* los miembros del Consejo Técnico de la Facultad, el Director de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Dr. Sergio Cruz Hernández y Presidente del Consejo Técnico, Consejeros Técnicos propietarios y suplentes por parte de los maestros y Consejeros Técnicos propietarios y suplentes por parte de los alumnos.

Como primer punto del orden del día, se dio la bienvenida a los asistentes, después se tomó lista formal de los presentes, encontrándose la asistencia de seis Consejeros Técnicos propietarios y seis Consejeros Técnicos suplentes por parte de los maestros; seis Consejeros Técnicos propietarios por parte de los alumnos y dos Consejeros Técnicos suplentes por parte de los alumnos, por lo cual se determina que existe quórum legal para llevar a cabo la sesión y se cumplió con el punto 3 del orden del día.

Se solicitó la autorización de los presentes para que, de manera económica, dieran su visto bueno para la permanencia de la Lic. Anahí Méndez, encargada de comunicación de la Facultad, así como para que ingresara a la video llamada la profesora Nelly Calderón de la Barca Guerrero, quien hizo la presentación del proyecto de modificación de plan de estudios de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación. También se solicitó su venia para grabar en audio la sesión.

Se procedió a desahogar el punto 4 del orden del día. Dando espacio a la maestra Nelly Calderón de la Barca para que hiciera su presentación de los aspectos más relevantes del proyecto de modificación de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Como parte del punto seis del orden del día se abrió el espacio para los integrantes del consejo técnico expresaran sus opiniones con respecto a los proyectos presentados, recibiendo los siguientes comentarios:

Juan
Cecilia

Roberto Sanchez Garza

Alicia
CH

g. r.

3

Juan Carlos

Rebeca Sanchez Cariz

Universidad Autónoma de Baja California

Ricardo Osorio: Estimada Nelly, ágil pero muy concisa interesante propuesta, felicidades extensivas a todo el equipo de trabajo que se involucró en esta actividad, ardua tarea. Me da mucho gusto escuchar ese giro de Ciencias de la Comunicación digital, totalmente digital porque esa es la tendencia y sobre todo porque está orientada a las ciencias de vida, a la salud y a la comunicación social, entonces yo considero que va bien armado el documento y que sin duda alguna, tendrá buena aceptación en otros espacios pero en este caso me quedo satisfecho, gracias.

Sergio Cruz: Así es si quedan ganas de estudiar ese nuevo plan de estudios, regresar a la universidad.

Ricardo Osorio: Por la analítica de datos también. En Inteligencia de negocios.

Lizette Velasco: Yo quiero que reiterar la felicitación, muchas gracias Nelly una presentación muy interesante, me parece muy atinado esa actualización atendiendo a estas nuevas exigencias y la pertinencia en el programa que sigue siendo vigente, muchas felicidades y muchas gracias por todo el esfuerzo que implica todo este proceso de actualización y modificación de plan de estudios, las jornadas han sido muy extensas muy agotadoras y reitero mi felicitación, este proceso nos lleva mucho trabajo a todos y pues veo liderazgo nuevamente que se manifiesta aquí, muchas felicidades y muchas gracias por la presentación, gracias.

Gonzalo Gómez: Excelente, me parece muy bonita la carrera, ahorita me abrió un panorama totalmente diferente desde la carrera de comunicación, ahorita en la situación en la que estamos tocaron unos puntos muy importantes. Es importante saber que los muchachos tienen opciones por esa parte que ahorita no podemos estar de manera presencial, con este programa que nos presentan tan bonito, se me hizo muy interesante. La verdad es que es muchísimo trabajo, fue muy ágil la presentación, pero creo que la da un nuevo enfoque a esta parte de la carrera, me gustó mucho, hasta yo quiero entrar, como dijo el señor director está muy padre la carrera. Mucha felicidad se ve que han trabajado muchísimo y no me queda más que felicitarlos a Nelly y a todos, al igual que a la maestra Elvia, el maestro Alejandro, creo que esto nos va a ayudar muchísimo por esa parte en la que estemos en pandemia, no sabemos, no sabemos si va a haber otra sepa, realmente tenemos un futuro muy incierto entonces esto nos abre nuevas posibilidades, muchas gracias maestra, felicidades, excelente presentación, gracias.

Nelly Calderón de la Barca: Hemos recibido comentarios en el sentido de que "el programa quedó muy bien, algo que los egresados de la carrera de Ciencias de la Comunicación les ha costado un poco de trabajo y que notan que también les ha costado algo de trabajo a colegas, esta parte económica de como cotizarnos, como cotizar nuestro trabajo, tanto en proyectos ambientales, sociales, comunicativos, es un lío como que... no terminamos de caer en cuenta en cómo realizarlo, que lo

g.R.

Juan Cervantes

Universidad Autónoma de Baja California

Roberto Sanchez Garza

que veo, en otras carreras, por ejemplo Derecho; que lo tienen muy consciente y saben perfectamente cómo hacer esta parte. Esta observación porque eso es algo que muchos egresados nos dijeron cuando hicimos los grupos de enfoque, y consideramos esta dimensión económica en algunas materias, como son este tema de cómo fundamentar más tus proyectos y saber cómo cobrarlos, de alguna forma está considerado por ejemplo en materias como; Planeación Estratégica de Proyectos de Comunicación está situada en el séptimo semestre de la carrera, Implementación y Evaluación de Proyectos de Comunicación y Comunicación y Mercadotecnia, donde si consideramos que es importante fortalecer esta dimensión más estratégica y pues sin duda promover el emprendimiento por un lado económico, también social, pero sí, eso que mencionas es algo muy importante porque si digamos ¿Cuál va a ser la materia que vayamos a impartir nosotros que hay que colocar de alguna forma esto de "tu proyecto cuanto va a costar" no? Cuánto va a costar implementar. Entonces sí, si está considerado Anahí, muchas gracias por recordarme".

J.R.

[Handwritten signature]

[Handwritten mark]

Una vez dada oportunidad para que todos los integrantes del Consejo que así lo externaron, vertieron sus opiniones con respecto a los proyectos de modificación de planes de estudio de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se sometió a votación la aprobación por parte de los integrantes del Consejo Técnico para que la propuesta de modificación de plan de estudios de Ciencias de la Comunicación, sea propuesto al C. Rector de la Universidad para que en su caso, sean presentados ante el pleno del Consejo Universitario, de manera unánime fue aprobada la propuesta.

[Handwritten signature]

Una vez agotados los puntos del orden del día y no habiendo más asuntos que tratar, se da por clausurada la sesión, siendo las 11:00 horas del día miércoles 3 de febrero de 2021 en la ciudad de Ensenada, Baja California.

Presidente del Consejo Técnico

Chepoct

Sergio Cruz Hernández

[Handwritten signature]

Consejeros Técnicos que asistieron

~~Lizzette Velasco Auley~~
Profesora propietaria

[Handwritten signature]

Jéssica Mendivil Torres
Profesora propietaria

[Handwritten signature]

Nelly Calderón de la Barca Guerrero
Profesora propietaria

Alejandro Sánchez Sánchez
Profesor propietario

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten mark]

[Handwritten signature]

Universidad Autónoma de Baja California


Oscar Ricardo Osorio Cayetano
Profesor propietario


Gonzalo Gómez González
Profesor propietario


Miguel Angel Meléndez Ehrenzweig
Profesor suplente


Sheila Delhumeau Rivera
Profesora suplente


Alan Martínez Rodríguez
Profesor suplente


Pablo Alejo López Nuñez
Profesor suplente


Norma Alicia Flores Arellano
Profesora suplente


Roberto Sánchez Garza
Roberto Sánchez Garza
Profesor suplente


Miriam Saldaña Sánchez
Alumna propietaria


Alejandra Chacón Medina
Alumna propietaria



Laura Itzel Zayola Rubio
Alumna propietaria


Tania Jocelin Tolentino Suárez
Alumna propietaria


Luis Adrián Ceseña Castro
Alumno propietario

Adrian Altagracia Morales Juárez
Alumna propietaria


Daniel Rafael Malagón Chao
Estudiante suplente


Génesis Stefanía Reséndiz Sánchez
Estudiante suplente *G.P.*

Esta hoja de firmas corresponde a la sesión de Consejo Técnico de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales del día miércoles 3 de febrero de 2021.

Ch

Universidad Autónoma de Baja California

Nelly Calderón de la Barca Guerrero
Profesora propietaria

Alejandro Sánchez Sánchez
Profesor propietario

Oscar Ricardo Osorio Cayetano
Profesor propietario

Gonzalo Gómez González
Profesor propietario

Miguel Ángel Meléndez Ehrenzweig
Profesor suplente

Sheila Delhumeau Rivera
Profesora suplente

Alan Martínez Rodríguez
Profesor suplente

Pablo Alejo López Nuñez
Profesor suplente

Norma Alicia Flores Arellano
Profesora suplente

Roberto Sánchez Garza
Profesor suplente

Miriam Saldaña Sánchez
Alumna propietaria

Alejandra Chacón Medina
Alumna propietaria

Laura Itzel Zayola Rubio
Alumna propietaria

Tania Jocelin Tolentino Suárez
Alumna propietaria

Luis Adrián Ceseña Castro
Alumno propietario

Adrián Altagracia Morales Juárez
Alumna propietaria

Daniel Rafael Malagón Chao
Estudiante suplente

Génesis Stefanía Reséndiz Sánchez
Estudiante suplente

Esta hoja de firmas corresponde a la sesión de Consejo Técnico de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales del día miércoles 3 de febrero de 2021.



FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
OFICIO No. 026 / 2021-1

Universidad Autónoma
de Baja California

08 FEB 2021

RECTORÍA
RECIBIDO

DR. DANIEL OCTAVIO VALDEZ DELGADILLO
RECTOR DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
PRESENTE. -

Por este conducto y de la manera más atenta me permito hacer llegar a usted el documento titulado *Propuesta de Modificación del Programa Educativo de Licenciado en Ciencias de la Comunicación* que presentan la Facultad de Ciencias Humanas Mexicali, de Humanidades y Ciencias Sociales Tijuana y de Ciencias Administrativas y Sociales de Ensenada; con el fin de, si usted lo considera conveniente, se incluya en orden del día del próximo Consejo Universitario para ser turnado a la Comisión de Asuntos Técnicos del honorable Consejo que usted preside.

Se adjunta a la presente, copia de la minuta del Consejo Técnico de la Unidad Académica a mi cargo, donde se presentó la propuesta de creación del programa educativo mencionado, así como el documento electrónico del mismo.

Sin otro particular por el momento, extendiendo un cordial saludo y agradezco de antemano la atención al presente, quedo a sus órdenes.

ATENTAMENTE

Mexicali, Baja California a 5 de febrero de 2021
"POR LA REALIZACIÓN PLENA DEL HOMBRE"

Universidad Autónoma
de Baja California

5 de feb 2021

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

DESPACHADO

A.A. I.F.S.T.
DR. JESÚS ADOLFO SOTO CURIEL



DIRECTOR



MINUTA DE LA REUNIÓN ORDINARIA DEL CONSEJO TÉCNICO CELEBRADO EL JUEVES 4 DE FEBRERO DE 2021 A LAS 11:05 HORAS A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA GOOGLE MEET.

EN LA SESIÓN DEL CONSEJO TÉCNICO ESTUVIERON PRESENTES LOS CONSEJEROS PROPIETARIOS MAESTROS: **Jesús Adolfo Soto Curiel, Shamaly Alheli Niño Carrasco, Victoria Santillán Briseño, Yazmín Vargas Gutiérrez, Jaime Olivera Hernández, Hernán Franco Martín y Erika Paola Reyes Piñuelas.** LOS CONSEJEROS SUPLENTE MAESTROS: **Fausto Medina Esparza, Carlos David Solorio Pérez, Graciela Paz Alvarado, Elsa de J. Hernández Fuentes, Ángel Omar May González y Juan Carlos Castellanos Ramírez.** LOS CONSEJEROS PROPIETARIOS ALUMNOS: **Jesús Javier Bernal Sánchez, Julisa Lazarín Sánchez, Alma Dalia Medeles Padilla, Fernanda Lariza Nieto Rodríguez y Karen Lucero Peña Álvarez** Y LAS CONSEJERAS SUPLENTE ALUMNAS: **Andrea F. Jiménez Saldívar, Danitza Jazmín Pérez García, Priscila Rosas Martínez y Rosario Vásquez Ramírez.**

Siendo las 10:05 horas del día 4 de febrero de 2021, se llevo a cabo a través de la plataforma Google Meet reunión de Consejo Técnico de la Facultad de Ciencias Humanas bajo el siguiente orden del día:

- 1.- Lista de asistencia y declaración del quórum.
- 2.- Lectura y aprobación de orden del día.
- 3.- Presentación de propuesta de modificación del plan de estudios del programa educativo de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.
- 4.- Recepción de opiniones, con respecto al punto 3, de los integrantes del Consejo.
- 5.- Clausura de la sesión.

Dando seguimiento a la orden del día, se realizó pase de lista, contando con la presencia del quorum necesario se dio lectura a la orden del día, que fue aprobada por unanimidad.

Después de la lectura y aprobación se procedió al punto número 3 de la orden del día. La presentación de la propuesta del plan de estudios de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación estuvo a cargo del Mtro. Marcos Ramírez Espinosa, Coordinador de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación y del Dr. Armando Gutiérrez Ortega, responsable del proceso de modificación del plan de estudios.

En la presentación los expositores explicaron cómo se llevó a cabo el proceso de reestructuración del plan de estudios y el contenido general de la propuesta, misma que se había enviado con anterioridad.

Al término de la presentación, el presidente del Consejo abrió el espacio para comentarios y opinión de los presentes

La primera intervención fue de la Dra. Victoria Santillán Briceño, quien primero felicitó a los profesores y a la planta docente por la propuesta y externo la preocupación de la Mtra. Lili López respecto a si no habría implicaciones al presentarse primero el plan de estudios de la LCC, sin que se presentaran los demás.

El presidente del Consejo tomó la palabra y comentó que se presenta un primer plan de estudios y luego, los demás. Indicó que se puede iniciar con el tronco común y después integrarse los demás planes de estudio conforme se vayan aprobando por Consejo Universitario.

La segunda intervención fue de la estudiante Priscila Rosas, quien indicó que tenía algunas preguntas: la primera pregunta fue, si las cartas descriptivas no deberían estar integradas al plan de estudios.

Julisa L

Franco Martin, Lucero

[Signature]

Armando Gutierrez

[Signature]

[Signature]

[Signature]

[Signature]

[Signature]

[Signature]

Yareny
FAUSTO M.F.

[Signature]

[Signature]

[Signature]



Ante esta interrogante, el presidente del consejo aclaró que el plan no se presenta al Consejo Universitario sino cuenta con toda la información. También intervino el Dr. Armando Gutiérrez quien señaló que ya se tenían las descripciones genéricas y cartas.

La segunda pregunta de la estudiante Priscila fue si actualizará o se contratará a nuevos profesores para responder a las necesidades del plan de estudios. A lo que respondió el Mtro. Marcos Ramírez, coordinador de la carrera que, permanece la planta docente, pero que hay un interés de los profesores por capacitarse en algunas áreas, pero que también se contratará cuando haya necesidad a nuevos elementos en la planta docente. Señaló que el plan de estudios no se adaptará a los profesores.

Al término de su intervención, la estudiante comentó que había una observación de forma e indicó que en el índice dice: mapa curricular de ciencias de la educación. A esto el presidente indicó que ya se tenía conocimiento de ello y se había turnado esa y otras observaciones para que se hicieran las correcciones correspondientes. Asimismo, invitó a los presentes para que si había otros señalamientos los hicieran llegar.

Después intervino nuevamente la Dra. Victoria Santillán y preguntó si se consideró dentro de la optatividad la opción de otros cursos.

A lo que respondió el Mtro. Ramírez que, sí se ha considerado la optatividad para otros cursos complementarios, pues con esto se abre la posibilidad de atender a las competencias.

La Dra. Santillán señaló que esto también abre la posibilidad de que los estudiantes de las distintas carreras puedan tomar asignaturas optativas.

La estudiante Alma Delia preguntó si para esta modificación de plan de estudios habían considerado el modelo de algunas otras universidades para tener una visión más amplia para la carrera. La respuesta del coordinador de la carrera fue que se hizo un análisis de universidades nacionales e internacionales, para sí ser con el propósito de ser competitivos y no solo responder a las necesidades de la comunidad inmediata.

Ante esta inquietud intervino el Dr. Armando y señaló que se cuenta con una red de universidades a nivel nacional y el suroeste de Estados Unidos de los que se tomaron referencias.

Al término de las intervenciones, el presidente del Consejo invitó nuevamente a los presentes a enviar, en caso de que hubiera más aportaciones, sus comentarios y sugerencias y se procedió a la votación teniendo como resultado una aprobación UNANIME por parte del Consejo Técnico.

La Sesión de Consejo Técnico se dio por clausurada a las 11:30 horas, levantándose como constancia la presente acta.

Armando Gutiérrez

Francisco Meléndez

Victoria Santillán

[Signature]

[Signature]

[Signature]

Yariny

[Signature]

[Signature]

[Signature]



NOMBRE	FIRMA
Jesús Adolfo Soto Curiel	
Shamaly Alheli Niño Carrasco	
Victoria Elena Santillán Briseño	
Yazmín Vargas Gutiérrez	
Jaime Olivera Hernández	
Hernan Franco Martin	
Erika Paola Reyes Piñuelas	
Fausto Medina Esparza	FAUSTO M.E.
Carlos David Solorio Pérez	
Graciela Paz Alvarado	
Elsa de Jesús Hernández Fuentes	
Ángel Omar May González	
Juan Carlos Castellanos Ramírez	
Jesús Javier Bernal SándeZ	
Julisa Lazarín Sánchez	
Alma Dalia Medeles Padilla	
Fernanda Lariza Nieto Rodríguez	
Karen Lucero Peña Álvarez	
Andrea F. Jiménez Saldívar	
Priscila Rosas Martínez	
Rosario Vásquez Ramírez	

ATENTAMENTE
"POR LA REALIZACIÓN PLENA DEL HOMBRE"
Mexicali, Baja California a 4 de febrero de 2021

SECRETARIO

Yazmín Vargas Gutiérrez

PRESIDENTE

Jesús Adolfo Soto Curiel



Universidad Autónoma
de Baja California

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Propuesta de modificación del plan de estudios que presenta la Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali; Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; y Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana.

Mexicali, Baja California, México. Febrero de 2021.

**Propuesta de modificación del Plan de Estudios 2011-2 del
programa educativo Licenciado en Ciencias de la
Comunicación**

Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali; Facultad de Ciencias
Administrativas y Sociales, Ensenada; y Facultad de Humanidades y
Ciencias Sociales, Tijuana.

DIRECTORIO

Dr. Daniel Octavio Valdez Delgadillo

Rector

Dr. Edgar Ismael Alarcón Meza

Secretario General

Dra. Gisela Montero Alpírez

Vicerrectora Campus Mexicali

M.I. Edith Montiel Ayala

Vicerrectora Campus Tijuana

Dra. Mónica Lacavex Berumen

Vicerrectora Campus Ensenada

Dr. Jesús Adolfo Soto Curiel

Director de la Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali

Dr. Sergio Cruz Hernández

Director de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada

Dra. María de Jesús Montoya Robles

Directora de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana

Dr. Salvador Ponce Ceballos

Coordinador General de Formación Profesional

Dr. Antelmo Castro López

Jefe del Departamento de Diseño Curricular

Coordinadores del proyecto

Dr. Armando Gutiérrez Ortega
Mtro. Marcos Ramírez Espinosa
Dra. Nelly Calderón de la Barca Guerrero
Dra. Erika Valenzuela Gómez

Comité responsable del proyecto

Dra. Diana Denisse Merchant
Dra. Nina Martínez
Dra. Alejandra Rodríguez Estrada
Dra. Yazmin Vargas Gutiérrez
Dra. Nelly Calderón de la Barca Guerrero
Dra. María de Jesús Montoya Robles
Dra. Ma Elena Zermeño Espinosa
Dr. Armando Gutiérrez Ortega
Dra. Erika Valenzuela Gómez
Dra. Graciela Paz Alvarado
Dr. Gerardo Guillermo León Barrios
Dra. Irma Daniela Rentería Díaz
Dra. Roció Alejandra Villanueva Urueta
Dra. Elsa del Carmen Villegas
Dra. Sheila Delhumeau Rivera
Mtro. Marcos Ramírez Espinosa

Asesoría y revisión de la metodología de desarrollo curricular

Lic. Lizeth Stephanya Cano Lares
Dr. Antelmo Castro López

Índice

1. Introducción.....	5
2. Justificación.....	10
3. Filosofía educativa	36
3.1. Modelo educativo de la Universidad Autónoma de Baja California.....	36
3.2. Misión y visión de la Universidad Autónoma de Baja California.....	40
3.3. Misión, visión y valores de las unidades académicas	41
Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.	41
Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada.	42
Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana.	43
3.4. Misión, visión y objetivos del programa educativo	43
4. Descripción de la propuesta	46
4.1. Etapas de formación	46
4.1.1. Etapa básica.....	46
4.1.2. Etapa disciplinaria	47
4.1.3. Etapa terminal	48
4.2. Descripción de las modalidades de aprendizaje y obtención de créditos, y sus mecanismos de operación	49
4.2.1. Unidades de aprendizaje obligatorias.....	50
4.2.2. Unidades de aprendizaje optativas.....	51
4.2.3. Otros cursos optativos	51
4.2.4. Estudios independientes	52
4.2.5. Ayudantía docente.....	53
4.2.6. Ayudantía de investigación.....	54
4.2.7. Ejercicio investigativo	55
4.2.8. Apoyo a actividades de extensión y vinculación.....	56
4.2.9. Proyectos de vinculación con valor en créditos (PVVC)	57
4.2.10. Actividades artísticas, culturales y deportivas.....	60
4.2.11. Prácticas profesionales	61
4.2.12. Programa de emprendedores universitarios.	63

4.2.13. Actividades para la formación en valores.....	64
4.2.14. Cursos intersemestrales	64
4.2.15. Movilidad e intercambio estudiantil	65
4.2.16. Servicio social comunitario y profesional	67
4.2.17. Lengua extranjera	69
4.3. Titulación.....	70
4.4. Requerimientos y mecanismos de implementación	71
4.4.1. Difusión del programa educativo	71
4.4.2. Descripción de la planta académica	72
4.4.3. Descripción de la infraestructura, materiales y equipo.....	81
4.4.4. Descripción de la estructura organizacional	84
4.4.5. Descripción del Programa de Tutoría Académica	88
5. Plan de estudios.....	91
5.1. Perfil de ingreso.....	91
5.2. Perfil de egreso	92
5.3. Campo profesional	94
5.4. Características de las unidades de aprendizaje por etapas de formación.....	95
5.5. Características de las unidades de aprendizaje por áreas de conocimiento	99
5.6. Mapa Curricular de Licenciado en Ciencias de la Comunicación	102
5.7. Descripción cuantitativa del plan de estudios	103
5.8. Tipología de las unidades de aprendizaje	104
5.9. Equivalencias de las unidades de aprendizaje	109
6. Descripción del sistema de evaluación	112
6.1. Evaluación del plan de estudios	112
6.2. Evaluación del aprendizaje.....	113
6.3. Evaluación colegiada del aprendizaje	114
7. Revisión externa.....	117
8. Referencias	132
9. Anexos	135
9.1. Anexo 1. Formatos metodológicos.....	135
9.2. Anexo 2. Actas de Consejos Técnicos.....	163

9.3. Anexo 3. Programas de unidades de aprendizaje	177
9.4. Anexo 4. Estudio de evaluación externa e interna del programa educativo	991

1. Introducción

Las ciencias de la comunicación están integradas por el conjunto de ciencias sociales encargadas del estudio, reflexión y desarrollo del campo de acción profesional relacionado con los procesos de mediación, información, comunicación e interacción humana en diversos ámbitos, alcances y esferas.

Las primeras investigaciones científicas en este campo se concentraban en el proceso físico del intercambio de información mediante sistemas electrónicos, de modo que las teorías derivadas eran fundamentalmente expresiones matemáticas del comportamiento de la información en estas redes de comunicación electrónicas.

Aunque estos primeros acercamientos científicos a los sistemas electrónicos de comunicación humana se fundamentaban en factores de orden cibernético, los principales autores (Shanon y Weaver, 1948; Wiener, 1948) reconocían que el componente meramente físico era sólo uno de múltiples niveles en el proceso de la comunicación electrónica, al que debía agregarse el nivel semántico y el nivel sociocultural. Una vez superado este primer estadio histórico, el campo científico y la práctica de la comunicación han extendido sus fronteras para abarcar las diversas formas que el proceso comunicativo ha adoptado en las sociedades contemporáneas, la manera en que los individuos dotan de sentido y significado al sistema de comunicación social que integra su ecosistema mediático y de interacciones, los procesos que movilizan la información al interior y exterior de las organizaciones, los sistemas de intercambio simbólico en el que intervienen las distintas esferas de lo social, desde lo individual hasta lo masivo. Ante esta compleja constitución del objeto de estudio y categorías de análisis de las ciencias de la comunicación, el campo de estudio tiene, por lo tanto, tres condiciones relevantes:

1. Diversidad, tanto en los aspectos epistemológicos como en la pragmática de la producción de recursos comunicativos. Las ciencias de la comunicación tienen una doble condición, la reflexión científica y el desarrollo de proyectos o productos comunicativos, ambas condiciones se vinculan directamente con la evolución de los recursos tecnológicos e instrumentales por medio de los cuales interactúa la sociedad

en distintos ámbitos, tales como comunicación masiva *on* y *offline*, interacciones en redes sociodigitales, flujos internos y externos de información al interior y exterior de las organizaciones, sistemas de comunicación social y política, comunicación educativa, producción periodística, desarrollo de contenidos publicitarios, telecomunicaciones, diseño gráfico, diseño de experiencias de usuario, videojuegos, entre otras.

2. Dispersión de los objetos y temas de estudio, así como de las disciplinas científicas que permiten abordarlos. En tanto que las ciencias de la comunicación se encuentran en proceso embrionario de su consolidación epistemológica que le permita constituirse en comunicología, sus objetos de estudio y los conceptos teóricos que se han construido desde la década de 1950, son compartidos y abordados por un conjunto de disciplinas que permiten construir modelos integradores que buscan abordar la complejidad del proceso de comunicación humana. La semiótica, psicología, sociolingüística, antropología, informática, cibernética, sociología, economía o politología, por mencionar algunas, han desarrollado recursos y herramientas de análisis, de forma conjunta, recíproca o paralela a la metodología propia de las ciencias de la comunicación.

3. Complejidad evolutiva. Esta disciplina se encuentra particularmente vinculada con el desarrollo de los sistemas de interacciones sociales que las aplicaciones tecnológicas modifican con su evolución; la aceleración de estos procesos de producción e implementación de innovaciones agrega complejidad al ecosistema simbólico por medio del cual cada individuo se comunica, comprende, dota de significado e interactúa con su entorno.

Este ejercicio de reflexión, tanto al interior como al exterior, sobre cada uno de los principales componentes que integran la conformación de un programa educativo de educación superior, encuentra justificación institucional en tres documentos básicos.

1. En la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible (ONU, 2018), en el cuarto objetivo denominado Educación de calidad se considera prioritario asegurar el acceso a educación superior de calidad para hombres y mujeres, así como incrementar de forma significativa el número de jóvenes y adultos con las competencias técnicas y profesionales suficientes para acceder a empleos de calidad, competir en el mercado

laboral global e integrarse con éxito en proyectos de emprendimiento.

2. El Plan Nacional de Desarrollo ([PND] Gobierno de México, 2019) pone especial interés en dos aspectos relevantes para este proyecto de modificación del plan de estudios. El eje denominado Bienestar tiene como estrategia del segundo objetivo incrementar la calidad y pertinencia de la enseñanza en todos los niveles escolares, buscando brindar acceso universal y teniendo como punto de partida las necesidades de la población. Vinculado con la pertinencia de la educación y las necesidades de las personas, el programa educativo puede impactar de forma positiva en las estrategias cuatro y cinco el eje Desarrollo económico, en el que se considera prioritario el desarrollo de habilidades para la transformación digital del entorno económico mediante el acceso pertinente de las personas de acuerdo a su sexo, edad y cultura, reduciendo la brecha de acceso a la tecnología y aplicaciones digitales en las distintas comunidades, especialmente en aquellas en condición de marginalidad.

3. El Plan de Desarrollo Institucional de la UABC (UABC, 2019). La tercera estrategia, Asegurar la pertinencia educativa, de la política uno, considera fundamental para el óptimo cumplimiento de la función formativa de la Institución la modificación y actualización de los programas de estudio para que respondan cabalmente a los requerimientos regionales, nacionales e internacionales; sistematizando los procesos de modificación que permitan la diversificación y pertinencia de la oferta educativa. El plan educativo responde también a la segunda estrategia de la política siete, Favorecer el uso de tecnologías digitales en las funciones sustantivas, al establecer como medida prioritaria la formación y actualización de la comunidad universitaria en el uso de tecnologías de comunicación, información e interacción; estableciendo una agenda de investigación y desarrollo de modelos, materiales, entornos y experiencias de aprendizaje mediante recursos digitales.

Para responder a la evolución del campo profesional y científico del programa de estudios se propone su modificación, de modo que se brinden propuestas formativas y reflexiones académicas sobre el estado del arte de los procesos de comunicación contemporánea, impactar de forma positiva en las comunidades regionales, nacionales y globales, fortalecer el mercado de trabajo con profesionistas que brinden soluciones prácticas y eficientes a las nuevas necesidades de

comunicación, enriquecer el quehacer científico de las ciencias de la comunicación y promover el desarrollo y la prosperidad de los bajacalifornianos.

La propuesta de modificación se fundamenta en los resultados de la evaluación efectuada al plan de estudios 2011-2 de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, que se imparte en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, campus Ensenada, la Facultad de Ciencias Humanas, campus Mexicali, y la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, campus Tijuana.

El estudio se llevó a cabo siguiendo los procedimientos propuestos en la Metodología de los Estudios de Fundamentación para la Creación, Modificación o Actualización de Programas Educativos de Licenciatura, elaborado por la Universidad Autónoma de Baja California (2018). Esta metodología organiza el trabajo de indagación y reflexión en torno a elementos del contexto externo y las condiciones institucionales que sustentan al programa educativo.

La evaluación externa se concentró en: (1) La pertinencia social del programa educativo, en el que se analizan las necesidades sociales en el contexto local, regional, nacional e internacional; el mercado laboral; la opinión de los egresados; y el análisis de la oferta y demanda de programas equivalentes o afines, y (2) El estudio de referentes, en el que se analiza la profesión y su prospectiva; las prácticas de programas educativos en ciencias de la comunicación o disciplinas afines; así como los postulados de organismos nacionales e internacionales que emiten recomendaciones para la mejora de las prácticas educativas en la profesión.

La evaluación interna se encargó de: (1) La evaluación de los fundamentos y condiciones de operación del programa educativo, analizando los propósitos del programa, misión y visión y sus condiciones generales de operación; (2) la evaluación del currículo, donde se revisó, tanto la congruencia del modelo educativo con el plan de estudios, como las actividades para la formación integral de los estudiantes; (3) la evaluación del tránsito de los estudiantes por el programa educativo, donde se analizan los resultados del proceso de ingreso al programa educativo, los indicadores de trayectoria escolar, la participación de los estudiantes en programas de apoyo y los resultados de los estudiantes en el programa educativo; y (4) la evaluación del personal académico, infraestructura y servicios, en donde se revisan los resultados del

personal académico, la infraestructura física donde se desarrollan las prácticas educativas, así como los servicios de apoyo que se ofrecen a los estudiantes del programa.

Este documento se compone de siete grandes apartados. En el primero se plantea la justificación de la propuesta en sus términos generales, partiendo de los resultados del estudio de evaluación externa e interna del programa educativo. En el segundo apartado se plantea la justificación de la propuesta de modificación del plan de estudios 2011-2 a partir de la evaluación externa e interna del programa educativo. El tercer apartado contiene el sustento filosófico-educativo desde la perspectiva del Modelo Educativo de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC, 2013), además de la misión, la visión y los objetivos del programa educativo. El cuarto apartado detalla las etapas de formación, las modalidades de aprendizaje para la obtención de créditos y su operación, los requerimientos y mecanismos de implementación, el sistema de tutorías, así como la planta académica, la infraestructura, materiales y equipo, y la organización de las unidades académicas, necesarias para operar el nuevo plan de estudios. En el quinto apartado se describe el plan de estudios donde se indica el perfil de ingreso, el perfil de egreso, el campo profesional, las características de las unidades de aprendizaje por etapas de formación y por áreas de conocimiento, el mapa curricular, la descripción cuantitativa del plan de estudios, la equivalencia y la tipología de las unidades de aprendizaje. El sexto apartado define el sistema de evaluación tanto del plan de estudios como del aprendizaje. En el séptimo apartado se integran las expresiones que emitieron expertos pares después de un proceso de revisión de la propuesta. Al final se incluyen los anexos con los formatos metodológicos, actas de aprobación del Consejo Técnico de las unidades académicas, los programas de unidades de aprendizaje y el estudio de evaluación externa e interna del programa educativo.

2. Justificación

El plan de estudios del programa educativo Licenciado en Ciencias de la Comunicación entró vigor en agosto de 2012, estos ocho años de operación han permitido recuperar información relevante sobre la calidad del programa educativo, la pertinencia y alcances del plan de estudios, y el impacto que el programa ha tenido en el desempeño de los egresados, el mercado laboral y la evolución del área del conocimiento; lo que representa el principal motivo de esta propuesta de modificación.

Se desarrolló una propuesta institucional de evaluación al plan de estudios en las que se integraron los tres campus en los que se imparte; para ello se integró una metodología definida por la Coordinación General de Formación Profesional de la UABC que se emplea de forma sistemática para fundamentar la creación, modificación o actualización de sus programas educativos (UABC, 2018).

Los resultados de los estudios permitieron identificar las problemáticas que afectan al desarrollo de la profesión, las tendencias globales en el campo profesional y científico de las ciencias de la comunicación en diversos contextos, así como las competencias que mejor responden a las exigencias que tienen los egresados. Entre las conclusiones a las que llegó el equipo académico se encuentran las siguientes:

En cuanto a la respuesta que el programa educativo brinda a las necesidades y problemáticas sociales estatales, regionales, nacionales y globales inherentes a la profesión, el consenso general considera que no se ha logrado incorporar elementos del contexto social contemporáneo, como nuevos tipos de audiencias, formas de producción de contenidos, sistemas de comunidades virtuales, así como brindar atención suficiente a temas como emprendimiento especializado en servicios de comunicación, atención a problemas de minorías, seguridad, salud preventiva y producción de contenidos educativos y de divulgación de la ciencia y la cultura.

La redacción de la competencia general del programa educativo es lo suficientemente general como para proporcionar pertinencia y amplitud al diseño curricular que se deriva de ella, de modo que cada unidad de aprendizaje puede adecuarse a las transformaciones de la profesión en función de las necesidades

sociales, reconociendo que hay unidades que no permiten que el perfil de egreso, en relación con las competencias, resulte pertinente a estas necesidades y problemáticas.

El perfil profesional del egresado, en términos de competencias, responde de forma completa a los requerimientos del mercado laboral en áreas como fundamentos de la comunicación y metodología; los hace de forma parcial en conocimiento del contexto y el entorno, y gestión de la comunicación; y lo hace de forma limitada en lenguaje y discurso y realización multimedia.

No hay congruencia entre el plan de estudios y el avance científico y tecnológico de la profesión. Hasta el momento no se han logrado incorporar competencias en producción y gestión de contenidos en plataformas digitales; desarrollo de sistemas y procesos de interacción en redes virtuales; capacidad para utilizar *Big Data* como recurso de recuperación de información y procesos de análisis y gestión de la comunicación; no hay formación en programación básica.

El PE no toma en cuenta plenamente las recomendaciones que al menos dos organismos nacionales proponen a la profesión y le permiten enriquecer el plan de estudios; por un lado los resultados del examen de egreso Egel-Ceneval y la falta de atención a mercadotecnia y periodismo, son parte del argumento que da sustento a esta postura, aunque las sugerencias que ha hecho Conac en este sentido, encuentran respuesta curricular con el diseño de materias optativas, sin lograr modificar la estructura central del PE.

No hay congruencia entre el plan de estudios vigente y los requerimientos actuales de la profesión en relación con producción y gestión de contenidos, así como en gestión de la comunicación y producción multimedia y transmedia.

Las competencias del perfil de egreso definidas en el plan de estudios alcanzan a ser congruentes con los requerimientos actuales de la profesión ya que, como se mencionó previamente en estas conclusiones, tiene una redacción suficientemente amplia y abierta como para permitir la incorporación de nuevas propuestas para el desarrollo de conocimientos, habilidades, actitudes y valores que respondan a estos requerimientos.

No hay idoneidad en la distribución de las unidades de aprendizaje, el diseño curricular tiene vacíos entre el tronco común y el resto de las etapas, que dificultan que

los estudiantes logren articular las competencias individuales que se desarrollan en los primeros semestres con las competencias profesionales de los semestres subsecuentes. No se atienden de forma suficiente las áreas de mercadotecnia y periodismo, en el primer caso sin materia obligatoria alguna. Adicionalmente hay un desequilibrio en la asignación de créditos con una marcada carga hacia la praxis de la profesión.

No hay congruencia y suficiencia de asignaturas teóricas y prácticas por etapas de formación. Se propone una revisión del tronco común para proporcionar los elementos que requiere el estudiante para desarrollar de la mejor forma posible las competencias profesionales de la licenciatura en el resto de los semestres; también se debe revisar la distribución de los créditos en la asignación de horas taller.

Lo anterior tiene como consecuencia desequilibrio en la distribución de las asignaturas en función de los propósitos y competencias por etapa de formación, tanto en la distribución vertical como horizontal; hay vacíos curriculares entre lenguaje/discurso y realización multimedia. La gestión de la comunicación se concentra solamente en la comunicación organizacional interna, dejando de lado parcialmente procesos como la comunicación, los procesos de comunicación externos y a los organismos no gubernamentales y micro-comunidades. No se consigue articular plenamente los fundamentos teóricos con la praxis de la profesión. Es importante fortalecer el desarrollo de competencias blandas a lo largo del programa.

No hay una política, más allá del requisito administrativo, para promover en los estudiantes el dominio de otros idiomas, recién se empiezan a programar el diseño e impartición de unidades de aprendizaje en lenguas extranjeras, sin embargo, este proyecto aún no empieza a operar en clases frente a grupo.

Las competencias generales de los programas de las unidades de aprendizaje contribuyen parcialmente al cumplimiento del perfil de egreso.

Los contenidos de los programas de las unidades de aprendizaje son parcialmente pertinentes, suficientes y actuales; sólo dos de las áreas de énfasis tienen estas características, en el resto hay omisiones parciales.

Las referencias bibliográficas de los programas de las unidades de aprendizaje no son pertinentes, suficientes o actuales pues la mayoría de los textos básicos tienen

más de 10 años de publicación, no se incluyen *papers* o *journals* actualizados, e incluso hay unidades que proponen textos que no se encuentran en el catálogo de biblioteca.

La metodología de trabajo descrita en los programas de unidades de aprendizaje es pertinente con el modelo educativo de la UABC; ya que el esfuerzo institucional por homologar los programas de todas las unidades de los PE de modo que armoniza los cursos con el modelo UABC.

Los criterios de evaluación de los programas de las unidades de aprendizaje atienden de forma parcial la evaluación integral de las competencias ya que no lo hace en todas las materias, no hay garantía de seguimiento institucional a la evaluación integral por parte de los docentes, y algunos profesores no están capacitados en el tema.

Las evidencias de desempeño son parcialmente congruentes con las competencias y contenidos de los programas de las unidades de aprendizaje, no hay procesos institucionales para asegurar esta pertinencia de forma regular.

Por ello el equipo considera que el programa educativo requiere de un proceso de modificación, no sólo para responder a los avances del campo científico, las nuevas prácticas de la profesión, el contexto social contemporáneo y las necesidades sociales; sino para mantener el compromiso institucional de ofrecer ofertas educativas de excelencia en beneficio de todos los bajacalifornianos.

A continuación, se presentan los principales resultados de los estudios de evaluación del programa y las conclusiones que fundamentan la propuesta de modificación del plan de estudios.

2.1. Fundamentación social

El estudio de pertinencia social se dividió en cuatro análisis: necesidades sociales, mercado laboral, egresados, oferta y demanda.

Necesidades y problemáticas sociales

Regionalmente existen áreas de oportunidad que deben ser atendidas por los egresados del programa educativo. Una de ellas es la producción, distribución y circulación de formas simbólicas apropiadas a estos canales de comunicación, que permitan la participación equilibrada de cada uno de los actores involucrados, mediante programas de desarrollo de habilidades de alfabetización digital que les permita desenvolverse armónicamente en su vida cotidiana y profesional, así como contribuir en el desarrollo de su comunidad. Contribuir también en la alfabetización digital de los pobladores y en los nuevos lenguajes empleados en redes sociales o plataformas automatizadas, mediante la capacitación en cascada -de la institución a los docentes, luego a los estudiantes y de ahí a los pobladores que lo soliciten-.

Se debe aprovechar la ubicación geográfica de la institución y cubrir áreas de oportunidad mediante intercambios académicos que favorezcan la práctica cotidiana del idioma inglés; lo que se fomenta el desarrollo del campo bilingüe para atender necesidades en áreas educativas, maquiladoras, instituciones de salud, en las comunidades u otras áreas binacionales.

En los tres sectores de la economía el programa educativo tiene participación, tanto con estudiantes como con docentes y egresados. Esto permite darle continuidad, reforzar algunas áreas o abrir nuevos espacios para aportar a futuro, desde los procesos de comunicación organizacional interna y externa, los medios audiovisuales u otras que se vislumbren pertinentes.

Las condiciones de inmigración centroamericana, africana y del caribe en la región, hacen que resulte urgente la participación de los egresados para fortalecer las estrategias de comunicación de los organismos gubernamentales o civiles encargados de su atención, así como la implementación de estrategias comunicativas interinstitucionales y con la sociedad, para mejorar las condiciones actuales de esta población.

En el *Diagnóstico de la formación y el campo laboral de los comunicadores en México*, publicado por Hidalgo (2014), se refiere que los representantes de las instituciones y empresas veían como una oportunidad el énfasis hacia el desarrollo de las tecnologías, dado el impacto de esta actividad “en todos los ámbitos de la vida social, de manera particular en la producción de información y contenidos para los medios, así como la comunicación en las organizaciones” (Hidalgo, 2014, p.46). Aunque se reconocen dificultades para adecuar estas nuevas formas de comunicación e implementación desde los planes de estudio, implica replantear las teorías tradicionales de la comunicación porque ya no permiten explicar los fenómenos de la comunicación digital, entre otros aspectos pedagógicos.

Algunos egresados del programa educativo se encuentran trabajando en áreas de comunicación social de la Secretaría de Salud, o de distintos organismos gubernamentales y asociaciones civiles, como promotores farmacéuticos y de turismo, en una diversidad de medios periodísticos tradicionales o alternativos, cubriendo la fuente de salud, política, deportes, economía u otros ámbitos que redundan en el bienestar social y que, sin duda favorece una lectura más amplia de la realidad desde una perspectiva comunicacional.

La inseguridad en la entidad genera la necesidad de contar con profesionales capaces de entender los procesos culturales fronterizos y proponer soluciones que, desde la comunicación, favorezcan la comprensión mutua y la convivencia pacífica.

El deterioro ambiental y los problemas de salud de los habitantes presentan desafíos a la responsabilidad de la profesión con las poblaciones afectadas.

Mercado laboral

La muestra se integró empresas dedicadas al comercio, industria, medios de comunicación, educación y asesoría especializada, además de empleadores gubernamentales y organizaciones no gubernamentales de los tres municipios; todas contrataban o consideraban contratar a egresados del programa. 14 empresas de Mexicali, 14 de Tijuana y 4 de Ensenada. Se utilizó la técnica de grupo focal y

entrevista a empleadores de los tres municipios. Se llevaron a cabo tres grupos focales en Mexicali y Ensenada, con organizaciones y empresas que contratan a egresados de programas de comunicación y afines. Las preguntas utilizadas provienen de los indicadores y unidades de observación propuestos en la Metodología de los estudios de fundamentación para la creación, modificación y actualización de programas educativos de licenciatura (UABC, 2018).

En relación a la demanda laboral, los empleadores consideraron que es importante que los egresados sean competentes en asesoría en procesos de comunicación social integral tanto interna como externa; tengan capacidad para dirigir o colaborar en empresas de producción de contenidos *online*; participen o dirijan negocios de periodismo digital en línea o cadenas de medios transmediáticos; desarrollen contenidos multimedia *on demand*; generen o coordinen proyectos de comunicación política en medios digitales online; se inserten en empresas de *eLearning*; con capacidad para el desarrollo y gestión de imagen pública digital; colaboren en empresas desarrolladoras de aplicaciones digitales e innovaciones; y generen proyectos de promoción turística, gastronómica y experiencia inmersiva en estilos de vida.

En cuanto a los requerimientos para el mercado laboral en términos de conocimientos, habilidades, actitudes y valores, lo empleadores consideran poner especial énfasis en expresión oral y escrita; conocimientos y habilidades en producción mediática y comunicación organizacional interna; disposición de continuar aprendiendo; experiencia técnico-instrumentales en nuevas tecnologías; capacidad para asesorar o apoyar proyectos de comunicación externa; conocimiento para definir y ofrecer sus propios servicios profesionales en el mercado; habilidades y aptitudes para la investigación; capacidad de vinculación con el mercado laboral; habilidades de administración gerencial; capacidad para gestionar contenidos en línea o comunidades virtuales; experiencia en el desarrollo de portafolios profesionales pertinentes y atractivos para el mercado; y conocimiento del contexto histórico-social.

Los empleadores consideran las siguientes oportunidades de mejora del programa: fortalecer la vinculación empresarial; desarrollar bolsas de trabajo eficientes y funcionales; formación de excelencia en el uso de aplicaciones informáticas y gestión de redes sociales; orientar a los estudiantes a que participen en el desarrollo de aplicaciones digitales y programación básica; ofrecer mayor espacio curricular para comunicación organizacional externa; formación para desarrollar propuestas a partir del uso de Big Data; crear espacios para que desde la vida estudiantil pueden incorporar habilidades de gestión y administración de información para diversos tipos de públicos, así como para para coordinar, dirigir o integrar equipos de trabajo.

El plan de estudios actual responde a las necesidades del campo laboral presente y futuro en las áreas de producción audiovisual, comunicación organizacional al interior de las organizaciones, y marco referencial teórico pertinente.

El programa educativo desarrolla de forma parcial el siguiente conjunto de competencias vinculadas con el campo laboral actual y futuro: gestión y producción de contenidos informativos, tanto de corte periodístico como de comunicación en las organizaciones, interna y externa; competencias generales para la gestión de contenidos de promoción de la salud; competencias generales básicas en relaciones públicas; responsabilidad social, ética y deontología de la profesión; competencias generales en comunicación educativa, pero sólo a partir de ayudantías, proyectos de vinculación y prácticas profesiones y; marco jurídico y legal, particularmente en cuestiones relacionadas con el acceso a información pública, responsabilidades legales en el uso y manejo de la información, y seguridad de información privada.

El programa no desarrolla competencias requeridas por el mercado laboral actual y futuro como la integración de portafolios profesionales coherentes con las expectativas del mercado; administración de sistemas de información, comunicación e interacción en línea, particularmente en el uso de métrica para describir y predecir los comportamientos y necesidades de los públicos o usuarios; comunicación política; gestión de contenidos y procesos de interacción en comunidades virtuales; producción de contenidos transmedia, particularmente aquellos de carácter inmersivo o interactivo;

procesos de negociación y networking; mercadotecnia y publicidad, particularmente en la comprensión descriptiva y predictiva del público o usuario mediante la integración de herramientas de Big Data; experiencia del usuario en contenidos en línea; programación básica y; desarrollo de aplicaciones e interfaces interactivas.

Estudio de egresados

Para el estudio de egresados se utilizó un muestreo no probabilístico mixto, a través de listas de correos electrónicos institucionales, se envió a los egresados de Ciencias de la Comunicación la solicitud de contestar un cuestionario, para el cual se emplea la herramienta de formulario de Google. Como estrategia, para incrementar el número de participantes, se reenvió en diversas ocasiones y se compartió la dirección de enlace vía redes sociales de los egresados, durante el periodo comprendido entre junio 2018 y julio 2019.

La población o universo es de 984 egresados, donde el 25.41%, esto es un estrato de 250, corresponden al campus Ensenada, el 21.95%, un estrato de 216, son del campus Mexicali y, por último, el 52.64%, el estrato más grande, es de 518 egresados del campus Tijuana.

Para estimar el tamaño de muestra, como una medida de referencia, se utiliza la fórmula para poblaciones finitas, similar a la que utilizan las calculadoras virtuales, con un 95% de confianza, un error de estimación de 6.3%, la probabilidad de éxito o heterogeneidad del 0.50, dadas las similitudes en la formación de los egresados. Lo que significa, que, con una muestra estimada de 192 egresados, la cual representa el 19.51% de los egresados, el 95% de las veces el dato que se quiere medir estará en el intervalo $\pm 6.3\%$ respecto al dato que observen en los resultados de la encuesta.

Los egresados reconocieron el siguiente conjunto de requerimientos para responder a las necesidades del mercado: conocimiento para el desarrollo de proyectos de comunicación en los diferentes medios; habilidad para proponer soluciones y resolver problemas de comunicación, y en menor medida pero con un porcentaje significativo, conocimiento sobre procedimientos para la elaboración de

productos comunicativos mediáticos; dominio de estrategias para para identificar problemas de comunicación; formación para el análisis de productos comunicativos; conocimiento en investigación aplicada a la comunicación y periodismo.

Los egresados consideran necesario desarrollar conocimientos en el desempeño profesional como comunicólogos en la organización, empresa o institución donde laboran. Destaca en primer lugar los conocimientos relacionados con habilidades comunicativas como la expresión oral, corporal y escrita, y, en segundo lugar, el uso de programas para editar diferentes productos comunicativos, entre los que mencionan con mayor repetición, se encuentran los programas de la familia *Adobe Premiere*. En tercer lugar, se encuentran los conocimientos que los ayuden a resolver problemas, desde la propia Teoría de la comunicación, es decir, una comunicación práctica o aplicada en casos reales. En el cuarto lugar, mencionaron que como egresados de comunicación requieren tener conocimientos sobre actividades técnicas como el uso de cámaras y consolas, equipo de audio, vídeo, fotografía, grabación en vivo, uso de redes y programas. En el área de la mercadotecnia y publicidad requieren conocimientos prácticos sobre los teóricos. En quinto lugar, comentaron los conocimientos respecto a las bases teóricas de comunicación en general, y de manera particular mencionaron la comunicación interpersonal, social, mediática, no verbal, organizacional, comunicación visual y de diseño básico. Asimismo, el diseño, creación de contenido digital gráfico, editorial y multimedia. Con respecto a productos comunicativos, ocuparon el sexto lugar, los egresados se refirieron a conocimientos tanto de la teoría como la práctica en producción audiovisual, entre ellos, el lenguaje, diferentes medios, el dominio técnico, y crear sus contenidos. Además de incluir el proceso de producción y edición de los medios, desde la pre-producción (redacción de guiones, plan de grabación, etcétera) hasta la postproducción. En términos generales, saber cómo desarrollar productos comunicativos, desde la producción, ejecución y edición de video y audio, fotografía, posters, y mensajes-textos. En la séptima posición mencionaron elementos de la investigación científica, como base para plantear proyectos con sustento metodológico y que permitan el análisis de información y la creación de proyectos. En octavo lugar, los medios sociales, donde indicaron debe integrar el desarrollo de estrategias, campañas y elaborar reportes de redes sociales, el

uso de estrategias de mercadotecnia y así como fundamentos en diseño. En novena posición comentaron sobre el tener conocimientos sobre el contexto social, político, económico e histórico y de literatura. A la par se mencionó el elaborar diagnósticos, el diseño, gestión y desarrollo de proyectos, incluidos los planes y proyectos de comunicación digitales. Por último, en la posición número diez, los egresados mencionaron la necesidad del conocimiento sobre herramientas para el trabajo. Las cuales incluyen el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, manejo y aplicaciones para el trabajo. Así como el acceso a las fuentes de información.

En relación con las habilidades los egresados identificaron en primer lugar, la creatividad, algunos egresados especificaron que se debe ser original, con ideas innovadoras, creativo para proponer proyectos: narrativos, audiovisuales o de cualquier tipo. En segundo lugar, mencionaron la facilidad de expresión, con la cual se refirieron no sólo a la expresión oral sino a tener buena dicción, expresar claramente sus ideas, ser expresivos y facilidad de palabra. El tercer lugar lo ocupa el resolver problemas, lo cual incluye el proceso de detección del problema, solución rápida y creativa, así como su prevención. Ser proactivo, ocupó el cuarto lugar, buscar mejorar las áreas de oportunidad y hacer propuestas a la empresa. En el quinto lugar, identificaron la necesidad de tener habilidades de redacción y buena ortografía. El sexto lugar en cantidad de menciones lo ocupó la habilidad de ser analítico, contar con capacidad de análisis de problemas, proyectos, datos e información. Séptimo lugar, la adaptabilidad para poder trabajar en diversas áreas, ser flexible, hacer diversas tareas, adecuarse a los cambios, ser versátil y hacer cambios constantes. En octavo lugar, mencionaron la habilidad de ser organizado, llevar orden en las actividades, en la gestión de documentos internos y externos, habilidad para organizar personal y actividades. El noveno lugar, es para la buena comunicación, incluye entender al cliente y trabajadores, retroalimentación, comunicación verbal cara a cara o grupos pequeños y grandes, expresar correctamente las ideas. En décimo lugar, se encuentra el saber trabajar en equipo.

En cuanto al conjunto de actitudes y valores consideraron la responsabilidad como la más relevante; seguida de honestidad, respeto, actitud proactiva, empatía y

ética profesional. En séptimo lugar, mencionaron la puntualidad y tolerancia en términos de alta resistencia. Mientras que el compromiso y el trabajo en equipo ocuparon el octavo lugar. Vuelven a señalar, al igual que en el apartado anterior, que el egresado debe ser organizado y ordenado en su trabajo, por último, en décimo lugar mencionaron la perseverancia como un valor y actitud en el trabajo.

Después del análisis del estudio de egresados se observó que éstos se encuentran satisfechos con los conocimientos adquiridos durante su formación académica, sin embargo, expresan la necesidad de profundizar en algunos aspectos, entre ellos, el desarrollo de proyectos de comunicación vinculados a diversos ámbitos como institucionales públicas, empresas y asociaciones de la sociedad civil, así como elaborar y diseñar propuestas de solución de problemas de comunicación.

Los egresados realizaron las siguientes propuestas para mejorar al programa educativo: poner énfasis, no sólo en los contenidos, sino también en los procedimientos y herramientas para analizar la información. Concentrarse en conocimientos en las áreas digitales y tecnológicas que demanda el mercado laboral. Vincular a los estudiantes con las áreas de oportunidad en el mercado laboral, entre las que destacan las actividades relacionadas con el ámbito digital y gestión de redes sociales, así como producción audiovisual, periodismo, investigación social, publicidad y fotografía. Considerar que el diseño del plan de estudios debe generar coherencia entre los contenidos y el mercado de trabajo, de modo que se desarrollen competencias por medio de proyectos integradores que respondan a problemáticas sociales y laborales reales.

Análisis de oferta y demanda del programa educativo.

En cuanto a la oferta educativa a nivel estatal, ocho instituciones ofrecen el PE, de las cuales UABC es la única universidad pública en hacerlo y una de las tres universidades del Estado con cobertura en los tres municipios más poblados. Entre la segunda mitad de 2014 y la primera mitad de 2019, UABC recibió 4,330 solicitudes de ingreso y atendió a una población total de 14,825 estudiantes. En el campus Tijuana se atendió

al 69.8% del total, 16.2% en Ensenada y 14.0% en Mexicali. Aunque las solicitudes de ingreso al PE son mayores en Mexicali que en Ensenada, la forma en que los estudiantes ingresan a tronco común reduce la cantidad de alumnos que optan por el PE en el tercer semestre, por lo que este campus presenta un déficit entre solicitudes de ingreso y estudiantes aceptados.

Según COPAES (2019) cinco instituciones públicas y una privada ofrecen programas de calidad vinculados con las Ciencias de la Comunicación en la Región Noroeste, integrada por Baja California, Baja California Sur, Chihuahua, Durango, Sinaloa y Sonora. Sinaloa cuenta con dos instituciones, una de ellas privada y el resto de los Estados con una, con excepción de Durango en el que no aparece ninguna universidad con PE de calidad.

A nivel nacional la oferta educativa en Ciencias de la Comunicación o programas afines se divide en 54% instituciones privadas y 46% en públicas, con una cobertura de programas de calidad del 71% de los Estados del país.

En relación con la oferta de programas educativos afines en la Institución, UABC ofrece la Licenciatura con plan homologado en los tres municipios más poblados de la entidad, con lo que logra una cobertura de 94% de la población en el Estado.

De acuerdo a la estimación de la tendencia, en este periodo de tiempo la población pasará de 3301 estudiantes a 2899, 12.2% menos con respecto al primer año; mientras que la cantidad de estudiantes de nuevo ingreso disminuiría de 511 a 27, 94.7% menos; esta información contrasta con la tendencia en solicitudes, que pasa de 329 en 2014 a 1280 en 2025, un aumento de 289%. Si las tendencias en el número de candidatos admitidos y total de estudiantes inscritos se mantienen como hasta ahora, el PE tendrá un déficit del 97.9% del total de la demanda en el 2025; sin considerar que la aceptación de nuevos estudiantes está condicionada por la infraestructura institucional o espacios disponibles en las instalaciones, sin embargo, en la FHycS todos los espacios que se ofrecen son ocupados por aspirantes cuya selección fue la primera opción.

Es importante revisar la política de admisiones de nuevos aspirantes al programa educativo y cómo ésta se vincula directamente en la disminución sostenida de la oferta y la incapacidad de UABC de cubrir las tendencias de la demanda hasta el 2025. En este sentido es probable que la forma en que opera el tronco común esté afectando de manera negativa a la matrícula de una Licenciatura que cuenta con la cantidad suficiente de aspirantes como para mantenerse como un programa educativo viable y con perspectivas positivas de crecimiento.

2.2. Fundamentación de la profesión

Si bien el perfil de egreso del programa coincide en lo general con la mayoría de los campos de acción identificados en el ejercicio, gestión de la comunicación, lenguaje y discurso y producción multimedia que se encuentran reflejados en el diseño curricular, es conveniente ajustar las áreas del conocimiento del plan para incorporar áreas como la comunicación en comunidades virtuales, comunicación corporativa, gestión de la información, y mercadotecnia y publicidad,

Al tiempo en que se ajustan las unidades de aprendizaje para fortalecer el desarrollo de competencias tendientes a responder al ecosistema de mediaciones con elevados componentes de inteligencia artificial, automatización de procesos, multisegmentación de públicos, procesos de interactividad virtual, desarrollo de innovaciones informáticas, evolución de los marcos éticos y deontológicos de la profesión.

Análisis comparativo de programas educativos.

Tanto a nivel nacional como internacional, los programas tienen duración de cuatro años, en este sentido también se recomienda para el caso de la UABC iniciar el primer semestre con las materias de la carrera, ya que actualmente inicia con tronco común que además tiene duración de un año.

Las carreras analizadas tienen materias de enfoque teórico, metodológico, subdivisiones o salidas de especialización, sobre todo: Producción, Publicidad y Mercadotecnia, Comunicación organizacional y Periodismo.

Las universidades internacionales tienen más diversificadas estas salidas. La implicación de las nuevas tecnologías también está presente, tanto para la producción como para el análisis y comprensión de los problemas sociales.

Se considera, a partir del presente análisis, que la carrera de LCC presenta cada vez más retos ante los cambios en las maneras de comunicarnos y formar la opinión pública, en ese sentido, se sugiere la integración de materias que contemplen los cambios; además como se ha mencionado, se recomienda que haya salidas de especialización para los últimos semestres.

Ante este análisis se propone entonces la incorporación de cátedras, tanto nacionales como internacionales, a nivel nacional se pueden reunir organismos como AMIC y Coneicc, a nivel internacional por organismos no gubernamentales o por fideicomisos, con la intención de que haya una incorporación de las competencias en estos espacios que además lograrían vinculación con otras instituciones.

Organismos nacionales e internacionales.

Se considera, a partir de lo señalado que, aun cuando se deben hacer mejoras e innovaciones en el plan de estudios, se deben contemplar materias que incluyan los contenidos de la prueba EGEL, ya que todavía a nivel nacional es un referente de calidad entre los distintos programas de Comunicación.

También, se recomienda fortalecer la vinculación con las asociaciones que velan por la calidad en la comunicación y que tienen como propósito las mejores prácticas para la enseñanza en Comunicación tal como Coneicc, AMIC, AMIPCO; y a nivel internacional Felafacs, Binacom e ICA, que por un lado, refuerzan la identidad de la carrera en la región y por otro, visibilizan y dan seguimiento a pautas de nivel internacional. Así, se permiten tener en cuenta las mejores prácticas locales, que se

potencializan y a nivel global visibilizarlas y poner en diálogo a los estudiantes con los retos que se enfrentan a nivel internacional.

En ese sentido, se propone que se considere esa visión en el diseño del nuevo plan de estudios, que transversalmente se fortalezca la autonomía local y regional en diálogo con los retos globales, cada vez más complejos.

2.3. Fundamentación institucional

Estos estudios se llevaron a cabo con el propósito de evaluar los fundamentos y condiciones de operación del programa educativo; currículo; tránsito de los estudiantes por el programa educativo; y el personal, infraestructura y servicios.

En el estudio empírico con docentes la población fueron los profesores que imparten cursos presenciales o semipresenciales en el programa educativo de los tres campus. La muestra estuvo integrada 32 profesores, 20 de tiempo completo, 4 técnicos académicos y 8 profesores de asignatura. La técnica de recolección fue la entrevista estructurada. Los docentes identifican las siguientes oportunidades de mejora:

En cuanto al currículo es necesario incorporar a las nuevas prácticas vinculadas con redes sociodigitales, gestión y producción de contenidos, organización de redes en comunidades virtuales, capacidades gerenciales, mercadotecnia en sus nuevas dimensiones, contexto sociocultural y económico contemporáneo, programación básica y fortalecimiento en el desarrollo de habilidades blandas como coordinación e integración de equipos de trabajo, comunicación oral y escrita, pensamiento racional, aprendizaje autónomo y ética profesional.

En relación a la infraestructura educativa es necesario modernizar el equipamiento de apoyo a docentes y estudiantes; actualizar equipamiento de producción mediática y software; incrementar la calidad y cobertura de la conectividad a internet; mejorar las condiciones de los espacios de docencia, tanto para las clases teóricas como para prácticas de taller; y ofrecer un espacio para que los profesores de asignatura puedan desarrollar su trabajo docente fuera de clase.

El estudio con estudiantes integró una muestra de 117 alumnos inscritos al programa educativo en modalidad presencial y semi presencial, 27 en etapa terminal y el resto en disciplinaria.

En relación al contenido teórico y práctico de las materias, los estudiantes consideran que muchos de ellos son reiterativos a lo largo de su formación; consideran importante contar con un mayor número de asignaturas vinculadas a la producción de contenidos, particularmente en entornos digitales en línea; preferirían ingresar desde el área básica a su programa de licenciatura pues los tutores de esta etapa omiten asignar materias optativas que son importantes para su formación disciplinaria; sugieren orientar las materias teóricas para comprender y fortalecer las asignatura prácticas, acercar los contenidos conceptuales a la realidad cotidiana para comprenderlos mejor; sugieren agregar unidades de aprendizaje de mercadotecnia, publicidad y nuevas formas de periodismo; sugieren además mejorar la atención de tutorías

En términos de infraestructura identifican como prioridad la renovación de instalaciones, equipamiento y software, particularmente para prácticas de taller; explorar la posibilidad de ofrecer en préstamo equipo de cómputo; mejorar las instalaciones en aulas y salas audiovisuales; ofrecer servicios de apoyo médico; habilitar programas para recibir de forma óptima a compañeros con discapacidad física; mejorar las ofertas de prácticas profesionales y servicio social profesional; desarrollar proyectos que los vinculen con el campo profesional real y fortalecer la formación en idioma extranjero.

Fundamentos y condiciones de operación del programa educativo.

La Licenciatura Ciencias de la Comunicación, como parte de la oferta educativa en el estado, es un programa homologado desde 2011-2 en sus tres campus, y cada uno ha sido evaluado y acreditado por el Conac por su calidad educativa; además se fundamenta en los ideales y filosofía humanista y en los principios pedagógicos constructivistas. El programa de Ciencias de la Comunicación de la universidad es, además, el proyecto educativo de mayor cobertura regional que forma profesionales

comprometidos con su entorno, esto implica que su incidencia en el mejoramiento de las condiciones sociales desde los procesos de comunicación atiende a la mayor parte de los aspirantes en la región que buscan esta área de conocimiento como desarrollo personal y profesional.

En ese sentido, los tres campus cuentan con una infraestructura adecuada y suficiente -aulas, laboratorios, talleres, audiovisuales- para atender los procesos educativos que este tipo de perfil requiere. En cuanto a su personal y organización institucional, la universidad tiene una estructura con directivos, analistas y secretarías, entre otros apoyos, que logra satisfacer las necesidades sustanciales del funcionamiento de los programas académicos. En el aspecto académico, podemos decir que en los últimos 10 años se ha incrementado la competitividad de los profesores de tiempo completo que cumplen las funciones fundamentales de orientar – a través de la docencia, la investigación, la gestión y la extensión— las áreas de desarrollo pertinentes de este campo de conocimiento.

Cabe decir que, debido a la necesidad de ampliar la cobertura, en los últimos años la matrícula se ha incrementado considerablemente (particularmente en Tijuana), lo que hace necesario reorganizar algunos de los procesos administrativos y académicos para mayor eficiencia en cuanto a la atención del estudiante en toda su trayectoria en el medio universitario. Esto es, se hace inevitable que las áreas administrativas sean reforzadas a fin de que las actividades académicas logren mayor autonomía y su impacto en el proyecto educativo en comunicación sea cada vez más competente.

Evaluación del currículo.

Con base en los resultados de la evaluación del currículo se puede argumentar que es pertinente realizar ajustes al plan de estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en cuanto a la estructura del plan de estudios, los objetivos del programa, el perfil del egresado, y que estos aspectos estén claramente articulados a las demandas o problemáticas sociales, económicas y científicas (UABC, 2011) del

ámbito de la comunicación. Los resultados de la evaluación de currículo sugieren incluir, según la Metodología de los estudios de fundamentación para la creación, modificación y actualización de programas educativos de licenciatura (UABC, 2018) las siguientes adecuaciones:

Ajustar las competencias del perfil de egreso con base en nuevas competencias que se detectaron en cuatro grandes ejes: (1) aprender a leer y comprender los textos, (2) acrecentar la crítica, reflexión y ética, (3) identificar los problemas en el área de la comunicación, y (4) crear y diseñar proyectos para la resolución de los problemas detectados.

Respecto a la actualización de contenidos, se detectó la necesidad de fortalecer contenidos en diferentes áreas: gestión, emprendimiento, comunicación organizacional, metodología aplicada para el análisis de imágenes, deontología y ética, contenidos del área contexto y entorno que involucren problemas actuales desde tres niveles de perspectiva, fortalecimiento del área de realización multimedial para el manejo de análisis de datos sociales provenientes de la diversidad de plataformas de la web 2.0, periodismo análogo y digital; y mercadotecnia en el sentido amplio.

Actualizar bibliografía. En todos los programas de unidades de aprendizaje del plan actual se debe actualizar la bibliografía de acuerdo a las nuevas tendencias de conocimiento en este campo, de manera específica se requiere contar con un acervo de comunicación que contribuya a comprender los problemas y necesidades sociales, culturales y económicas.

Actualizar mecanismos de evaluación. Se requiere actualizar los mecanismos de evaluación en el sentido de incorporar mejores formas de evaluación de las competencias en estudiantes que están alfabetizados en las plataformas de la web 2.0; así como incorporar formas de evaluación para los valores que se fomentan desde la construcción de las competencias y objetivos de las asignaturas.

Cambios a las unidades de aprendizaje o en el mapa curricular. Se detectó la pertinencia de hacer cambios a las unidades de aprendizaje con el objetivo de

acercarlas a las nuevas necesidades sociales, económicas y científicas de demanda, así como crear nuevas asignaturas que respondan a las necesidades económicas, sociales y culturales detectadas en los resultados del estudio cualitativo; incorporar unidades de aprendizaje en idioma inglés; acrecentar los candados para las materias seriadas pero solamente a nivel de operación del programa con el objetivo de seguir manteniendo un plan de estudios flexible que permita al estudiante adecuar las unidades de aprendizaje a las necesidades de su trayectoria escolar; y resaltar la congruencia horizontal de las asignaturas.

Tránsito de los estudiantes.

Falta promover más la movilidad internacional y disminuir la complejidad burocrática. También se considera que se puede promover más el talento de los alumnos, así como mejorar en términos técnicos y de infraestructura, sobre todo los talleres audiovisuales.

Es necesario trabajar en las asignaturas que presentan mayor índice de reprobación, así como mantener el bajo índice de deserción. Para ello, resulta útil tomar en consideración los problemas detectados en las tutorías, tales como las dificultades en el aprendizaje y las condiciones personales que puedan estar afectando el desempeño académico del estudiante.

Una estrategia pertinente para lograr lo anterior es para fortalecer las asesorías académicas y emplear herramientas que ofrece en Departamento de Orientación Vocacional y Psicopedagógica.

Además, es necesario diseñar y poner en marcha estrategias que permitan nivelar académicamente a los estudiantes de nuevo ingreso, así como fortalecer las áreas en las cuales los estudiantes obtienen una baja puntuación en el EGEL en investigación aplicada a la comunicación y productos comunicativos.

Es imperativo implementar acciones que atiendan con mayor compromiso el tránsito de los estudiantes por el programa educativo toda vez que al lograr su recorrido formativo, deberán responder a las diversas realidades que los tiempos actuales

imponen para los profesionales de comunicación, como agentes de cambio continuo que se espera sean; que asuman con compromiso social cada una de las prácticas labores en el ejercicio de la comunicación; en donde su desempeño profesional, constituya un reflejo del proceso de formación académica, enriquecida por un conjunto de conocimientos, habilidades y valores que el plan curricular de estudios y sus respectivas unidades de aprendizaje considera para ello.

La trayectoria escolar de los estudiantes constituye un reto importante no solo para el programa educativo como tal, también lo es para la planta docente y los alumnos que la conforman en tanto se inciden mutuamente en las varias acciones que involucran el proceso formativo, desde la inducción al programa que compromete el cuidado en los índices de reprobación, rezago y deserción escolar; las participaciones diversas en concursos, competencias, exhibiciones en presentaciones nacionales e internacionales que amplíen la visión y las expectativas de los estudiantes; así como, las tutorías y asesorías académicas como un acompañamiento cercano que asegure el cumplimiento del perfil de egreso escolar y por ende el mejor de los ingresos al campo laboral.

Personal académico, infraestructura y servicios.

En este apartado se presentaron descriptivamente varios rubros: personal académico, infraestructura física y académica y los servicios de apoyo del programa de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en sus tres campus. A la par de esta descripción se realizó una evaluación de la pertinencia de dichos rubros por cada campus.

En esos términos se concluye que respecto a la composición actual del cuerpo docente en dos de los tres campus -FCAYS y FHYCS- requiere ampliarse en número el total de académicos, pues la cantidad de profesores de tiempo completo adscritos al programa resulta insuficiente para atender la matrícula que existe en cada uno de los campus. Sobre todo para el campus de Tijuana que tiene una matrícula que rebasa los

mil estudiantes y cuenta solamente con diez profesores, siete con nombramiento de PTC.

En el aspecto de la superación disciplinaria, en términos del desarrollo académico de los docentes se observa que en los tres campus es preciso implementar mayor difusión de los cursos de desarrollo disciplinario, pues las plantas docentes tienen aún PTC que no han alcanzado en grado de doctorado, como por ejemplo en Tijuana que son cinco doctores de siete profesores de tiempo completo que existen en la planta docente.

Con el objetivo de reforzar otros aspectos como la generación de cuerpos académicos y el desarrollo de diversas líneas de generación y aplicación del conocimiento es necesario generar más plazas de tiempo completo con título de doctorado y sobre todo motivar a los profesores que ya cuentan con grado de maestría a que cursen estudios de doctorado.

Por otra parte, es notorio en las tres facultades, que los profesores que mayormente desarrollan una producción académica con periodicidad son los docentes que se encuentran adscritos a los cuerpos académicos. La mayoría de estos profesores desarrollan libros y capítulos, sin embargo, para fortalecer la producción académica se requiere apoyar de mayor manera a los profesores de tiempo completo mediante la creación de otros cuerpos académicos.

Es claro que la estructura de los cuerpos académicos favorece diversos indicadores que se presentaron con anterioridad, sin embargo, es necesario que en las tres facultades se diseñen otras formas de organización del trabajo académico. Por ejemplo, las academias no se han hecho operables maneras adecuadas, pues no hay indicadores de práctica en la Facultad de Ciencias Humanas ni en la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales.

En referencia al rubro del impacto de la investigación que realizan los profesores y alumnos del programa se requiere que en las tres facultades los impactos se dirijan

en tres dimensiones: hacia la sociedad, hacia el programa educativo y hacia los estudiantes de licenciatura.

Respecto al impacto social, se observa que dos de las tres facultades -FCAyS y FCH- existe una vinculación directa de los estudiantes a los programas de investigación que generan los PTC; algunos a través de cuerpos académicos y otros de manera individual. En este caso, hay estudiantes que se incorporan a las investigaciones a través de los lineamientos del PRODEP que se rige por políticas de la Secretaría de Educación Pública, así como políticas internas de la Universidad Autónoma de Baja California. Por otra parte, es necesario que las Facultades de Ciencias Humanas y la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales trabajen la vinculación de las líneas de investigación de los PTC con las materias de metodología y teoría; asimismo, que los estudiantes de las tres facultades concluyan tesis donde pongan en práctica las competencias que adquieren durante su participación en los proyectos de investigación.

En relación con la infraestructura académica en aulas y espacios para la docencia y su equipamiento, se observa que todas las facultades involucradas en esta evaluación cuentan con espacios idóneos, suficientes y en buenas condiciones para llevar a cabo las clases. Con respecto a los laboratorios y talleres se observa que dos de las tres facultades reportan que las condiciones actuales de sus laboratorios y talleres para realizar prácticas se encuentran en buenas condiciones, con un equipamiento suficiente y pertinente para llevar a cabo las clases, sin embargo, la facultad de Ciencias Administrativas y Sociales sostuvo que hay mejoras que se deben realizar en los equipos de software y equipo especializado.

Respecto al entorno físico las tres facultades reportaron que es necesario llevar a cabo el mantenimiento de ciertas áreas, pues a pesar de que dicho entorno es aceptable se deben mantener en buenas condiciones las áreas verdes, canchas y edificios administrativos. Asimismo, se requiere mantener la seguridad para las personas discapacitadas pues se cuentan con adaptaciones a los sanitarios, hay

elevadores, pero aún faltan rampas y señalética en algunos espacios; sobre todo accesos a ciertos edificios que tienen mayor antigüedad.

Las principales diferencias en entre el Plan de Estudios 2011-2 y la propuesta del nuevo plan, se presenta en la tabla 1.

Tabla 1. *Principales diferencias entre el Plan 2011-2 y la nueva propuesta.*

Plan 2011-2	Plan 2021-2
Etapa básica	
La etapa básica está integrada por diez materias obligatorias (60 créditos) y una obligatoria (6 créditos).	La etapa básica consta de once materias obligatorias (64 créditos) y una optativa (6 créditos)
No se consideran asignaturas que permitan habilidades socioemocionales	Se incorpora el curso de Desarrollo de Habilidades Socioemocionales que permiten elementos centrales para la formación integral del comunicólogo en el contexto de los procesos de comunicación contemporáneos.
No se consideran asignaturas que permitan intervención comunicativa	Se incorpora el curso de Formación Ciudadana y Diversidad que permiten elementos centrales para la formación integral del comunicólogo en el contexto de los procesos de comunicación contemporáneos
Etapa disciplinaria	
La etapa disciplinaria está integrada por diecinueve materias obligatorias (124 créditos) y cinco materias optativas.	La etapa disciplinaria consta de veintitrés materias obligatorias (150 créditos) y cinco materias optativas.
Las áreas de Fundamentos de la Comunicación, Metodología y Lenguaje y Discurso carecen de asignaturas que sustenten la base científica y paradigmas discursivos.	Se fortalece el área de «Fundamentos de la comunicación» con asignaturas que sustentan la base científica y los paradigmas discursivos que integran los procesos de comunicación.
Se requiere fortalecer contenidos sobre competencias profesionales de realización multimedial, producción sonora, producción fotográfica y producción audiovisual.	Se determina el área Ecosistema mediático con asignaturas vinculadas al periodismo en sus más recientes formas discursivas y gestión de la información, respondiendo a los resultados del estudio con empleadores. Asimismo, atendiendo las observaciones de egresados, mercado laboral y prospectiva de la profesión, se renueva el currículo de formación de los estudiantes incluyendo el desarrollo de competencias en alfabetización mediática, análisis de las redes socio digitales, y recuperación e interpretación de información digital en redes.
Las asignaturas vinculadas con producción	Se analiza y determina la secuencia de las

Plan 2011-2	Plan 2021-2
<p>mediática tienen un problema de secuenciación didáctica al incluir en el mismo semestre las unidades de aprendizaje: Producción Fotográfica y Producción Audiovisual. Si bien no hay seriación tanto en este plan como en la nueva propuesta, hay elementos temáticos de fotografía que pueden enriquecer la formación de los estudiantes inscritos en producción audiovisual si estas materias no se asignan de forma simultánea.</p>	<p>unidades de aprendizaje que enriquece el área de producción, gestión y comprensión de interacciones mediáticas, que permiten obtener los conocimientos en orden lógico sobre el proceso de la comunicación mediática en contextos más complejos y amplios, que responden al entorno socio digital contemporáneo.</p>
<p>No hay asignaturas vinculadas con el área del conocimiento comunicación integral en las organizaciones que permitieran el desarrollo de competencias gerenciales y administrativas</p>	<p>Se integran dos unidades de aprendizaje del área Comunicación Integral en las Organizaciones: Fundamentos de Comunicación en las Organizaciones y Diagnóstico de Comunicación en las Organizaciones que fortalecen el desarrollo de competencias gerenciales y administrativas.</p>
<p>Se requiere desarrollen competencias que fortalezcan la investigación social o análisis de datos comunicativos.</p>	<p>A lo largo del presente plan de estudios se incorporan nuevos recursos que fortalecen el área de investigación social y el análisis de datos, lo que brinda un conjunto actualizado de competencias al futuro profesional en las Ciencias de la Comunicación, permitiéndole comprender en múltiples dimensiones los fenómenos que observe, fundamentar las propuestas que diseñe e implemente.</p> <p>Además, proponen sustentar de forma empírica y reflexiva, los proyectos de producción de contenidos y gestión de interacciones e información.</p>
<p>No tiene competencias vinculadas con mercadotecnia, implementación de proyectos o con rutinas contemporáneas de producción periodística. Los cuales se consideran parte del examen de egreso CENEVAL.</p>	<p>Se incorpora al currículo temas de mercadotecnia, producción periodística e implementación de proyectos.</p>
<p>En el plan actual solo se ofrece una asignatura que vinculan contenidos de deontología, ética y legislación de la comunicación</p>	<p>Se fortalecen las áreas vinculadas con deontología, ética y legislación de la comunicación incorporando esos contenidos a las materias obligatorias cuyo ejercicio durante la profesión esté sujeto a la regulación jurídica. Además, se integra una asignatura optativa Normatividad de la comunicación» en el primer semestre de la disciplina.</p>
<p>No se integran temas vinculados con ejercicios de la ciudadanía y calidad de vida en procesos de comunicación.</p>	<p>Se incluyen dos áreas de conocimiento que fortalecen las áreas Vida Pública y Ciudadanía con materias que desarrollan</p>

Plan 2011-2	Plan 2021-2
	competencias vinculadas con la intervención comunicativa en el espacio público, elementos de orden contextual y deontológicos. Calidad de Vida y Bienestar que está conformada por unidades de aprendizaje que forman competencias para promover el bienestar social desde la práctica profesional del egresado.
Etapa terminal	
La etapa terminal está integrada por seis unidades de aprendizaje obligatorias (42 créditos) y seis materias optativas.	La etapa terminal está compuesta por nueve unidades de aprendizaje (58 créditos) y seis materias optativas.
Dos de las materias obligatorias corresponden al área de Gestión de la Comunicación: Planeación y Gestión de Proyectos y Proyectos de Intervención Transdisciplinaria.	Se fortalece el área de Comunicación Integral de las Organizaciones: con asignaturas que desarrollan competencias en implementan mercadotecnia, emprendimiento e implementación y evaluación de proyectos en comunicación.
El área del conocimiento Realización Multimedial está conformada por una unidad de aprendizaje: Producción multimedia	Se fortalece el área de Ecosistema mediático con asignaturas que desarrollan competencias en alfabetización mediática, análisis de las redes socio digitales, y recuperación e interpretación de información digital en redes.
El área Conocimiento del Contexto y Entorno tiene una materia en esta etapa: Normatividad de la Comunicación.	Se fortalece el área de Vida Pública y Ciudadanías con asignaturas que desarrollan competencias en planeación e intervención comunicativa en el espacio público.
No hay asignaturas vinculadas a competencias que promuevan el bienestar social desde la práctica profesional del egresado.	Se fortalece el área de Calidad de vida y bienestar con asignaturas que desarrollan competencias en comunicación y salud y comunicación pública del conocimiento.

Fuente: Elaboración propia.

3. Filosofía educativa

3.1. Modelo educativo de la Universidad Autónoma de Baja California

La Universidad Autónoma de Baja California (UABC) consciente del papel clave que desempeña en la educación, dentro de su modelo educativo integra el enfoque educativo por competencias, debido a que busca incidir en las necesidades del mundo laboral, formar profesionales creativos e innovadores y ciudadanos más participativos. Además, una de sus principales ventajas es que propone volver a examinar críticamente cada uno de los componentes del hecho educativo y detenerse en el análisis y la redefinición de las actividades del profesor y estudiantes para su actualización y mejoramiento.

Bajo el modelo actual y como parte del ser institucional, la UABC se define como una comunidad de aprendizaje donde los procesos y productos del quehacer de la institución en su conjunto, constituyen la esencia de su ser. Congruente con ello, utiliza los avances de la ciencia, la tecnología y las humanidades para mejorar y hacer cada vez más pertinentes y equitativas sus funciones sustantivas.

En esta comunidad de aprendizaje se valora particularmente el esfuerzo permanente en busca de la excelencia, la justicia, la comunicación multidireccional, la participación responsable, la innovación, el liderazgo fundado en las competencias académicas y profesionales, así como una actitud emprendedora y creativa, honesta, transparente, plural, liberal, de respeto y aprecio entre sus miembros y hacia el medio ambiente.

La UABC promueve alternativas viables para el desarrollo social, económico, político y cultural de la entidad y del país, en condiciones de pluralidad, equidad, respeto y sustentabilidad; y con ello contribuir al logro de una sociedad más justa, democrática y respetuosa de su medio ambiente. Todo ello a través de la formación integral, capacitación y actualización de profesionistas; la generación de conocimiento científico y humanístico; así como la creación, promoción y difusión de valores culturales y de expresión artística.

El modelo educativo de la UABC se sustenta filosófica y pedagógicamente en el humanismo, el constructivismo y la educación a lo largo de la vida. Es decir, concibe la educación como un proceso consciente e intencional, al destacar el aspecto humano como centro de significado y fuente de propósito, acción y actividad educativa, consciente de su accionar en la sociedad; promueve un aprendizaje activo y centrado en el alumno y en la educación a lo largo de la vida a través del aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a vivir juntos y aprender a ser (UABC, 2013).

El modelo define tres atributos esenciales: la flexibilidad curricular, la formación integral y el sistema de créditos. La flexibilidad curricular, entendida como una política que permite la generación de procesos organizativos horizontales, abiertos, dinámicos e interactivos que facilitan el tránsito de los saberes y los sujetos sin la rigidez de las estructuras tradicionales, se promueve a través de la selección personal del estudiante, quien, con apoyo de su tutor, elegirá la carga académica que favorezca su situación personal. La formación integral, que contribuye a formar en los alumnos actitudes y formas de vivir en sociedad sustentadas en las dimensiones ética, estética y valoral; ésta se fomentará a través de actividades deportivas y culturales integradas a su currículo, así como en la participación de los estudiantes a realizar actividades de servicio social comunitario. El sistema de créditos, reconocido como recurso operacional que permite valorar el desempeño de los alumnos; este sistema de créditos se ve enriquecido al ofrecer una diversidad de modalidades para la obtención de créditos (UABC, 2013).

Así mismo, bajo una prospectiva institucional la Universidad encamina hacia el futuro, los esfuerzos en los ámbitos académico y administrativo a través de cinco principios orientadores, cuyos preceptos se encuentran centrados en los principales actores del proceso educativo, en su apoyo administrativo y de seguimiento a alumnos (UABC, 2013):

1. El alumno como ser autónomo y proactivo, corresponsable de su formación profesional.
2. El currículo que se sustenta en el humanismo, el constructivismo y la educación a lo largo de la vida.
3. El docente como facilitador, gestor y promotor del aprendizaje, en continua

formación y formando parte de cuerpos académicos que trabajan para mejorar nuestro entorno local, regional y nacional.

4. La administración que busca ser eficiente, ágil, oportuna y transparente al contribuir al desarrollo de la infraestructura académica, equipamiento y recursos materiales, humanos y económicos.
5. La evaluación permanente es el proceso de retroalimentación de los resultados logrados por los actores que intervienen en el proceso educativo y permite reorientar los esfuerzos institucionales al logro de los fines de la UABC.

Además, el Modelo Educativo se basa en el constructivismo que promueve el aprendizaje activo, centrado en el alumno y en la educación a lo largo de la vida de acuerdo con los cuatro pilares de la educación establecidos por la UNESCO: aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a vivir juntos y aprender a ser. Estos se describen a continuación (UABC, 2013):

- a. Aprender a conocer. Debido a los cambios vertiginosos que se dan en el conocimiento, es importante prestar atención a la adquisición de los instrumentos del saber que a la adquisición de los conocimientos. La aplicación de este pilar conlleva al diseño de estrategias que propicien en el alumno la lectura, la adquisición de idiomas, el desarrollo de habilidades del pensamiento y el sentido crítico. Además, implica el manejo de herramientas digitales para la búsqueda de información y el gusto por la investigación; en pocas palabras: el deseo de aprender a aprender.
- b. Aprender a hacer. La educación no debe centrarse únicamente en la transmisión de prácticas, sino formar un conjunto de competencias específicas adquiridas mediante la formación técnica y profesional, el comportamiento social, la actitud para trabajar en equipo, la capacidad de iniciativa y la de asumir riesgos.
- c. Aprender a vivir juntos. Implica habilitar al individuo para vivir en contextos de diversidad e igualdad. Para ello, se debe iniciar a los jóvenes en actividades deportivas y culturales. Además, propiciar la colaboración entre docentes y alumnos en proyectos comunes.
- d. Aprender a ser. La educación debe ser integral para que se configure mejor la propia personalidad del alumno y se esté en posibilidad de actuar cada vez con mayor

autonomía y responsabilidad personal. Aprender a ser implica el fortalecimiento de la personalidad, la creciente autonomía y la responsabilidad social (UABC, 2013).

El rol del docente es trascendental en todos los espacios del contexto universitario, quien se caracteriza por dos distinciones fundamentales, (1) la experiencia idónea en su área profesional, que le permite extrapolar los aprendizajes dentro del aula a escenarios reales, y (2) la apropiación del área pedagógica con la finalidad de adaptar el proceso de enseñanza a las características de cada grupo y en la medida de lo posible de cada alumno, estas enseñanzas deben auxiliarse de estrategias, prácticas, métodos, técnicas y recursos en consideración de los lineamientos y políticas de la UABC, las necesidades académicas, sociales y del mercado laboral¹. El docente que se encuentra inmerso en la comunidad universitaria orienta la atención al desarrollo de las siguientes competencias pedagógicas:

- a. Valorar el plan de estudios, mediante el análisis del diagnóstico y el desarrollo curricular, con el fin de tener una visión global de la organización y pertinencia del programa educativo ante las necesidades sociales y laborales, con interés y actitud inquisitiva.
- b. Planear la unidad de aprendizaje que le corresponde impartir y participar en aquellas relacionadas con su área, a través de la organización de contenido, prácticas educativas, estrategias, criterios de evaluación y referencias, para indicar y orientar de forma clara la función de los partícipes del proceso y la competencia a lograr, con responsabilidad y sentido de actualización permanente.
- c. Analizar el Modelo Educativo, por medio de la comprensión de su sustento filosófico y pedagógico, proceso formativo, componentes y atributos, para implementarlos pertinentemente en todos los procesos que concierne a un docente, con actitud reflexiva y sentido de pertenencia.
- d. Implementar métodos, estrategias, técnicas, recursos y prácticas educativas apropiadas al área disciplinar, a través del uso eficiente y congruente con el modelo educativo de la Universidad, para propiciar a los alumnos experiencias de

¹ La Universidad, a través del Programa Flexible de Formación y Desarrollo Docente procura la habilitación de los docentes en el Modelo Educativo de la UABC que incluye la mediación pedagógica y diseño de instrumentos de evaluación.

aprendizajes significativas y de esta manera asegurar el cumplimiento de las competencias profesionales, con actitud innovadora y compromiso.

- e. Evaluar el grado del logro de la competencia de la unidad de aprendizaje y de la etapa de formación, mediante el diseño y la aplicación de instrumentos de evaluación válidos, confiables y acordes al Modelo Educativo y de la normatividad institucional, con la finalidad de poseer elementos suficientes para valorar el desempeño académico y establecer estrategias de mejora continua en beneficio del discente, con adaptabilidad y objetividad.
- f. Implementar el Código de Ética de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC, 2017), mediante la adopción y su inclusión en todos los espacios que conforman la vida universitaria, para promover la confianza, democracia, honestidad, humildad, justicia, lealtad, libertad, perseverancia, respeto, responsabilidad y solidaridad en los alumnos y otros entes de la comunidad, con actitud congruente y sentido de pertenencia.
- g. Actualizar los conocimientos y habilidades que posibilitan la práctica docente y profesional, mediante programas o cursos que fortalezcan la formación permanente y utilizando las tecnologías de la información y comunicación como herramienta para el estudio autodirigido, con la finalidad de adquirir nuevas experiencias que enriquezcan la práctica pedagógica y la superación profesional, con iniciativa y diligencia.

3.2. Misión y visión de la Universidad Autónoma de Baja California

Misión

Formar integralmente ciudadanos profesionales, competentes en los ámbitos local, nacional, transfronterizo e internacional, libres, críticos, creativos, solidarios, emprendedores, con una visión global y capaces de transformar su entorno con responsabilidad y compromiso ético; así como promover, generar, aplicar, difundir y transferir el conocimiento para contribuir al desarrollo sustentable, al avance de la ciencia, la tecnología, las humanidades, el arte y la innovación, y al incremento del nivel de desarrollo humano de la sociedad bajacaliforniana y del país (UABC, 2019, p. 91).

Visión

En 2030, la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) es ampliamente reconocida en los ámbitos nacional e internacional por ser una institución socialmente responsable que contribuye, con oportunidad, equidad, pertinencia y los mejores estándares de calidad, a incrementar el nivel de desarrollo humano de la sociedad bajacaliforniana y del país, así como a la generación, aplicación innovadora y transferencia del conocimiento, y a la promoción de la ciencia, la cultura y el arte (UABC, 2019, p. 91).

3.3. Misión, visión y valores de las unidades académicas

Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.

Misión

Formar integralmente ciudadanos profesionales de las ciencias humanas, competentes en los ámbitos local, nacional, transfronterizo, e internacional, libres, críticos, creativos, solidarios, emprendedores, con una visión global, conscientes de su participación en el desarrollo de la sociedad y capaces de transformar su entorno con responsabilidad y compromiso ético; así como promover, generar, aplicar, difundir y transferir el conocimiento y la cultura para contribuir al desarrollo sustentable, al avance de la ciencia, la tecnología, las humanidades, el arte y la innovación y al incremento del nivel de desarrollo humano de la sociedad bajacaliforniana y la del país (FCH,2018, p.11).

Visión

En 2030, la Facultad de Ciencias Humanas es ampliamente reconocida en los ámbitos nacional e internacional, por tener una presencia social relevante gracias al alto desempeño profesional de sus egresados de licenciatura y de posgrado, por ser una institución socialmente responsable, que contribuye, con oportunidad, equidad, pertinencia y los mejores estándares de calidad al desarrollo humano y sustentable que hacen los conocimientos generados por la investigación que en ella se realiza y las actividades culturales que promueve, así como porque sus programas de atención comunitaria son reconocidos y contribuyen al mejoramiento de las condiciones sociales, culturales y económicas de la entidad y del país (FCH,2018, p.12).

Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada.

Misión

La Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales (FCAyS) es una unidad académica que, a través de programas educativos de calidad, está dedicada a la formación integral de individuos competentes, con valores universales y perspectiva crítica, comprometidos con la problemática y el desarrollo sustentable de su comunidad y el aprendizaje para toda la vida. Hace suya la tarea de fomentar la investigación y extensión que genera, aplica y divulga nuevo conocimiento para responder y provocar los cambios requeridos por la sociedad, impulsada por el alto espíritu de servicio de su personal y el uso eficiente de los recursos (FCAyS, 2017, p.19).

Visión

En el 2018 la Facultad está consolidada como una unidad académica líder a nivel nacional mediante la generación de profesionales egresados de programas educativos acreditados como de buena calidad en las áreas de ciencias administrativas y sociales a través de organismos externos reconocidos por COPAES o por su incorporación al PNPC. Esto se ha logrado en virtud del perfil de la planta docente; de que las tutorías se realizan adecuadamente; de contar con sistemas e infraestructura eficientes, lo que se refleja en altos niveles de permanencia, titulación, movilidad estudiantil; así como por la evaluación colegiada de los alumnos y la evaluación permanente de los planes de estudio flexibles, que propician el desarrollo de competencias y una actitud emprendedora.

Se tiene alta productividad en docencia e investigación derivada de la integración de los Profesores de Tiempo Completo (PTC) a Cuerpos Académicos (CA) consolidados, de la obtención de perfiles PROMEP y SNI.

Los reglamentos y políticas internos aseguran una constante actualización del personal universitario y una gestión eficiente en los procesos administrativos y académicos. Se fomenta la formación integral de los alumnos. Se ofertan programas de posgrado como respuesta a las necesidades del entorno. A través de la extensión y vinculación, y de la aplicación y divulgación del conocimiento, se busca la resolución de necesidades sociales y se contribuye al desarrollo y bienestar de la comunidad ensenadense (FCAyS, 2017, p.19).

Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana.

Misión:

La Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales es una unidad académica que forma de manera integral a profesionistas con un alto nivel académico en el área humanística y de las ciencias sociales, que son altamente competentes en sus respectivos campos profesionales y con un claro compromiso para contribuir en el mejoramiento de la sociedad. (FHYCS, 2016, p.5).

Visión:

En el año 2025 la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales goza en el ámbito local, regional y nacional del reconocimiento de la calidad profesional de sus egresados, de su compromiso social y de la pertinencia de sus aportes en la solución de problemas sociales. (FHYCS, 2016, p.5).

3.4. Misión, visión y objetivos del programa educativo Licenciado en Ciencias de la Comunicación

En congruencia con la filosofía educativa de la UABC y de las unidades académicas, el programa educativo busca formar profesionistas de excelencia y alto nivel competitivo, capaces de aplicar sus conocimientos y habilidades para enfrentar y resolver los retos propios al entorno regional actual y futuro. Además, busca generar conocimiento y extenderlo a la comunidad, llevándolo a su aplicación en el ámbito científico, académico y social con la intención de mejorar la calidad de vida en el entorno local, regional, nacional e internacional, al mismo tiempo que fomenta los valores culturales, el sentido ético, la responsabilidad social, el emprendimiento y el respeto al medio ambiente.

Misión

Formar integralmente profesionales en ciencias de la comunicación, competentes en los ámbitos local, nacional, transfronterizo e internacional, libres, críticos, creativos, solidarios, emprendedores, con una visión global, conscientes de su participación en el

desarrollo sustentable global y capaces de transformar su entorno con responsabilidad y compromiso ético; así como promover, generar, aplicar, difundir y transferir el conocimiento para contribuir al desarrollo sustentable, al avance de la ciencia, la tecnología, las humanidades, el arte y la innovación, y al incremento del nivel de desarrollo humano de la sociedad bajacaliforniana y del país.

Visión

En el año 2030, el programa de Licenciado en Ciencias de la Comunicación de la UABC es reconocido socialmente por su liderazgo académico y científico como un recurso estratégico de la entidad, altamente valorado por la calidad en el desempeño profesional de sus egresados que contribuyen al desarrollo de la entidad y por la cercanía que mantiene con los diversos sectores sociales a través de la prestación de servicios y acciones de reciprocidad y solidaridad, el emprendimiento la difusión cultural y la divulgación científica, que permiten el mejoramiento de la calidad de vida de los bajacalifornianos.

Objetivos del programa educativo

Objetivo general

Formar profesionistas emprendedores en el campo de las ciencias de la comunicación, con bases científicas, tecnológicas y humanísticas, capaces de transformar y desarrollar su entorno productivo y social. Para lograrlo se establecen los siguientes objetivos específicos:

Objetivos específicos

1. Formar individuos libres, autónomos y críticos con capacidad para resolver problemas, emprender proyectos de negocios, intervenir en las diversas áreas y esferas del campo profesional de las ciencias de la comunicación, comprometidos permanentemente con el proceso de aprendizaje, críticos, responsables y atentos a

las oportunidades de mejoramiento de las condiciones sociales, culturales, económicas y políticas de su entorno.

2. Desarrollar proyectos que vinculen a la comunidad universitaria con las diversas esferas de la sociedad a fin de proveer de forma recíproca recursos informativos y formativos que permitan mejorar las condiciones y la calidad de vida de los bajacalifornianos desde el ámbito de las ciencias de la comunicación.
3. Ofrecer experiencias de aprendizaje que permitan el desarrollo del campo profesional y científico de las ciencias de la comunicación a nivel regional, nacional e internacional; incorporando proyectos de formación, vinculadas con la sociedad civil, la industria, el ámbito académico y la administración pública.
4. Ofrecer proyectos de investigación y divulgación social del conocimiento, la cultura y el arte para promover el desarrollo armónico de la sociedad bajacaliforniana.

4. Descripción de la propuesta

El programa educativo Licenciado en Ciencias de la Comunicación tiene dos componentes fundamentales. El primero se mantiene en apego a la metodología curricular de la UABC basado en un modelo flexible con un enfoque en competencias y el segundo la formación sólida de la Comunicación en las áreas de Fundamentos de la comunicación, Ecosistema Mediático, Vida Pública y Ciudadanías, Calidad de Vida y Bienestar, y Comunicación Integral en las Organizaciones, en correspondencia con la disciplina y las necesidades laborales y sociales.

4.1. Etapas de formación

El plan de estudios está compuesto de tres etapas de formación donde se procura dosificar la complejidad de unidades de aprendizaje y contenidos buscando desarrollar y proporcionar al alumno las competencias propias del Licenciado en Ciencias de la Comunicación, las cuales serán verificables y extrapolables a la práctica profesional real que se gesta en el entorno, mismas que podrán ser adecuadas de acuerdo con la evolución y desarrollo de la ciencia y tecnología de su disciplina.

4.1.1. Etapa básica

La etapa de formación básica incluye los dos primeros periodos escolares del plan de estudios. Se incluyen 11 unidades de aprendizaje obligatorias y 1 optativa que contribuyen a la formación básica, elemental e integral del estudiante de las ciencias básicas con una orientación eminentemente formativa, para la adquisición de conocimientos de las diferentes disciplinas que promueven competencias contextualizadoras, metodológicas, instrumentales y cuantitativas esenciales para la formación del estudiante. En esta etapa el estudiante deberá completar 64 créditos obligatorios y 6 créditos optativos.

Los dos primeros periodos de la etapa básica corresponden al tronco común que propicia la interdisciplinaridad (UABC, 2010). Se compone de 11 unidades de aprendizaje obligatorias, con un total de 64 créditos que comparten los 4 programas

educativos de la DES Ciencias Sociales: Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Licenciado en Ciencias de la Educación, Licenciado en Psicología; y Licenciado en Sociología.

Una vez concluido el tronco común, mediante una subasta el alumno deberá seleccionar el programa educativo que desee cursar y completar la etapa básica, atendiendo lo especificado en el Estatuto Escolar de la UABC.

Desde esta etapa, el estudiante podrá considerar tomar cursos y actividades complementarias en áreas de deportes y cultura que fomenten su formación integral. Antes de concluir la etapa básica los estudiantes deberán acreditar 300 horas de servicio social comunitario. En caso de no hacerlo, durante la etapa disciplinaria, el número de asignaturas a cursar estará limitado a tres de acuerdo con el Reglamento de Servicio Social de la UABC.

Competencia de la etapa básica

Interpretar el contexto sociocultural, aplicando los fundamentos epistemológicos, conceptuales, deontológicos y pragmáticos de las ciencias sociales, así como las estrategias de investigación documental en español e inglés, y las técnicas de producción y divulgación del conocimiento, para la comprensión de los procesos sociales contemporáneos, de manera crítica, responsable y colaborativa.

4.1.2. Etapa disciplinaria

En la etapa disciplinaria el estudiante tiene la oportunidad de conocer, profundizar y enriquecerse de los conocimientos teórico-metodológicos y técnicos de la profesión orientados a un aprendizaje genérico del ejercicio profesional. Esta etapa comprende la mayor parte de los contenidos del programa, y el nivel de conocimiento es más complejo, desarrollándose principalmente en cuatro períodos intermedios. Esta etapa se compone de 28 unidades de aprendizaje, 23 obligatorias y 5 optativas con un total de 182 créditos, de los cuales 152 son obligatorios y 30 son optativos.

En esta etapa el estudiante habiendo acreditado el servicio social comunitario o

primera etapa, podrá iniciar su servicio social profesional al haber cubierto el 60% de avance en los créditos del plan de estudios y concluirlo en la etapa terminal de acuerdo con lo que establece el Reglamento de Servicio Social vigente.

Competencia de la etapa disciplinaria

Crear productos y proyectos comunicativos, mediante el análisis crítico de la complejidad de las sociedades contemporáneas o el diseño de planes y modelos de comunicación hipermediática, para el desarrollo integral de las personas, comunidades o entidades públicas o privadas, de manera reflexiva, responsable y respetuosa.

4.1.3. Etapa terminal

La etapa terminal se establece en los últimos dos periodos del programa educativo donde se refuerzan los conocimientos teórico-instrumentales específicos; se incrementan los trabajos prácticos y se desarrolla la participación del alumno en el campo profesional, explorando las distintas orientaciones a través de la integración y aplicación de los conocimientos adquiridos, para enriquecerse en áreas afines y poder distinguir los aspectos relevantes de las técnicas y procedimientos que en el perfil profesional requiere, en la solución de problemas o generación de alternativas.

La etapa se compone de 9 unidades de aprendizaje obligatorias y 5 unidades de aprendizaje optativas con un total de 88 créditos, de los cuales 58 son obligatorios y 30 son optativos. Además de 10 créditos obligatorios de las Prácticas Profesionales que el estudiante debe realizar cuando haya cubierto el 70% de los créditos del plan de estudios correspondiente según lo establecido en el Reglamento General para la Prestación de Prácticas Profesionales vigente de la UABC. En esta etapa el alumno podrá realizar hasta dos proyectos de vinculación con valor en créditos con un mínimo de 2 créditos optativos cada uno.

Competencia de la etapa terminal

Implementar estrategias de comunicación, mediante el estudio y resolución de necesidades en las distintas esferas del orden social, para el mejoramiento de las condiciones de los sistemas de mediación, la promoción integral de la calidad de vida,

la resolución de conflictos sociales, difusión cultural, divulgación científica y la transformación de los ámbitos micro y macrosociales, con actitud crítica, colaborativa y compromiso social.

4.2. Descripción de las modalidades de aprendizaje y obtención de créditos, y sus mecanismos de operación

De acuerdo a los fines planteados en el Modelo Educativo (UABC, 2013), en el Estatuto Escolar (UABC, 2018) y en la Guía Metodológica para la Creación y Modificación de los Programas Educativos (UABC, 2010) se ha conformado una gama de experiencias teórico-prácticas denominadas *Otras Modalidades de Aprendizaje y Obtención de Créditos*, donde el alumno desarrolla sus potencialidades intelectuales y prácticas; las cuales pueden ser cursadas en diversas unidades académicas al interior de la universidad, en otras instituciones de educación superior a nivel nacional e internacional o en el sector social y productivo. Al concebir las modalidades de aprendizaje de esta manera, se obtienen las siguientes ventajas:

- a. Participación dinámica del alumno en actividades de interés personal que enriquecerán y complementarán su formación profesional.
- b. La formación interdisciplinaria, al permitir el contacto directo con contenidos, experiencias, con alumnos y docentes de otras instituciones o entidades.
- c. La diversificación de las experiencias de enseñanza-aprendizaje.

En las unidades académicas, estas modalidades de aprendizaje permitirán al alumno inscrito en el programa educativo, la selección de actividades para la obtención de créditos, que habrán de consolidar el perfil de egreso en su área de interés, con el apoyo del profesor o tutor. Las modalidades de aprendizaje se deberán registrar de acuerdo con el periodo establecido en el calendario escolar vigente de la UABC.

De la relación de las diferentes modalidades de obtención de créditos, los alumnos podrán registrar como parte de su carga académica hasta dos modalidades por periodo, siempre y cuando sean diferentes, y se cuente con la autorización del Tutor Académico en un plan de carga académica pertinente al área de interés del

alumno, oportuna en función de que se cuenten con los conocimientos y herramientas metodológicas necesarias para el apropiado desarrollo de las actividades, que el buen rendimiento del alumno le asegure no poner en riesgo su aprovechamiento, y que lo permita el Estatuto Escolar vigente en lo relativo a la carga académica máxima permitida. Existen múltiples modalidades distintas cuyas características y alcances se definen a continuación.

4.2.1. Unidades de aprendizaje obligatorias

Las unidades de aprendizaje obligatorias se encuentran en las tres etapas de formación que integran el plan de estudios del programa educativo Licenciado en Ciencias de la Comunicación que han sido definidas y organizadas en función de las competencias profesionales y específicas que conforman el perfil de egreso, por lo tanto, las unidades de aprendizaje guardan una relación directa con éstas y un papel determinante en el logro de dicho perfil. Estas unidades de aprendizaje necesariamente tienen que ser cursadas y aprobadas por los alumnos (UABC, 2018). Para este programa educativo, se integran 43 unidades de aprendizaje obligatorias donde el alumno obtendrá 274 créditos de los 350 que conforman su plan de estudios.

Dentro de este tipo de unidades se contemplan 9 unidades de aprendizaje integradoras cuyo propósito es integrar conocimientos básicos y disciplinarios para que el estudiante demuestre competencias según las áreas de conocimiento del plan de estudios: Comunicación Ambiental, Realización de Contenidos Audiovisuales, Diagnostico de la Comunicación en las Organizaciones, Comunicación y Salud, Planeación Comunicativa para el Espacio Público, Gestión y Diseño de Contenido en Redes Sociodigitales, Planeación Estratégica de Proyectos de Comunicación, Intervención Comunicativa en el Espacio Público e Implementación y Evaluación de Proyectos de Comunicación.

4.2.2. Unidades de aprendizaje optativas

Además de la carga académica obligatoria, los estudiantes deberán cumplir 66 créditos optativos, que pueden ser cubiertos por unidades de aprendizaje optativas que se encuentran incluidas en el plan de estudios, y por créditos obtenidos de otras modalidades que se sugieren en esta sección.

Las unidades de aprendizaje optativas permiten al alumno fortalecer su proyecto educativo con la organización de aprendizajes en un área de interés profesional con el apoyo de un docente o tutor. Este tipo de unidades de aprendizaje se adaptan en forma flexible al proyecto del alumno y le ofrecen experiencias de aprendizaje que le sirvan de apoyo para el desempeño profesional (UABC, 2018).

En esta propuesta del plan de estudios, se han colocado 11 espacios optativos en el mapa curricular que corresponden a 11 unidades de aprendizaje optativas distribuidas en las etapas básica, disciplinaria y terminal. Sin embargo, atendiendo a las iniciativas institucionales para promover la flexibilidad y oportunidades de formación de los alumnos, se han preparado 4 unidades de aprendizaje más. En suma, el plan de estudio integra 15 unidades de aprendizaje optativas.

4.2.3. Otros cursos optativos

Estos cursos optativos son una alternativa para incorporar temas de interés que complementan la formación del alumno (UABC, 2018). Cuando el programa educativo esté operando, se pueden integrar al plan de estudios unidades de aprendizaje optativas adicionales de acuerdo con los avances científicos y tecnológicos en la disciplina o de formación integral o de contextualización obedeciendo a las necesidades sociales y del mercado laboral. Estos nuevos cursos optativos estarán orientados a una etapa de formación en particular y contarán como créditos optativos de dicha etapa.

Estos cursos optativos se deberán registrar ante el Departamento de Apoyo a la Docencia y la Investigación del campus correspondiente, según la etapa en la que se

ofertará la unidad de aprendizaje de manera homologada entre las unidades académicas.

Para la evaluación de la pertinencia del curso, de manera conjunta, los subdirectores de las unidades académicas integrarán un Comité Evaluador formado por un docente del área de cada unidad académica, quienes evaluarán y emitirán un dictamen o recomendaciones sobre la nueva unidad de aprendizaje, y garantizar la calidad y pertinencia de la propuesta, así como la viabilidad operativa.

4.2.4. Estudios independientes

En esta modalidad, bajo la asesoría, supervisión y evaluación de un docente, el estudiante tiene la alternativa de realizar estudios de interés disciplinario no sujeto a la asistencia a clases ni al programa oficial de una unidad de aprendizaje. En esta modalidad de aprendizaje, el alumno se responsabiliza de manera personal a realizar las actividades de un plan de trabajo, previamente elaborado bajo la supervisión y visto bueno de un docente titular que fungirá como asesor (UABC, 2013).

El plan de trabajo debe ser coherente y contribuir a alguna de las competencias específicas del plan de estudios en una temática en particular; las actividades contenidas en el plan de trabajo deben garantizar el logro de las competencias y los conocimientos teórico-prácticos de la temática especificada. El estudio independiente debe ser evaluado y en su caso aprobado en la unidad académica por medio del Comité Evaluador y se deberá solicitar su registro en el periodo establecido ante el Departamento de Apoyo a la Docencia y la Investigación del campus correspondiente, acompañado de la justificación y las actividades a realizar por el estudiante.

El asesor será el responsable de asignar una calificación con base a los criterios de evaluación incorporados en el registro y a su vez solicitar el registro de la calificación correspondiente una vez concluida la modalidad. En el caso de que el alumno reprobara, deberá inscribirse en el mismo estudio independiente registrado en el periodo próximo inmediato en su carga académica. El alumno tendrá derecho a

cursar un estudio independiente por periodo, y dos estudios independientes máximo a lo largo de su trayectoria escolar y a partir de haber cubierto el 60% de los créditos del plan de estudios, obteniendo un máximo de seis créditos por estudio independiente.

4.2.5. Ayudantía docente

Esta actividad tiene como finalidad brindar al alumno experiencias de aprendizaje de habilidades y herramientas teórico-metodológicas del quehacer docente como la comunicación oral y escrita dirigida a un público específico, la organización y planeación de actividades, la conducción de grupos de trabajo, entre otros, que contribuyan claramente al perfil de egreso del alumno y a las competencias profesionales y específicas del plan de estudios. Las responsabilidades y acciones asignadas al alumno participante no deben entenderse como la sustitución de la actividad del profesor sino como un medio alternativo de su propio aprendizaje mediante el apoyo a actividades, tales como asesorías al grupo, organización y distribución de materiales, entre otros (UABC, 2013).

El estudiante participa realizando acciones de apoyo académico en una unidad de aprendizaje en particular, en un periodo escolar inferior al que esté cursando y en la que haya demostrado un buen desempeño con calificación igual o mayor a 80. La actividad del alumno está bajo la asesoría, supervisión y evaluación de un docente de carrera quien fungirá el papel de responsable. El alumno participa como adjunto de docencia (auxiliar docente), apoyando en las labores del profesor de carrera dentro y fuera del aula, durante un periodo escolar.

El alumno tendrá derecho a cursar como máximo una ayudantía docente por período, y un máximo de dos ayudantías docentes a lo largo de su trayectoria escolar, obteniendo un máximo de seis créditos por ayudantía. Esta modalidad se podrá realizar a partir de la etapa disciplinaria.

La unidad académica solicitará su registro en el Sistema Institucional de Planes y Programas de Estudios y Autoevaluación (SIPPEA) ante el Departamento de Apoyo a

la Docencia y la Investigación de su unidad regional, previa evaluación y en su caso aprobación del Comité Evaluador. El responsable de la modalidad será el encargado de asignar una calificación con base a los criterios de evaluación incorporados en el registro y de solicitar el registro de la calificación correspondiente una vez concluida la ayudantía.

4.2.6. Ayudantía de investigación

Esta actividad tiene como finalidad brindar al alumno experiencias de aprendizaje de habilidades y herramientas teórico-metodológicas propias del perfil de un investigador, tales como el análisis crítico de la información y de las fuentes bibliográficas, la organización y calendarización de su propio trabajo, entre otras, que contribuyan claramente al perfil de egreso del alumno y a las competencias profesionales y específicas del plan de estudio.

Esta modalidad se realiza durante las etapas disciplinaria o terminal. En esta modalidad de aprendizaje el alumno participa apoyando alguna investigación registrada por el personal académico de la Universidad o de otras instituciones, siempre y cuando dicha investigación se encuentre relacionada con alguna competencia profesional o específica del plan de estudios. Esta actividad se desarrolla bajo la asesoría, supervisión y evaluación de un profesor-investigador o investigador de carrera, y no debe entenderse como la sustitución de la actividad del investigador (UABC, 2013).

La investigación debe estar debidamente registrada como proyecto en el Departamento de Apoyo a la Docencia y la Investigación del campus correspondiente, o en el departamento equivalente en la institución receptora, y relacionarse con los contenidos del área y etapa de formación que esté cursando el estudiante. El alumno tendrá derecho a tomar como máximo una ayudantía de investigación por periodo y un máximo de dos ayudantías de investigación a lo largo de su trayectoria escolar, obteniendo un máximo de seis créditos por ayudantía.

Se deberá solicitar su registro en el periodo establecido ante el Departamento de Apoyo a la Docencia y la Investigación de la unidad regional. La solicitud de ayudantía

de investigación deberá incluir los datos académicos, justificación de la solicitud y el programa de actividades a realizar. Para su registro deberá contar con el visto bueno del responsable del proyecto y las solicitudes serán turnadas al Comité Evaluador para su respectiva evaluación y en su caso aprobación, considerando la competencia general propuesta en la ayudantía y los objetivos del proyecto de investigación al que se asocia. El responsable de la modalidad será el encargado de asignar una calificación con base a los criterios de evaluación incorporados en el registro y de solicitar el registro de la calificación correspondiente una vez concluida la ayudantía.

4.2.7. Ejercicio investigativo

Esta actividad tiene como finalidad brindar al estudiante experiencias de aprendizaje que fomenten la iniciativa y creatividad en el alumno mediante la aplicación de los conocimientos, habilidades y actitudes disciplinares en el campo de la investigación (UABC, 2013) que contribuyan claramente al perfil de egreso del alumno y a las competencias profesionales y específicas del plan de estudios.

Esta modalidad se lleva a cabo durante las etapas disciplinaria o terminal y consiste en que el alumno elabore una propuesta de investigación y la realice con la orientación, supervisión y evaluación de un profesor-investigador o investigador de carrera quien fungirá el papel de asesor. En esta modalidad, el alumno es el principal actor quien debe aplicar los conocimientos desarrollados en el tema de interés, establecer el abordaje metodológico, diseñar la instrumentación necesaria y definir estrategias de apoyo investigativo. El asesor solamente guiará la investigación.

El alumno tendrá derecho a tomar como máximo un ejercicio investigativo por periodo y un máximo de dos ejercicios investigativos a lo largo de su trayectoria escolar, obteniendo un máximo de seis créditos por cada uno. Se deberá solicitar su registro en el periodo establecido ante el Departamento de Apoyo a la Docencia y la Investigación del campus correspondiente, previa evaluación y en su caso aprobación de la unidad académica por medio del Comité Evaluador. El asesor será el encargado de asignar una calificación con base en los criterios de evaluación incorporados en el

registro y de solicitar el registro de la calificación correspondiente una vez concluida la modalidad.

4.2.8. Apoyo a actividades de extensión y vinculación

Esta actividad tiene como finalidad brindar al alumno experiencias de aprendizaje de habilidades y herramientas teórico-metodológicas de la extensión y vinculación tales como la comunicación oral y escrita dirigida a un público específico, la organización y planeación de eventos, la participación en grupos de trabajo, entre otros, que contribuyan claramente al perfil de egreso del alumno y a las competencias profesionales y específicas del plan de estudio.

Esta modalidad consiste en un conjunto de acciones para acercar las fuentes del conocimiento científico, tecnológico y cultural a los sectores social y productivo. Estas actividades se desarrollan a través de diversas formas (planeación y organización de cursos, conferencias y diversas acciones con dichos sectores, entre otras), a fin de elaborar e identificar propuestas que puedan ser de utilidad y se orienten a fomentar las relaciones entre la Universidad y la comunidad (UABC, 2013).

Las actividades en esta modalidad podrán estar asociadas a un programa formal de vinculación con un docente responsable. El alumno podrá participar a partir del tercer periodo escolar, y tendrá derecho a tomar como máximo dos actividades durante su estancia en el programa educativo, obteniendo un máximo de seis créditos por actividad.

El docente responsable solicitará el registro en el periodo establecido ante el Departamento de Apoyo a la Docencia y la Investigación previa evaluación y en su aprobación de la unidad académica por medio del Comité Evaluador; será el encargado de asignar una calificación con base en los criterios de evaluación incorporados en el registro y de solicitar el registro de la calificación correspondiente una vez concluida la modalidad.

4.2.9. Proyectos de vinculación con valor en créditos (PVVC)

Estos proyectos tienen como propósito la aplicación y generación de conocimientos y la solución de problemas, ya sea a través de acciones de investigación, asistencia o extensión de los servicios, entre otros; buscando fortalecer el logro de las competencias y los contenidos de las unidades de aprendizaje a ser consideradas (UABC, 2018).

Esta modalidad se refiere a múltiples opciones para la obtención de créditos, las cuales pueden incluir, de manera integral y simultánea, varias de las modalidades de aprendizaje. El PVVC se realiza en la etapa terminal, se registrarán a través de la Coordinación de Formación Profesional y Vinculación Universitaria de las Unidades Académicas, y se desarrollarán en los sectores social y productivo, como una experiencia de aprendizaje para los alumnos a fin de fortalecer el logro de competencias específicas al situarlos en ambientes reales y al participar en la solución de problemas o en la mejora de procesos de su área profesional. Lo anterior se efectúa con la asesoría, supervisión y evaluación de un Profesor de Tiempo Completo o Medio Tiempo, y un profesionalista de la unidad receptora (UABC, 2013).

Los PVVC podrán estar integrados por al menos una modalidad de aprendizaje asociada al currículo. El total de créditos del proyecto consistirá en los créditos obligatorios y optativos correspondientes a las modalidades de aprendizaje que lo constituyen, más dos créditos correspondientes al registro del propio PVVC.

La operación y seguimiento de los PVVC funcionarán bajo los siguientes criterios y mecanismos de operación:

- a) En los PVVC se podrán registrar alumnos que hayan cubierto el total de créditos obligatorios de la etapa disciplinaria y que cuenten con el servicio social profesional acreditado, o que se encuentre registrado en un programa de servicio social profesional con su reporte trimestral aprobado al momento de solicitar su registro al PVVC.
- b) El alumno deberá cursar un PVVC durante su etapa terminal.
- c) Sólo se podrá cursar un PVVC por periodo escolar.
- d) El registro de esta modalidad se deberá solicitar en el periodo establecido ante el

Departamento de Formación Profesional y Vinculación Universitaria del campus correspondiente.

- e) Las unidades académicas solicitarán el registro de los proyectos planteados por las unidades receptoras, previa revisión y aprobación del responsable del Programa Educativo y el Coordinador de Formación Profesional y Vinculación Universitaria de la unidad académica.
- f) El responsable de programa educativo designará a un Profesor de Tiempo Completo la supervisión y seguimiento del PVVC.
- g) La calificación que se registrará se obtendrá de la evaluación integral considerando las evaluaciones del supervisor de la unidad receptora, del profesor responsable y los mecanismos que designe la unidad académica.
- h) Los PVVC deberán incluir al menos una modalidad de aprendizaje.
- i) Los Profesores de Tiempo Completo podrán ser responsables de un máximo cinco PVVC, en los que podrá atender a un máximo de 15 alumnos distribuidos en el total de PVVC a su cargo; en el caso de que un PVVC exceda de 15 alumnos, podrá asignarse como responsable a más de un profesor. Los Profesores de Medio Tiempo podrán ser responsables de hasta dos PVVC, en los que podrá atender a un máximo de ocho alumnos distribuidos en el total de PVVC a su cargo.
- j) Será recomendable se formalice un convenio de vinculación con la unidad receptora.

Los alumnos regulares que cumplan satisfactoriamente su primer PVVC podrán optar por llevar un segundo PVVC bajo los siguientes criterios:

- a) Que en su desempeño de los últimos 2 periodos escolares no tenga asignaturas reprobadas y que la calificación mínima sea de 80 en examen ordinario.
- b) Registrar el segundo PVVC en un periodo escolar posterior a la evaluación del primero.
- c) Será preferible aquellos PVVC de nivel III como se describe en la siguiente tabla.

Tabla 2. *Características de los niveles de los PVVC*

Nivel	Rango en Créditos*	Rango en horas por semestre**	Número de asignaturas asociadas	Prácticas Profesionales	Número de otras modalidades de aprendizaje asociadas
I	10-15	160-240	Variable	No aplica	Variable
II	16-20	256-320	Variable	Opcional	Variable
III	21-30	336-480	Variable	Opcional	Variable

*No incluye los 2 créditos del PVVC.

**Calculando número de créditos por 16 semanas.

A continuación, se presentan dos ejemplos de PVVC:

Ejemplo 1 de proyecto Nivel 3.

Nombre del proyecto: Desarrollo de estrategias de difusión audiovisual.

Descripción: Proyecto orientado a crear estrategias de difusión para dar a conocer a la comunidad de Ensenada las actividades que se realizan dentro del Museo Histórico Regional de Ensenada, así como la historia del edificio que lo alberga.

Competencia general del proyecto: Producir mensajes, discursos y campañas mediante el análisis crítico, la estructuración de significados y el empleo de técnicas propias de la comunicación para favorecer el entendimiento, la comprensión y la convivencia social, con iniciativa y responsabilidad.

Duración: 3 meses

Tabla 3. *Ejemplo del PVVC: Desarrollo de estrategias de difusión audiovisual.*

Modalidades de Aprendizaje	Créditos	Carácter
<i>Unidad de Aprendizaje:</i> Memoria Colectiva, Oralidad y Vida Cotidiana	6	Optativa
<i>Unidad de Aprendizaje:</i> Producción Audiovisual de Contenidos Educativos y Culturales	6	Optativa
Prácticas Profesionales	10	Obligatoria
PVVC: Desarrollo de estrategias de difusión audiovisual	2	Optativa
<i>Total</i>	<i>24</i>	

Fuente: Elaboración propia.

Ejemplo 2 de proyecto Nivel 3.

Nombre del proyecto: Proyecto en comunicación para la conservación de las islas de México.

Descripción: Desarrollo de contenidos y materiales de comunicación de diverso tipo (audiovisuales, cápsulas, infografías, contenidos web y de redes sociales, boletines, notas de prensa, artículos, publicaciones varias) en torno al valor e importancia de la conservación de las islas de México.

Competencia general del proyecto: Producir mensajes mediante el análisis crítico, la estructuración de significados y el empleo de técnicas propias del lenguaje audiovisual para favorecer al medio ambiente y la conservación de islas en México, con iniciativa y responsabilidad.

Duración: 3 meses

Tabla 4. *Ejemplo del PVVC:* Proyecto en comunicación para la conservación de las islas de México.

Modalidades de Aprendizaje	Créditos	Carácter
<i>Unidad de aprendizaje:</i> Producción Audiovisual de Contenidos Educativos y Culturales	6	Optativa
<i>Unidad de aprendizaje:</i> Comunicación Pública del Conocimiento	8	Obligatoria
Prácticas Profesionales	10	Obligatoria
<i>PVVC:</i> Proyecto en comunicación para la conservación de las islas de México	2	Optativa
<i>Total</i>	26	

Fuente: Elaboración propia.

4.2.10. Actividades artísticas, culturales y deportivas

Son de carácter formativo y están relacionadas con la cultura, el arte y el deporte para el desarrollo de habilidades que coadyuvan a la formación integral del alumno, ya que fomentan las facultades creativas, propias de los talleres y grupos artísticos, y de promoción cultural, o mediante la participación en actividades deportivas (UABC, 2013).

El alumno podrá obtener créditos por medio de estas actividades llevándolas a cabo en las unidades académicas de adscripción u otras unidades académicas de la UABC, mediante la programación de diversas actividades curriculares durante la etapa básica (UABC, 2018). La obtención de créditos de esta modalidad será bajo las “Actividades Complementarias de Formación Integral I, II y III”, acreditadas con la presentación de un carnet, otorgando un crédito por cada 8 actividades complementarias de formación integral y un máximo de dos créditos por periodo. Además, podrán optar por la “Actividad Deportiva I y II” y “Actividad Cultural I y II”, siempre y cuando la participación sea individual y no se haya acreditado en otra modalidad y sea aprobado por un comité de la propia unidad académica, o bien a través de los cursos ofertados para la obtención de créditos de la Facultad de Artes y la Facultad de Deportes. La unidad académica solicitará el registro de estas actividades al Departamento de Apoyo a la Docencia y la Investigación de la unidad regional. Los mecanismos y criterios de operación se encuentran disponibles en la página web² de la Coordinación General de Formación Profesional.

4.2.11. Prácticas profesionales

Es el conjunto de actividades y quehaceres propios a la formación profesional para la aplicación del conocimiento y la vinculación con el entorno social y productivo (UABC, 2004). Mediante esta modalidad, se contribuye a la formación integral del alumno al combinar las competencias adquiridas para intervenir en la solución de problemas prácticos de la realidad profesional (UABC, 2013). Este sistema de prácticas obligatorias permitirá poner en contacto a los estudiantes con su entorno, aplicar los conocimientos teóricos en la práctica, proporcionar la experiencia laboral que requiere para su egreso y establecer acciones de vinculación entre la escuela y el sector público o privado.

Esta actividad se realiza en la etapa terminal del programa de estudios, para que el alumno adquiera mayor habilidad o destreza en el ejercicio de su profesión. Las prácticas profesionales tendrán un valor de 10 créditos con un carácter obligatorio,

² http://www.uabc.mx/formacionbasica/documentos/Mecanismos_y_Criterios_de_Operacion.pdf

mismas que podrán ser cursadas una vez que se haya cubierto el 70% de los créditos del plan de estudios y haber liberado la primera etapa del servicio social. Se sugiere que se inicien las prácticas preferentemente después de haber acreditado el servicio social profesional.

Previa asignación de estudiantes a una estancia de ejercicio profesional, se establecerán programas de prácticas profesionales con empresas e instituciones de los diversos sectores, con las cuales se formalizarán convenios de colaboración académica donde el estudiante deberá cubrir 240 horas en un periodo escolar.

Adicionalmente, con la presentación de las prácticas profesionales, se podrán acreditar unidades de aprendizaje de carácter obligatorio u optativo, siempre y cuando las actividades desarrolladas durante la práctica sean equivalentes a los contenidos de las unidades de aprendizaje. En todos los casos, el Comité Evaluador deberá consentir su aprobación a las solicitudes recibidas.

La operación y evaluación del ejercicio de las prácticas profesionales, estará sujeto a los siguientes procesos:

- **Asignación:** Es la acción de adscribir al alumno a una unidad receptora, para la realización de sus prácticas profesionales;
- **Supervisión:** Es la actividad permanente de verificación en el cumplimiento de metas y actividades propuestas de los programas de prácticas profesionales;
- **Evaluación:** Es la actividad permanente de emisión de juicios de valor en el seguimiento de las prácticas profesionales que realizan tanto la unidad receptora como la unidad académica para efectos de acreditación del alumno; y
- **Acreditación:** Consiste en el reconocimiento de la terminación y acreditación de las prácticas profesionales del alumno, una vez satisfechos los requisitos establecidos en el programa de prácticas profesionales.

En el proceso de **Asignación**, será responsabilidad de la unidad académica, a través del Comité Revisor o el Responsable del Programa Educativo, la aceptación de programas de prácticas profesionales y responsabilidad del tutor asignado a cada estudiante el acreditarla.

Durante la ejecución de las prácticas profesionales, el practicante debe estar obligatoriamente bajo la supervisión, tutoría y evaluación de un profesional del área

designado por las organizaciones, el cual asesorará y evaluará su desempeño. Las actividades que el estudiante realice deben relacionarse estrictamente con su campo profesional y podrá recibir una retribución económica cuyo monto se establecerá de común acuerdo. Es requisito que durante el proceso de **Supervisión y Evaluación** se considere el cumplimiento de los compromisos y plazos de ejecución previamente establecidos en el acuerdo entre las diferentes partes, en donde se describen las condiciones en las que realizará esta actividad. Durante el ejercicio de estos procesos, el estudiante deberá entregar un informe parcial y uno final, respectivamente. Los cuales deben ser evaluados por el responsable asignado por la unidad receptora y el responsable de prácticas profesionales de la unidad académica.

El proceso de **Acreditación** se realizará una vez que el estudiante entregue en tiempo y forma, al responsable de prácticas profesionales de la unidad académica, los informes solicitados, debidamente firmados y sellados por el responsable de la unidad receptora. Después de la revisión de los informes, el responsable de prácticas profesionales procederá a registrar en el sistema institucional la acreditación de esta modalidad de aprendizaje.

4.2.12. Programa de emprendedores universitarios.

Estará integrado por actividades académicas con valor curricular. Las unidades académicas buscan apoyar a aquellos alumnos que manifiesten inquietudes con proyectos innovadores, por medio de un análisis del perfil emprendedor, la formulación de un plan de negocios, orientación para apoyo financiero y su validación académica, entre otros (UABC, 2018).

En el plan de estudio se integra la asignatura Emprendimiento en Comunicación que junto con el área de Comunicación Integral en las Organizaciones fincan las bases del emprendimiento.

4.2.13. Actividades para la formación en valores.

Esta modalidad se refiere a la participación de los alumnos en actividades que propicien un ambiente de reflexión axiológica que fomente la formación de valores éticos y de carácter universal, así como el respeto a éstos, con lo que se favorece su formación como personas, ciudadanos responsables y profesionistas con un alto sentido ético (UABC, 2013) , donde se busca la promoción de los valores fundamentales de la comunidad universitaria como: la confianza, la democracia, la honestidad, la humildad, la justicia, la lealtad, la libertad, la perseverancia, el respeto, la responsabilidad y la solidaridad (UABC, 2017).

Los planes de estudio incluirán actividades curriculares para la formación valoral, con el fin de propiciar la formación integral del estudiante. A estas actividades se les otorgarán hasta seis créditos en la etapa de formación básica (UABC, 2018). Adicionalmente, cada una de las unidades de aprendizaje contemplan en forma explícita las actitudes y los valores con los que se aplicará el conocimiento de éstas y se generarán actitudes que contribuyan al fomento y formación de valores éticos y profesionales en los estudiantes, por ejemplo, maratón regional y nacional de ética, establecimiento de red valores, desarrollo de foros y congresos de valores y brigadas de apoyo a la comunidad, entre otras actividades.

4.2.14. Cursos intersemestrales

En las unidades académicas, estos cursos se ofertan entre un período escolar y otro. Por sus características, permiten a los alumnos cursar unidades de aprendizaje obligatorias u optativas con la finalidad de cubrir créditos y avanzar en su plan de estudios, de conformidad con la normatividad vigente (UABC, 2013).

Esta modalidad no es aplicable para unidades de aprendizaje que contemplen prácticas de campo, y deberán programarse con un máximo de cinco horas presenciales al día en el periodo intersemestral incluyendo prácticas de laboratorio y actividades de clase y taller. Los alumnos que deseen inscribirse en un curso intersemestral deben cumplir con los requisitos académicos y administrativos

establecidos por la unidad académica responsable del curso. La carga académica del alumno no podrá ser mayor de dos unidades de aprendizaje por periodo intersemestral. Estos cursos son autofinanciables y son sujetos a lo indicado en el Estatuto Escolar vigente.

4.2.15. Movilidad e intercambio estudiantil

Se refiere a las acciones que permiten incorporar a alumnos en otras instituciones de educación superior (IES) nacionales o extranjeras, que pueden o no involucrar una acción recíproca. Como un tipo de movilidad se ubica el intercambio estudiantil, que permite incorporar alumnos y necesariamente involucra una acción recíproca. Esta modalidad favorece la adquisición de nuevas competencias para adaptarse a un entorno lingüístico, cultural y profesional diferente, al tiempo que fortalecen la autonomía y maduración de los alumnos (UABC, 2013).

La movilidad e intercambio estudiantil, es la posibilidad que tienen los alumnos de las unidades académicas, para cursar unidades de aprendizaje, realizar prácticas profesionales u otras actividades académicas en forma intrainstitucionales (entre programas, unidades académicas o DES) así como en otras instituciones de educación superior en el país o en el extranjero que puedan ser factibles de acreditar en forma de equivalencias, conversión o transferencia de créditos.

Las unidades académicas establecerán y promoverán los mecanismos para realizar esta actividad, creando estrategias y programas de intercambio y colaboración académica que permitan el logro de sus objetivos en materia de movilidad e intercambio estudiantil y académico tanto interna (entre unidades académicas) como externamente. En este apartado se especifican los mecanismos y acciones que se desarrollarán para fomentar vínculos con otras instituciones de educación superior, con el fin de generar y establecer programas formales para el tránsito y movilidad académica de los alumnos de la UABC.

La movilidad estudiantil intra universitaria se ha venido dando entre escuelas, facultades o institutos, compartiendo así los recursos materiales y humanos y permitiendo que un estudiante curse las unidades de aprendizaje donde mejor le convenga. Además, un estudiante puede participar en proyectos de investigación y

desarrollo de otras unidades académicas acumulando créditos en otras modalidades de aprendizaje (ejercicios investigativos, por ejemplo).

Para la movilidad inter universitaria se buscarán convenios de colaboración con instituciones mexicanas y con instituciones extranjeras. Para participar en estos convenios los estudiantes son apoyados por el responsable de intercambio estudiantil de las unidades académicas, y son exhortados a participar en las convocatorias de movilidad estudiantil que se presenta cada periodo por parte de la Coordinación General de Cooperación Internacional e Intercambio Estudiantil Académico de la UABC³. En las Tablas 5 y 6 se muestran algunas universidades que la UABC mantiene convenio y donde se puede promover la movilidad de los estudiantes de Licenciado Ciencias de la Comunicación.

Tabla 5. *Universidades de países extranjeros con quienes la UABC mantiene convenios para movilidad.*

País	Universidad
España	Universidad Castilla La Mancha
	Universidad de Sevilla
	Universidad de Burgos; Universidad Rey Juan Carlos
Colombia	Universidad de Santiago de Cali
	Universidad Nacional de Colombia
	Pontificia Universidad Javeriana
Brasil	Universidad Estadual de Campinas
Chile	Universidad de Santiago de Chile
Argentina	Universidad de Buenos Aires
	Universidad Juan Agustín Maza
Alemania	Universidad de Coburg
Corea	Woosong University

Fuente: Elaboración propia con datos de la Coordinación General de Cooperación Internacional e Intercambio Estudiantil Académico.

³ <http://www.uabc.mx/ccia/>

Tabla 6. *Universidades de México con quienes la UABC mantiene convenios para movilidad.*

Estado	Institución/Universidad
Querétaro	Universidad Autónoma de Querétaro
Puebla	Universidad del Valle de Puebla
Chiapas	Universidad Autónoma de Chiapas
Sonora	Centro de Estudios Superiores Del Estado de Sonora
Ciudad de México	Universidad Nacional Autónoma de México
	Universidad Autónoma Metropolitana
Yucatán	Universidad Autónoma de Yucatán

Fuente: Elaboración propia con datos de la Coordinación General de Cooperación Internacional e Intercambio Estudiantil Académico.

4.2.16. Servicio social comunitario y profesional

La UABC, con fundamentos en el Reglamento de Servicio Social vigente, obliga a los estudiantes de licenciatura a realizar el servicio social en dos etapas: comunitario y profesional. Con base en lo anterior, las unidades académicas deberán planear vínculos de colaboración con instancias y externas a la universidad, en campos de acción específicos relacionados con el plan de estudios de cada programa educativo que la constituyen.

Como se indica en el Reglamento de Servicio Social, los estudiantes podrán realizar su servicio social en cualquier entidad pública federal, estatal o municipal; en organismos públicos descentralizados, de interés social; en dependencias de servicios o unidades académicas de la Universidad; en fundaciones y asociaciones civiles, así como en instituciones privadas que estén orientadas a la prestación de servicios en beneficio o interés de los sectores marginados de la sociedad de Baja California, del país o de las comunidades mexicanas asentadas en el extranjero.

Los programas correspondientes al servicio social comunitario o primera etapa tienen como objetivo beneficiar a la comunidad bajacaliforniana en primer término, fomentar en los estudiantes el espíritu comunitario y trabajo en equipo, y, sobre todo, fortalecer la misión social de nuestra máxima casa de estudios. Esta etapa del servicio social consta de 300 horas y deberá realizarse en la etapa básica del programa educativo y antes de ingresar a la etapa disciplinaria.

Los programas de servicio social profesional o segunda etapa, se gestionan en las unidades académicas a través de convenios con las instituciones públicas y privadas. Para ello, el programa considera 480 horas que estarán comprendidas en un periodo mínimo de seis meses y podrá realizarse una vez que se cubra el 60% de los créditos del programa. Las actividades desarrolladas en esta etapa fortalecen la formación académica, capacitación profesional del prestador de servicio social y fomentan la vinculación de la universidad con los sectores público social y productivo.

Además, en este programa educativo, mediante el servicio social profesional, se podrá obtener créditos asociados al currículo, siempre que el proyecto se registre como parte de un PVVC.

La operación y evaluación del ejercicio del servicio social comunitario y profesional, estará sujeto a los procesos de asignación, supervisión, evaluación y liberación.

En el proceso de **Asignación**, será responsabilidad de las unidades académicas, a través de un comité revisor, la aceptación de programas de servicio social y del responsable de servicio social, el aprobar la asignación de cada estudiante a dichos programas. La función del responsable de cada unidad académica es informar a las unidades receptoras de los dictámenes de los programas propuestos.

Para iniciar con un programa de servicio social, los alumnos deberán acreditar el Taller de Inducción al Servicio Social, obtener la asignación de la unidad académica responsable del programa y entregar a la unidad receptora la carta de asignación correspondiente.

Durante la ejecución del servicio social, el prestador debe estar obligatoriamente bajo la supervisión y evaluación de un profesional del área designado por la unidad receptora, el cual va a asesorar y evaluar su desempeño; validar los informes de actividades que elabore el prestador; e informar a la unidad académica de los avances y evaluaciones realizadas. Por su parte, el responsable de servicio social de la unidad académica deberá recibir y aprobar los informes de las actividades realizadas por los prestadores de servicio social.

Es requisito que durante el proceso de **Supervisión y Evaluación** se considere el cumplimiento de los compromisos y plazos de ejecución previamente establecidos

en el programa de servicio social registrado, en donde se describen las condiciones en las que realizará esta actividad.

El proceso de **Acreditación** y **Liberación** se realizará una vez que el estudiante entregue en tiempo y forma, al responsable de servicio social de la unidad académica, los informes solicitados, debidamente avalados por el responsable de la unidad receptora. Después de la revisión de los informes, el responsable de servicio social procederá a registrar en el sistema institucional la liberación total o parcial de esta modalidad de aprendizaje.

4.2.17. Lengua extranjera

El conocimiento de una lengua extranjera se considera parte indispensable de la formación de todo alumno y fue confirmado por los estudios diagnósticos, donde se identificó por parte de empleadores y egresados del programa educativo particular necesidad de dominio del inglés. Por ser el inglés la lengua dominante en el desarrollo científico y tecnológico de la profesión se vuelve indispensable para los estudiantes en las actividades asociadas a su aprendizaje en sus etapas de formación básica, disciplinaria y terminal. Además, el entorno local y regional del ejercicio profesional demanda interacción del egresado en empresas y organizaciones de escalas globalizadas (UABC, 2018).

Por lo anterior, los alumnos que se encuentren cursando sus estudios en Ciencias de la Comunicación acreditarán el dominio de una lengua extranjera durante su proceso de formación. La acreditación de la lengua extranjera se puede hacer mediante una de las siguientes modalidades:

- a. Quedar asignado al menos en el quinto nivel del examen diagnóstico de lengua extranjera aplicado por la Facultad de Idiomas de la UABC.
- b. Constancia de haber obtenido por lo menos 400 puntos en el examen TOEFL-iTP o al menos el nivel B2 del Marco Común Europeo de Referencia, o al menos el nivel A1 de IELTS o su equivalente, con una vigencia no mayor de 2 años.

- c. La acreditación de las unidades de aprendizaje Inglés I e inglés II, y de por lo menos dos unidades de aprendizaje disciplinarias obligatorias y/u optativas, del plan de estudios impartidas en inglés por las propias unidades académicas.
- d. Estancias internacionales autorizadas por la Unidad Académica, con duración mínima de tres meses en un país con idioma oficial distinto al español.
- e. Acreditar los cursos hasta el nivel 4 impartidos por la Facultad de Idiomas o por la Unidad Académica de la UABC

El cumplimiento por parte del alumno en alguna de las opciones señaladas anteriormente, dará lugar a la expedición de una constancia de acreditación de lengua extranjera emitida por la unidad académica o la Facultad de Idiomas de la UABC.

4.3. Titulación

La titulación es un indicador clave de la calidad y eficiencia de los programas educativos. La normatividad de la UABC contempla de manera amplia y detallada un reglamento que especifica para todo estudiante que ha concluido un programa de formación profesional, los requisitos a cumplir para obtener el grado de licenciatura. Por esta razón, los egresados del programa educativo deberán observar en lo particular el procedimiento de titulación señalado en el Reglamento General de Exámenes Profesionales vigente, cumpliendo con los requisitos que marca el Estatuto Escolar vigente.

La Universidad está sumando esfuerzos para identificar áreas de oportunidad, diseñar e implementar estrategias que conlleven a incrementar la eficiencia terminal en sus diferentes programas educativos, impulsando así, las diversas modalidades de titulación contempladas en Estatuto Escolar, que a continuación se enlistan:

- Obtener la constancia de Examen General de Egreso de Licenciatura (EGEL) aplicado por el Centro Nacional de Evaluación para la Educación Superior, que acredite el Índice CENEVAL Global mínimo requerido por la Universidad, al momento de su expedición, o su equivalente en otro examen de egreso que autorice el H. Consejo Universitario.
- Haber alcanzado al final de los estudios profesionales, un promedio general de

calificaciones mínimo de 90.

- Haber cubierto el total de los créditos del plan de estudios de una especialidad o 50% de los créditos que integran el plan de estudios de una maestría, cuando se trate, en ambos casos, de programas educativos de un área del conocimiento igual o afín al de los estudios profesionales cursados.
- Comprobar, de conformidad con los criterios de acreditación que emita la unidad académica encargada del programa, el desempeño del ejercicio o práctica profesional, por un periodo mínimo acumulado de 2 años, contados a partir de la fecha de egreso.
- Aprobar el informe o memoria de la prestación del servicio social profesional, en los términos previstos por la unidad académica correspondiente.
- Presentar Tesis Profesional, la cual consiste en desarrollar un proyecto que contemple la aplicación del método científico para comprobar una hipótesis o supuesto según el abordaje metodológico, sustentándola en conocimientos adquiridos durante su desarrollo y presentándola con base en un guion metodológico establecido por la unidad académica.
- Titulación por proyecto, mediante la presentación de un informe producto de actividades de vinculación con la sociedad, siempre que formen parte de un PVVC debidamente registrado.
- Los egresados de programas educativos que han sido reconocidos como programas de calidad por algún organismo acreditador o evaluador como COPAES o CIEES podrán optar por la titulación automática.

4.4. Requerimientos y mecanismos de implementación

4.4.1. Difusión del programa educativo

Cada unidad académica cuenta con un responsable de difusión quien realiza la divulgación y la promoción de las diversas actividades que se llevan a cabo al interior de las unidades académicas o de la institución. En ese sentido, la difusión del programa educativo se llevará a cabo mediante diferentes mecanismos, tales como la

página web oficial de la Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali⁴; Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada⁵; y Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana⁶; redacción, edición y/o publicación de notas de divulgación de la ciencia por distintos medios, tales como la Gaceta Universitaria⁷, periódicos de circulación local; elaboración de diversos recursos audiovisuales compartidos en los diferentes medios; boletines informativos de cada unidad académica; visitas y reuniones con empleadores privados y gubernamentales, y egresados; promoción en instituciones de educación media superior; entre otras.

4.4.2. Descripción de la planta académica

Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali

La planta académica de la Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali, que atiende el programa educativo, está conformada por 41 profesores, de los cuales 12 son Profesores de Tiempo Completo (PTC) adscritos al programa, 1 Técnico Académico y 31 Profesores de Asignatura. De los PTC el 25 % (2) cuenta con reconocimiento SNI y el 87.5% (7) cuentan con perfil deseable. Las características de la planta académica se muestran en las Tablas 7 y 8.

Tabla 7. *Número de profesores en la Facultad de Ciencias Humanas.*

Grado	Cantidad
Doctorado	10
Maestría	28
Licenciatura	3
Total	41

Fuente: Elaboración propia.

⁴ <http://fch.mxl.uabc.mx/licenciatura/licenciatura-en-ciencias-de-la-comunicacion>

⁵ <http://fcays.ens.uabc.mx/en/carrera/ciencias-de-la-comunicacion/>

⁶ <https://www.uabchumanidades.com/comunicacion>

⁷ <http://gaceta.uabc.edu.mx>

Tabla 8. Perfil de la planta docente de tiempo completo.

No. Empleado	Nombre	Licenciatura y posgrado que ha cursado	Institución de egreso del último grado
6463	Luz María Ortega Villa	Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Maestra en Ciencias de la Educación. Doctora en Ciencias de la Comunicación.	Universidad de La Habana.
009451	Ángel Manuel Ortiz Marín	Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Maestro en Ciencias de la Educación. Doctor en Ciencias de la Comunicación.	Universidad de La Habana.
10656	Roberto Valero Berrospe	Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Maestro en Dirección y Administración de Empresas.	Centro Universitario Villanueva de la Universidad Complutense de Madrid, España.
15049	Graciela Paz Alvarado	Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Maestra en Ciencias de la Educación. Doctora en Ciencias de la Comunicación.	Universidad de La Habana.
14773	Estela Salomé Solís Gutiérrez	Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Maestra en Ciencias Humanas en el Área de Estudio de las Tradiciones. Doctora en Ciencias Humanas en el Área de Estudio de las Tradiciones.	Colegio de Michoacán.
13327	Yazmín Vargas Gutiérrez	Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Maestra en Ciencias de la Educación. Doctora en Proyectos.	Centro Panamericano de Estudios Superiores.
15512	Marcos Ramírez Espinosa	Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Maestro en Comunicación e Industrias Audiovisuales.	Sede la Rábida, Universidad.
13191	Elsa del Carmen Villegas Morán	Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Maestra en Ciencias de la Educación. Doctora en Ciencias de la Comunicación.	Universidad de La Habana.
14926	Hugo Edgardo Méndez Fierros	Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Maestría en Ciencias de la Comunicación. Doctorado en Estudios del Desarrollo Global.	Universidad Autónoma de Baja California.
14250	Jesús Adolfo Soto Curiel	Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Maestro en Escritura para Televisión y Cine.	Universidad Autónoma Metropolitana.

No. Empleado	Nombre	Licenciatura y posgrado que ha cursado	Institución de egreso del último grado
		Doctor en Políticas Culturales y Gestión Cultural.	
16522	Armando Gutiérrez Ortega	Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Maestría en Comunicación y Educación. Doctorado en Estudios del Desarrollo Global.	Universidad Autónoma de Baja California.

Fuente: Elaboración propia.

En la FCH, Mexicali, se cuenta con cuatro cuerpos académicos en los que se integran profesores de tiempo completo del programa educativo que sus aportaciones a la ciencia benefician al programa educativo, al campo científico de las ciencias de la comunicación y a la formación de los estudiantes en las áreas de comunicación organizacional y la comunicación audiovisual; la cultura contemporánea y discursividad; el territorio simbólico.

Cuerpo académico para el programa educativo.

- El cuerpo académico Gestión de Procesos de Comunicación en Organizaciones e Instituciones Sociales (UABC-CA-208) es un cuerpo en consolidación del área de Ciencias Sociales y Administración, está orientado a la investigación sobre comunicación para el desarrollo y comunicación, cultura y organizaciones.

Miembros:

- Graciela Paz Alvarado
 - Yazmin Vargas Gutiérrez
 - Elsa del Carmen Villegas Morán
- El cuerpo académico Culturas Contemporáneas y Discursividades (UABC-CA-178) es un cuerpo en consolidación del área de Ciencias Sociales y Administración; está orientado a la investigación en discurso, poder y representaciones.

Miembros:

- Hugo Edgardo Méndez Fierros

- Ovalle Marroquín Lilian Paola
 - Fernández Huerta Christian Alonso
 - Ortiz Marín Ángel Manuel
 - Vizcarra Schumm Juan Fernando
-
- El cuerpo académico Sociedad y Territorio (UABC-CA-115). Es un cuerpo consolidado del área de las Ciencias Sociales y Administración cuyo líder es Luz María Ortega Villa; está orientado a la investigación de procesos urbano-regionales y sustentabilidad.

Miembros:

- Luz María Ortega Villa
 - Judith Ley García
 - Fabiola Maribel Denegri de Dios
 - Guillermo Benjamín Álvarez de la Torre
-
- El cuerpo académico Estudios Sociales, Culturales e Históricos (UABC-CA-295). Es un cuerpo consolidado del área de Ciencias de la Educación y Humanidades; está orientado a la investigación de Política, cultura y sociedad; e historia y bienes culturales.

Miembros:

- Ángel Omar May González
- Mónica Ayala Mira
- Hernán Franco Martín
- Estela Salomé Solís Gutiérrez
- Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada

La planta académica de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada, que atiende el programa educativo, está conformada por 28 profesores, de los cuales 6 son Profesores de Tiempo Completo (PTC) adscritos al programa y 20 Profesores de Asignatura. De los PTC el 17% (1) cuenta con reconocimiento SNI, y el 85.5% (7) cuentan con perfil deseable. Las características de la planta académica se muestran en las Tablas 9 y 10.

Tabla 9. *Número de profesores en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales.*

Grado	Cantidad
Doctorado	8
Maestría	12
Licenciatura	8
Total	28

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 10. *Perfil de la planta docente de tiempo completo.*

No. Empleado	Nombre	Licenciatura y posgrado que ha cursado	Institución de egreso del último grado
29381	Alejandra Rodríguez Estrada	Ciencias de la Comunicación, Doctora en Ciencias Sociales y Maestra en Ciencias con especialidad en Comunicación Internacional.	Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Campus Monterrey.
22068	Daniela Rentería Díaz	Ciencias de la Comunicación, Doctorado en Ciencias Sociales.	El Colegio de la Frontera.
24070	Nina Alejandra Martínez Arellano	Ciencias de la Comunicación, Doctora en Ciencias y Humanidades para el Desarrollo Interdisciplinario, Maestría en Ciencias Sociales	Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades de la UNAM y la Universidad de Coahuila
21492	Nelly Calderón de la Barca Guerrero	Ciencias de la Comunicación, Maestría y Doctorado en Ciencias Humanas, Especialidad en Estudio de las Tradiciones.	El Colegio de Michoacán.

No. Empleado	Nombre	Licenciatura y posgrado que ha cursado	Institución de egreso del último grado
20764	Corral Quintero Esther Eduvigis	Ciencias de la Comunicación, Doctor en Ciencias y Humanidades para el Desarrollo Interdisciplinario, Maestría en Ciencias Sociales	Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades de la UNAM y la Universidad de Coahuila
20156	Sheila Delhumeau Rivera	Ciencias y Técnicas de la Comunicación, Maestría en Desarrollo Regional, Doctorado en Ciencias Sociales.	El Colegio de la Frontera.

Fuente: Elaboración propia.

En la FCAyS, Ensenada, se cuenta con un Cuerpo Académico que lleva a cabo actividad de investigación y divulgación que impactan directamente en las áreas de la investigación social, el desarrollo de proyectos sociales orientados a la calidad de vida y el bienestar comunitario, así como a la divulgación de la ciencia a través de organización de espacios de diálogo y la creación de productos comunicativos.

Cuerpos Académicos para el programa educativo.

- El cuerpo académico Sociedad y Gobierno, en consolidación, número de registro UABC-CA-134 cultiva la LAGC Procesos sociales y culturales, y tiene como objetivo realizar investigaciones interdisciplinarias sobre grupos de población, calidad de vida, políticas públicas y acción colectiva desde la mirada de los actores sociales.

Miembros:

- Sheila Delhumeau Rivera
- Nelly Calderón de la Barca Guerrero
- Concepción Martínez Valdéz
- Lourdes Camarena Ojinaga
- Evarista Arellano García

Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana

La planta académica de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana, que atiende el programa educativo está conformada por 40 profesores, de los cuales 8 son Profesores de Tiempo Completo (PTC) adscritos al programa, 1 Técnico Académico y 31 Profesores de Asignatura. De los PTC el 25% (2) cuenta con reconocimiento SNI, un 25% (1) cuenta con “reconocimiento a candidato” SNI y el 87.5% (7) cuentan con perfil deseable. Las características de la planta académica se muestran en las Tablas 11 y 12.

Tabla 11. *Número de profesores en la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales.*

Grado	Cantidad
Doctorado	9
Maestría	28
Licenciatura	3
Total	40

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 12. *Perfil de la planta docente de tiempo completo*

No. Empleado	Nombre	Licenciatura y posgrado que ha cursado	Institución de egreso del último grado
16514	León Barrios Gerardo Guillermo	Licenciatura en Comunicación Maestría en Comunicación	UNAM-Centro de Investigaciones y Estudios Interdisciplinarios en Ciencias y Humanidades (CEICH-UNAM) y Universidad Autónoma de Coahuila.
24139	Merchant Ley Diana Denisse	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Maestría en Estudios Socioculturales	Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS-Occidente)
18307	Macías Rodríguez Héctor Jaime	Licenciatura en Ciencias de la comunicación Maestría en Ciencias Sociales con especialidad en Comunicación	Universidad de Guadalajara

No. Empleado	Nombre	Licenciatura y posgrado que ha cursado	Institución de egreso del último grado
16797	Montoya Robles María de Jesús	Licenciatura en Economía Maestría en Economía internacional Doctorado en Ciencias Administrativas	Universidad Autónoma de Baja California
20857	Valenzuela Gómez Erika	Licenciatura en Comunicación; Maestría en Estudios Culturales; Doctorado en Ciencias y Humanidades para el Desarrollo Interdisciplinario	UNAM-Centro de Investigaciones y Estudios Interdisciplinarios en Ciencias y Humanidades (CEICH-UNAM) y Universidad Autónoma de Coahuila.
14094	Villanueva Urueta Rocío Alejandra	Licenciatura en Comunicación	Universidad Autónoma de Baja California
14424	Villanueva Gutiérrez Héctor Manuel	Licenciatura en Economía Maestría en Guionismo y Desarrollo Audiovisual	Universidad de los Andes
15707	Chávez Espinoza Joaquín	Licenciatura en Comunicación Maestría en Docencia	Universidad Autónoma de Baja California
22057	Baxin Melgoza Concepción	Licenciatura en Comunicación Maestría en Educación, Nuevas Tecnologías aplicadas a la Educación	Universidad Interamericana para el desarrollo
15781	Becerra Lugo Claudia Iveth	Licenciatura en Comunicación Maestría en Ciencias de la Comunicación y Tecnologías	San Diego Global Knowledge University (SDGKU)

Fuente: Elaboración propia.

Cuerpos Académicos para el programa educativo.

En la FHyCs, Tijuana, se cuenta con un cuerpo académico que sus aportaciones a la ciencia benefician al programa educativo y a la formación de los estudiantes en el área de diseño de actividades, desarrollo curricular, vida colegiada y docencia. El cuerpo académico, Comunicación, sociedad y organización alberga la Línea de Generación y Aplicación de Conocimiento (LGAC) denominada “Interacción y sociedad”, mediante la cual se estudian a las prácticas de comunicación social –individuales y colectivas-

mediadas tecnológicamente y a nivel de comunicación intersubjetiva que caracterizan a la cultura contemporánea de la frontera noroeste de México. La línea de conocimiento tiene el objetivo de contribuir a mejorar la calidad de vida de sus habitantes desde la comunicación.

- El cuerpo académico Comunicación, sociedad y Organización, se encuentra en proceso de evaluación para consolidación, número de registro UABC-CA-157, que se orienta al estudio de las prácticas sociales que determinan la interacción de individuos y grupos en el marco de una estructura social mediada tecnológicamente o intersubjetivamente.

Miembros:

- Héctor Jaime Macías Rodríguez
- María de Jesús Montoya Robles
- Gerardo Guillermo León Barrios

4.4.3. Descripción de la infraestructura, materiales y equipo de la unidad académica

Las unidades académicas cuentan con la infraestructura, materiales y equipo necesario para la operación del programa educativo como se muestra en la Tabla 13.

Tabla 13. *Recursos de apoyo para la operación del programa educativo en las unidades académicas.*

Descripción	Capacidad	Equipo con el que se cuenta	Cantidad		
			MXL	ENS	TIJ
Aulas	Min 25; Max 50	Aula + mesabancos + proyector multimedia	37	56	56
Audiovisuales	150	Sillas + proyector de video y Pantalla + Conexión inalámbrica a internet	7		
Aula Magna	160	Sillas + proyector de video y pantalla + Conexión inalámbrica a internet	1	1	1
Sala usos múltiples	50	Sillas + proyector de video y pantalla + Conexión inalámbrica a internet Video conferencia		3	
Sala de juntas	20	Mesa + sillas	1	1	1
Cubículos de docentes	15	Computadora + mobiliario	13	27	27
Sala de maestros asignatura	15	Mesas de Trabajo	0	1	1
Laboratorios	40	Computadora + mobiliario + impresiones	4	2	4
Oficina de coordinación	1	Computadora + mobiliario	1	1	1
		Equipo de cómputo para uso de alumnos	97		

Fuente: Elaboración propia.

Biblioteca

El servicio de biblioteca se encuentra normado por el Reglamento General de Bibliotecas de la UABC, en su capítulo segundo se detallan los lineamientos en cuanto a préstamos a domicilio, intercambio entre las diversas bibliotecas.

La Licenciatura en Ciencias de la Comunicación tiene acceso a todo el Sistema Bibliotecario, sin importar la UA o municipio al que está adscrito al igual que todo su catálogo de servicio que la propia biblioteca ofrece, como: visitas guiadas, catálogo en línea, préstamo de material bibliográfico, internet inalámbrico, buzón nocturno, salas de lectura y cursos de capacitación. Los horarios de atención de la biblioteca están sujetos al horario estudiantil de cada UA, al igual que los servicios que se ofrecen.

Todos los campus cuentan con una Biblioteca Central. Algunas unidades académicas cuentan dentro de sus instalaciones con una biblioteca específica para las áreas del conocimiento y por ende los estudiantes del programa educativo de Licenciado en Ciencias de la Comunicación tienen acceso a ella y a la Biblioteca Central a través de su credencial vigente como estudiantes de la UABC. Una herramienta adicional de consulta a la bibliografía lo es la biblioteca virtual con la que cuenta la UABC donde los jóvenes estudiantes acceden a través de internet y lo pueden hacer desde la comodidad de sus hogares.

Cuenta con un catálogo en línea que permite obtener datos generales de los recursos de información, su clasificación y condición, estos datos son necesarios para confirmar si es el recurso que necesita, donde puede localizarlo físicamente y si está disponible para su préstamo, esta consulta la pueden hacer desde cualquier computadora con acceso a internet en <http://biblioteca.uabc.mx>.

En la biblioteca o centro de información se cuenta con la mayoría de las referencias bibliográficas básicas mencionadas en los programas de asignatura.

También existen convenios con Instituciones tanto Nacionales como Internacionales que dan facilidad de uso a investigadores, maestros y alumnos de la

Licenciatura en Comunicación; se mantiene estrecha comunicación y contacto, auxiliándonos para satisfacer las necesidades de los usuarios (maestros y estudiantes).

La UABC está suscrita a una serie de recursos bibliográficos digitales de información científica y tecnológica, a través del Consorcio Nacional de Recursos de Información Científica y Tecnológica (CONRICYT) de CONACYT, entre los cuales se encuentran los siguientes:

- Annual Reviews a nonprofit scientific Publisher
- BioOne Research Evolved
- Cambridge University Press
- EBSCO Host
- Gale Cengage Learning
- IEEE/IET Electronic Library
- Oxford University Press
- ProQuest
- Proceedings of the National Academy of Sciences
- Wiley

En los servicios de Biblioteca para los usuarios del programa educativo Licenciado en Ciencias de la Comunicación, se cuenta con un volumen acorde a las necesidades del programa. La disponibilidad e idoneidad de la bibliografía es pertinente para las asignaturas. El funcionamiento de la biblioteca cumple con los estándares de atención a los usuarios. Además de contar con los procedimientos difundidos y formales para consulta y préstamo del acervo. La biblioteca ofrece cursos y talleres de capacitación de forma periódica para el manejo eficiente de las bases de datos digitales del catálogo cimarrón y demás servicios que ofrece. Se cuenta con ciertos requerimientos que cumplen con la atención para personas con necesidades especiales. La satisfacción de los usuarios es aceptable respecto a los servicios de la biblioteca.

4.4.4. Descripción de la estructura organizacional

En la presente propuesta se considera la necesidad de una organización que impulse programas y servicios de apoyo para la operación adecuada de los programas educativos. Que se valoren los procesos de enseñanza-aprendizaje y brinde seguimiento, continuidad y evaluación a las acciones encaminadas a ofrecer las condiciones para el fácil tránsito de los estudiantes en el programa. A continuación, se integran la estructura organizacional de las unidades académicas donde opera el programa educativo.



Facultad de Ciencias Humanas

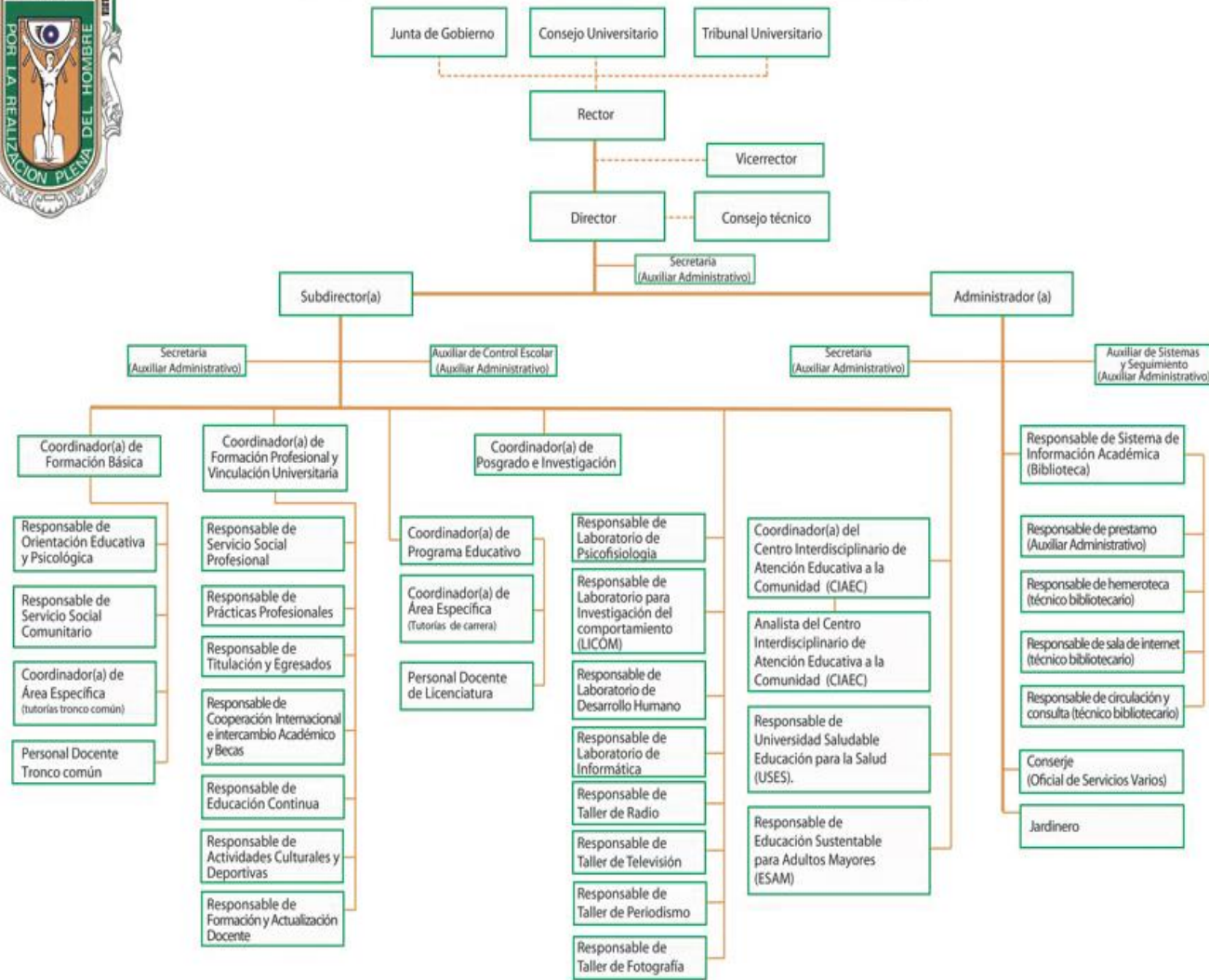


Figura 1. Organigrama de la Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali⁸

⁸ La descripción de puestos se puede consultar en el Manual de Funciones: <http://fch.mx.l.uabc.mx/wp-content/uploads/2017/09/organigrama-FCH07abril17-01-3.pdf>

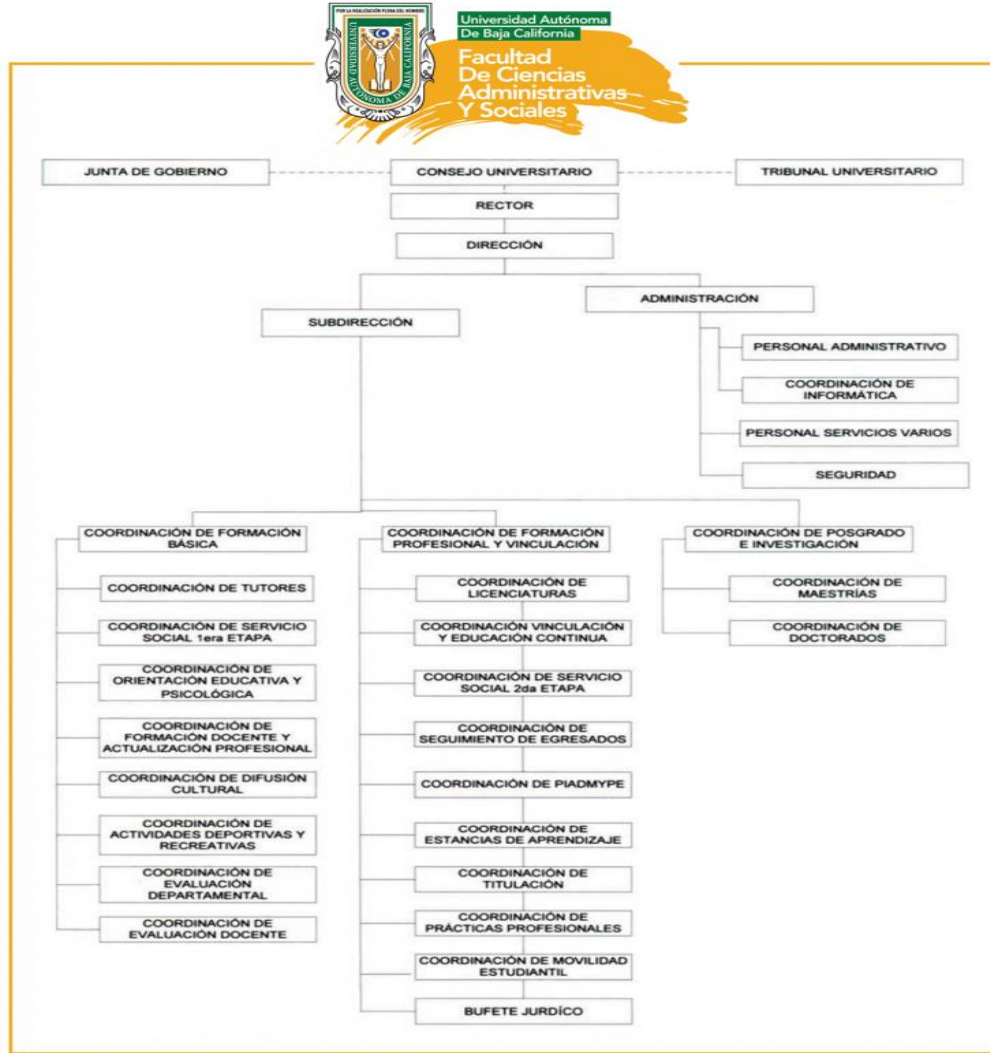


Figura 2. Organigrama de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada⁹

⁹ La descripción de puestos se puede consultar en el Manual de Funciones: <http://fcays.ens.uabc.mx/organizacion/>

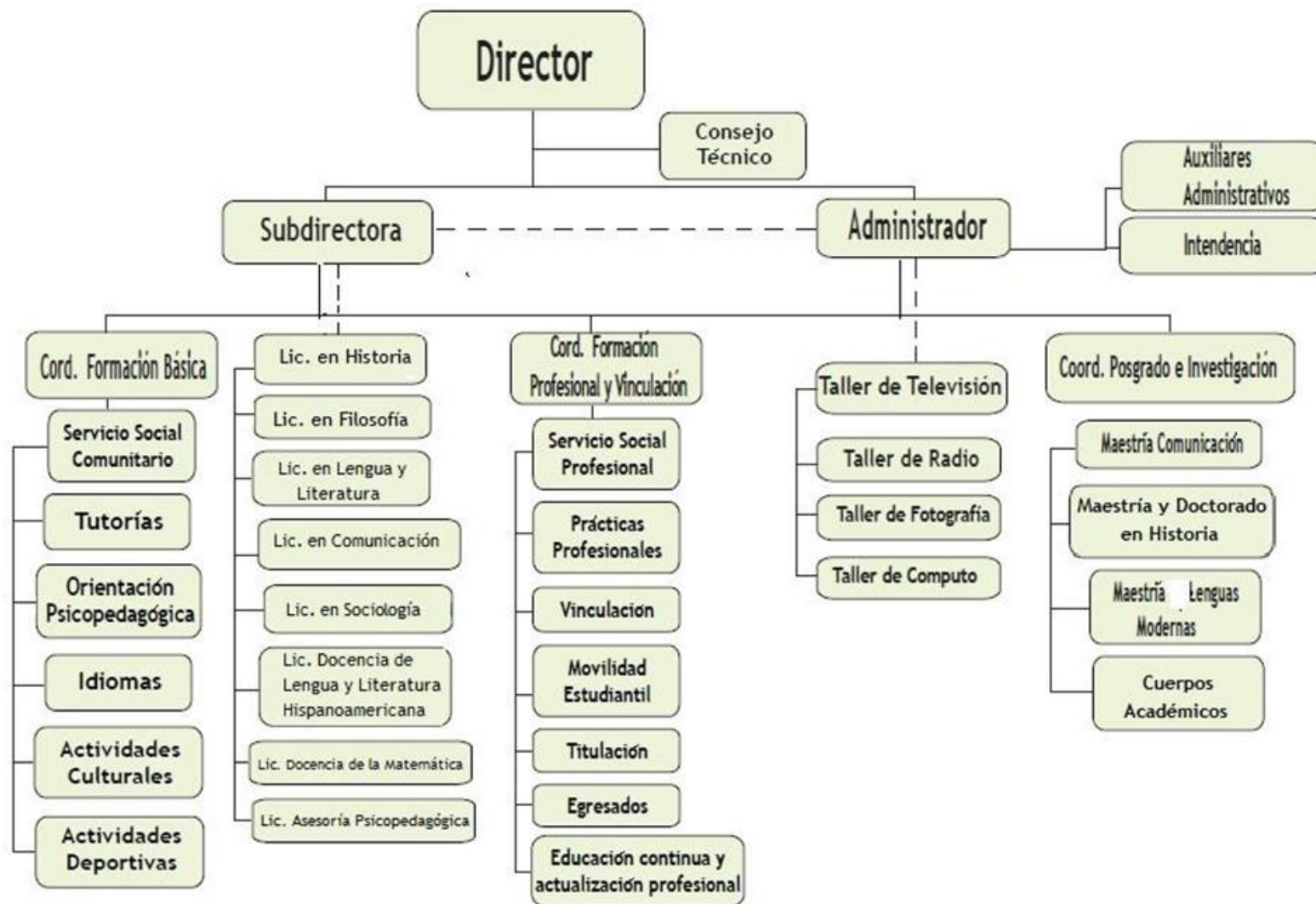


Figura 3. Organigrama de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana¹⁰

¹⁰ La descripción de puestos se puede consultar en el Manual de Funciones: <https://www.uabchumanidades.com/plan-de-desarrollo>

4.4.5. Descripción del Programa de Tutoría Académica

El propósito general de la tutoría académica es potencializar las capacidades y habilidades del estudiante para que consolide su proyecto académico con éxito, mediante una actuación responsable y activa en su propia formación profesional con la guía y acompañamiento de un tutor, el Programa de Tutorías Académicas en las unidades académicas responde a las inquietudes y necesidades de los actores que intervienen en el proceso de tutorías a través de la automatización de los procesos para su operación (UABC, 2012).

Dentro de la forma de organización de las tutorías académicas, la subdirección se apoya de la Coordinación de Formación Básica de cada unidad académica, quien coordina esta actividad y proporciona el seguimiento respectivo. A todos los estudiantes se les asigna un tutor desde su ingreso hasta que concluyen sus estudios y cuentan con la posibilidad de realizar un cambio de tutor, en caso de ser necesario, dependiendo la situación que se presente. En relación con el número de estudiantes por tutor, está en función del número de estudiantes que ingresan al programa educativo por grupo, dando como resultado un promedio de 30 estudiantes por tutor.

Con la finalidad de que la tutoría se realice eficientemente, cada unidad académica proporciona capacitación cuando un docente inicia con esta función y cuando existen modificaciones en el proceso de tutorías con la intención de homologar los procedimientos. El responsable de formación básica coordina a los tutores en cada ciclo escolar, la agenda de reuniones de cada ciclo escolar para dar a conocer información y procesos necesarios para el cumplimiento puntual de sus funciones competentes.

Para la programación de las sesiones de tutoría individual y grupal, el tutor cuenta con un plan de actividades proporcionado por el responsable del Programa de Tutorías Académicas, mismo que indica como necesarias al menos cuatro tutorías grupales por ciclo escolar incluida la sesión de asignación de unidades de aprendizaje en periodos de reinscripción. Las cuatro sesiones de tutoría académica se programan de la siguiente manera: la primera en la segunda semana del periodo escolar, la segunda en la mitad del periodo, la tercera en la parte final de semestre y la cuarta en

el período de reinscripción.

Las actividades de tutoría que se realizan son registradas en el Sistema de Tutorías Institucional (SIT) para respaldar el trabajo realizado por el tutor y como una forma de sistematizar la información. Durante el período de reinscripción los estudiantes obtienen el formato de Carga Académica Semestral y en caso de ser necesario el estudiante acude a un periodo de *ajustes*. Al término de cada período escolar, el tutor y tutorado participan en el proceso de evaluación de la tutoría, esto con la finalidad de solicitar su opinión y realizar un seguimiento a los aspectos relacionados en el proceso de tutorías.

Cada tutor presenta un reporte de tutorías al cierre del semestre de los resultados alcanzados y del seguimiento del proceso de apoyo realizado con cada uno de los estudiantes tutorados, evidenciando los avances logrados y refiriendo las necesidades de apoyo que para algunos casos se pudieron haber presentado.

El Coordinador de Formación Básica de la unidad académica realiza un informe por período escolar de las actividades desarrolladas, de la evaluación de tutores por parte del tutorado y de la autoevaluación de tutores, turnándose a la subdirección para la toma de decisiones correspondiente, permitiendo la retroalimentación permanente de la actividad.

Según los lineamientos generales para la operación de las tutorías académicas de la UABC a cada generación del programa educativo se le asignará un tutor. Su función es asesorar a los estudiantes del programa educativo durante su trayectoria académica a través de la orientación y asesoría para que esté informado de temas de interés vital para el desarrollo y culminación de su proyecto académico.

Mecanismos de operación de la tutoría académica.

a. Proceso de asignación de tutores

Al inicio de cada periodo escolar cada profesor de tiempo completo será asignado como tutor de un número de estudiantes, a quienes atenderá hasta su egreso. La Subdirección de cada unidad académica efectuará la distribución de grupos entre los tutores designados. En el caso especial de que un estudiante requiera cambio de tutor, éste acudirá al coordinador del programa educativo para hacer solicitar dicho cambio.

b. Capacitación del uso del sistema para tutores y tutorados

El responsable de tutoría de la unidad académica correspondiente será el responsable de convocar a talleres de capacitación para tutores y tutorados.

c. Programación de sesiones de tutoría académica

El mínimo de sesiones de tutoría que debe realizar un tutor durante un ciclo escolar es cuatro: durante el periodo de reinscripciones, en la segunda semana del periodo escolar, a la mitad del periodo y otra al término del periodo. Cada profesor será responsable de atender íntegramente, en el espacio y tiempo establecidos a los alumnos bajo su tutoría.

d. Difusión

El responsable de tutorías, apoyado en la coordinación del área de Difusión de cada unidad académica, dará a conocer las fechas para realizar la tutoría durante el periodo escolar de acuerdo al calendario establecido.

e. Seguimiento y evaluación

Al término de cada periodo escolar, el tutor y tutorado deberán participar en el proceso de evaluación de la tutoría. El responsable de las tutorías académicas realizará un reporte por periodo escolar de las actividades desarrolladas, turnándose al director de la unidad académica para la toma de decisiones correspondiente y la entrega oportuna del reporte al Departamento de Formación Básica que corresponda. El Departamento de Formación Básica del campus dará seguimiento al proceso de tutorías en las unidades académicas.

5. Plan de estudios

La estructura del plan de estudios comprende los siguientes apartados: perfil de ingreso, perfil de egreso, campo profesional, características de las unidades de aprendizaje por etapas de formación, características de las unidades de aprendizaje por áreas de conocimiento, mapa curricular, descripción cuantitativa del plan de estudios, tipología de las unidades de aprendizaje y equivalencia de las unidades de aprendizaje.

5.1. Perfil de ingreso

El estudiante que desee ingresar al programa educativo Licenciado en Ciencias de la Educación, deberá poseer las siguientes características:

Conocimientos generales:

- Ciencias Sociales
- Humanidades
- Conocimientos generales de ortografía y sintaxis de la lengua española
- Matemáticas
- Nociones generales de estadística
- Lógica

Habilidades:

- Capacidad de análisis
- Dominio y comprensión de la lectura
- Disposición para adquirir conocimiento en el área de las Ciencias Sociales
- Expresarse adecuadamente en forma oral y escrita

Valores y Actitudes:

- Interés por el ejercicio profesional de la comunicación
- Disposición a establecer relaciones interpersonales

- Interés por los grandes problemas internacionales, nacionales, regionales y locales
- Responsabilidad
- compromiso social
- respeto a la diversidad de ideas y estilos de vida

5.2. Perfil de egreso

El egresado del programa educativo Licenciado en Ciencias de la Comunicación, es un profesionalista con una formación sólida que aplica conocimientos de las ciencias sociales, los estudios culturales, el estructuralismo, la metodología científica, la estadística, la historia y estética de los lenguajes audiovisuales y multimedia, emprendimiento, innovación, desarrollo sustentable y transferencia de conocimiento, las interacciones internas y externas en las organizaciones, y las condiciones generales de los procesos de comunicación en las redes socio digitales para solucionar problemáticas de su propia disciplina.

El Licenciado en Ciencias de la Comunicación será competente para:

- Diseñar estrategias de comunicación de la salud y el cuidado del medio ambiente, a través del establecimiento de puentes entre los marcos teóricos y los procesos metodológicos participativos, orientados a la gestión de la calidad de vida y bienestar de la sociedad, con creatividad, responsabilidad social y trabajo colaborativo.
- Evaluar desde la comunicación las crisis de la vida pública y ciudadanías, mediante el análisis crítico e investigación empírica de las tensiones y complejidades sociales, culturales, políticas y económicas, que enfrenta un mundo globalizado e hiperconectado, para implementar acciones que contribuyan a la solución de estas situaciones o conflictos considerando los distintos actores involucrados, desde un pensamiento crítico, respetuoso, abierto y dispuesto al diálogo.
- Desarrollar experiencias de interacción medios-sociedad, para formar audiencias activas y críticas, mediante herramientas de gestión y producción de contenidos en

entornos hipermediales, siendo respetuosos, responsables y solidarios con la comunidad involucrada.

- Producir contenidos mediáticos, utilizando las tecnologías más recientes de gestión y producción hipermedia, para brindar acceso activo a audiencias multiplataforma, de una manera reflexiva, respetuosa, responsable y apegada a una estricta ética profesional.
- Valorar las dinámicas de comunicación en las organizaciones, con base en diagnósticos de las necesidades de los actores y sus medios, diseño de planes y modelos comunicativos, para la implementación de estrategias de comunicación capaces de transformar los ámbitos micro y macro sociales, con actitud crítica, colaborativa y compromiso.

5.3. Campo profesional

Los egresados del programa educativo Licenciado en Ciencias de la Comunicación podrán desempeñarse en los ámbitos local, estatal, nacional e internacional realizando actividades de los siguientes sectores:

Sector Público:

- Instituciones gubernamentales
- Instituciones educativas
- Institutos o centros de investigación vinculada a los procesos de comunicación
- Organizaciones no gubernamentales, asociaciones de la sociedad civil y grupos sin fines de lucro.

Sector Privado:

- Empresas productoras y gestoras de contenidos mediáticos
- Empresas productivas de los sectores primario, secundario y terciario

Como profesional independiente:

- Consultoría en comunicación estratégica
- Productor audiovisual
- Asesoría en desarrollo de innovaciones y experiencias del usuario
- Análisis de procesos de comunicación, información e interacción en redes socio digitales

5.4. Características de las unidades de aprendizaje por etapas de formación

Unidad académica: Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada
 Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali
 Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana

Programa educativo: Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Grado académico: Licenciatura

Plan de estudio 2021-2

Clave*	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ***
<i>Etapa Básica Obligatoria</i>								
1	Tecnologías para la Generación del Conocimiento	2	--	2	--	2	6	
2	Pensamiento Científico en las Ciencias Sociales y Humanidades	2	--	2	--	2	6	
3	Introducción a las Ciencias Sociales	2	--	2	--	2	6	
4	Estrategias de Comunicación Oral	2	--	2	--	2	6	
5	Ética y Responsabilidad Social	2	--	2	--	2	6	
6	Investigación Documental	2	--	2	--	2	6	
7	Formación Ciudadana y Diversidad	2	--	2	--	2	6	
8	Estadística para las Ciencias Sociales	2	--	2	--	2	6	
9	Comprensión y Redacción de Textos Académicos	2	--	2	--	2	6	
10	Desarrollo Humano y Transculturalidad	2	--	1	--	2	5	
11	Desarrollo de Habilidades Socioemocionales	2	--	1	--	2	5	
	Optativa	--	--	--	--	--	Vr	
<i>Etapa Disciplinaria Obligatoria</i>								
12	Lenguaje Visual	2	--	2	--	2	6	
13	Lenguaje Sonoro	2	--	2	--	2	6	
14	Diseño y Guion Multimedial	2	--	2	--	2	6	
15	Comunicación Intercultural	2	--	2	--	2	6	
16	Introducción a los Estudios de Comunicación	2	--	2	--	2	6	
17	Fundamentos de Periodismo	2	--	2	--	2	6	
18	Metodologías Participativas en Comunicación	2	--	--	4	2	8	
19	Semiótica	2	--	2	--	2	6	
20	Realización de Contenidos Sonoros	2	--	4	--	2	8	
21	Investigación Cualitativa en Comunicación	2	--	4	--	2	8	
22	Ecología Mediática, Entornos	2	--	2	--	2	6	

Clave*	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ***
	Sociodigitales y Nuevos Medios							
23	Periodismo	1	--	4	--	1	6	
24	Comunicación, Cultura y Poder	2	--	2	--	2	6	
25	Estéticas, Narrativas y Formatos	2	--	2	--	2	6	
26	Realización de Contenidos Fotográficos	2	--	4	--	2	8	
27	Fundamentos de la Comunicación en las Organizaciones	2	--	2	--	2	6	
28	Investigación Cuantitativa en Comunicación	2	--	4	--	2	8	
29	Análisis de Audiencias	2	--	2	--	2	6	
30	Complejidad	2	--	2	--	2	6	
31	Comunicación Ambiental	2	--	2	--	2	6	
32	Realización de Contenidos Audiovisuales	2	--	6	--	2	10	
33	Diagnóstico de la Comunicación en las Organizaciones	2	--	2	--	2	6	
34	Análisis e Interpretación de Datos Comunicativos	2	--	2	--	2	6	
	Optativa	--	--	--	--	--	Vr	
	Optativa	--	--	--	--	--	Vr	
	Optativa	--	--	--	--	--	Vr	
	Optativa	--	--	--	--	--	Vr	
	Optativa	--	--	--	--	--	Vr	
	<i>Etapa Terminal Obligatoria</i>							
35	Comunicación y Salud	2	--	2	--	2	6	
36	Planeación Comunicativa para el Espacio Público	2	--	2	--	2	6	
37	Gestión y Diseño de Contenido en Redes Sociodigitales	2	--	2	--	2	6	
38	Planeación Estratégica de Proyectos de Comunicación	2	--	4	--	2	8	
39	Comunicación y Mercadotecnia	2	--	2	--	2	6	
40	Intervención Comunicativa en el Espacio Público	2	--	2	--	2	6	
41	Emprendimiento en Comunicación	2	--	2	--	2	6	
42	Implementación y Evaluación de Proyectos de Comunicación	2	--	2	--	2	6	
43	Comunicación Pública de la Ciencia y la Cultura	2	--	2	2	2	8	
44	Prácticas Profesionales	--	--	--	10	--	10	
	Optativa	--	--	--	--	--	Vr	

Clave*	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ***
	Optativa	--	--	--	--	--	Vr	
	Optativa	--	--	--	--	--	Vr	
	Optativa	--	--	--	--	--	Vr	
	Optativa	--	--	--	--	--	Vr	
<i>Etapas Básicas Optativas</i>								
45	Tópicos Contemporáneos en Comunicación	2	--	2	--	2	6	
<i>Etapas Disciplinarias Optativas</i>								
46	Normatividad de la Comunicación	2	--	2	--	2	6	
47	Realización Gráfica Digital	1	--	4	--	1	6	
48	Fotografía Social	1	--	4	--	1	6	
49	Narrativas Cinematográficas	2	--	2	--	2	6	
50	Redacción Avanzada	2	--	2	--	2	6	
51	Memoria Colectiva Oralidad y Vida Cotidiana	2	--	2	--	2	6	
<i>Etapas Terminales Optativas</i>								
52	Comunicación y Relaciones Públicas	2	--	2	--	2	6	
53	Proyectos de Formación de Audiencias Críticas y Participativas	1	--	4	--	1	6	
54	Transformación Digital de las Empresas	2	--	2	--	2	6	
55	Taller de Postproducción Audiovisual	1	--	4	--	1	6	
56	Producción Audiovisual de Contenidos Educativos y Culturales	2	--	2	--	2	6	
57	Producción Editorial	2	--	2	--	2	6	
58	Portafolio de Proyectos de Comunicación	2	--	2	--	2	6	
59	Comunicación y Género	2	--	2	--	2	6	

*No es la clave oficial, es una numeración consecutiva asignada para el control, orden y organización de las asignaturas. Cuando el plan de estudios se apruebe por el H. Consejo Universitario, se procede al registro oficial en el Sistema Integral de Planes y Programas de Estudio y Autoevaluación y se le asigna la clave.

**Estas unidades de aprendizaje pueden impartirse en inglés de acuerdo a las condiciones de la unidad académica. El programa de unidad de aprendizaje se diseñó en español e inglés. Esto atiende a las políticas institucionales sobre la promoción de una segunda lengua, principalmente el inglés.

*** Nomenclatura:

HC: Horas Clase

HL: Horas

Laboratorio
HT: Horas
Taller
HPC: Horas Prácticas
de Campo HE: Horas
Extra clase
CR:
Crédito
s RQ:
Requis
itos.
Vr.
Variabl
e

5.5. Características de las unidades de aprendizaje por áreas de conocimiento

Unidad académica: Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada
 Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali
 Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana

Programa educativo: Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Grado académico: Licenciatura

Plan de estudio 2021-2

Área de conocimiento: Fundamentos de la comunicación								
Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ
1	Tecnologías para la Generación del Conocimiento	2	--	2	--	2	6	
2	Pensamiento Científico en las Ciencias Sociales y Humanidades	2	--	2	--	2	6	
3	Introducción a las Ciencias Sociales	2	--	2	--	2	6	
4	Estrategias de Comunicación Oral	2	--	2	--	2	6	
6	Investigación Documental	2	--	2	--	2	6	
8	Estadística para las Ciencias Sociales	2	--	2	--	2	6	
9	Comprensión y Redacción de Textos Académicos	2	--	2	--	2	6	
15	Comunicación Intercultural	2	--	2	--	2	6	
16	Introducción a los Estudios de Comunicación	2	--	2	--	2	6	
19	Semiótica	2	--	2	--	2	6	
21	Investigación Cualitativa en Comunicación	2	--	4	--	2	8	
24	Comunicación, Cultura y Poder	2	--	2	--	2	6	
28	Investigación Cuantitativa en Comunicación	2	--	4	--	2	8	
30	Complejidad	2	--	2	--	2	6	
34	Análisis e Interpretación de Datos Comunicativos	2	--	2	--	2	6	
Unidades de Aprendizaje Optativas								
46	Normatividad de la Comunicación	2	--	2	--	2	6	
50	Redacción Avanzada	2	--	2	--	2	6	

Área de conocimiento: Ecosistema Mediático								
Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ
12	Lenguaje Visual	2	--	2	--	2	6	
13	Lenguaje Sonoro	2	--	2	--	2	6	
14	Diseño y Guion Multimedial	2	--	2	--	2	6	

Área de conocimiento: Ecosistema Mediático								
Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ
17	Fundamentos de Periodismo	2	--	2	--	2	6	
20	Realización de Contenidos Sonoros	2	--	4	--	2	8	
22	Ecología Mediática, Entornos Sociodigitales y Nuevos Medios	2	--	2	--	2	6	
23	Periodismo	1	--	4	--	1	6	
26	Realización de Contenidos Fotográficos	2	--	4	--	2	8	
29	Análisis de Audiencias	2	--	2	--	2	6	
32	Realización de Contenidos Audiovisuales	2	--	6	--	2	10	
37	Gestión y Diseño de Contenido en Redes Sociodigitales	2	--	2	--	2	6	
Unidades de Aprendizaje Optativas								
47	Realización Gráfica Digital	1	--	4	--	1	6	
48	Fotografía Social	1	--	4	--	1	6	
49	Narrativas Cinematográficas	2	--	2	--	2	6	
53	Proyectos de Formación de Audiencias Críticas y Participativas	1	--	4	--	1	6	
54	Transformación Digital de las Empresas	2	--	2	--	2	6	
55	Taller de Postproducción Audiovisual	1	--	4	--	1	6	
56	Producción Audiovisual de Contenidos Educativos y Culturales	2	--	2	--	2	6	
57	Producción Editorial	2	--	2	--	2	6	

Área de conocimiento: Vida Pública y Ciudadanías								
Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ
5	Ética y Responsabilidad Social	2	--	2	--	2	6	
7	Formación Ciudadana y Diversidad	2	--	2	--	2	6	
10	Desarrollo Humano y Transculturalidad	2	--	1	--	2	5	
25	Estéticas, Narrativas y Formatos	2	--	2	--	2	6	
36	Planeación Comunicativa para el Espacio Público	2	--	2	--	2	6	
40	Intervención Comunicativa en el Espacio Público	2	--	2	--	2	6	
Unidades de Aprendizaje Optativas								
45	Tópicos Contemporáneos en	2	--	2	--	2	6	

Área de conocimiento: Vida Pública y Ciudadanías								
Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ
	Comunicación							

Área de conocimiento: Calidad de Vida y Bienestar								
Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ
11	Desarrollo de Habilidades Socioemocionales	2	--	1	--	2	5	
18	Metodologías Participativas en Comunicación	2	--	--	4	2	8	
31	Comunicación Ambiental	2	--	2	--	2	6	
35	Comunicación y Salud	2	--	2	--	2	6	
43	Comunicación Pública de la Ciencia y la Cultura	2	--	2	2	2	8	
<i>Unidades de Aprendizaje Optativas</i>								
51	Memoria colectiva, oralidad y vida cotidiana	2	--	2	--	2	6	
59	Comunicación y género	2	--	2	--	2	6	

Área de conocimiento: Comunicación Integral en las Organizaciones								
Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	HC	HL	HT	HPC	HE	CR	RQ
27	Fundamentos de la Comunicación en las Organizaciones	2	--	2	--	2	6	
33	Diagnóstico de la Comunicación en las Organizaciones	2	--	2	--	2	6	
38	Planeación Estratégica de Proyectos de Comunicación	2	--	2	--	2	6	
39	Comunicación y Mercadotecnia	2	--	2	--	2	6	
41	Emprendimiento en Comunicación	2	--	2	--	2	6	
42	Implementación y Evaluación de Proyectos de Comunicación	2	--	2	--	2	6	
<i>Unidades de Aprendizaje Optativas</i>								
52	Comunicación y Relaciones Públicas	2	--	2	--	2	6	
58	Portafolio de Proyectos de Comunicación	2	--	2	--	2	6	

5.6. Mapa Curricular de Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Etapa Básica						Etapa Disciplinaria										Etapa Terminal																															
Tronco Común						III		IV		V		VI		VII		VIII																															
I	II					HC	HL	HT	HPC	CR	HC	HL	HT	HPC	CR	HC	HL	HT	HPC	CR	HC	HL	HT	HPC	CR																						
Tecnologías para la Generación del Conocimiento	HC	HL	HT	HPC	CR	Formación Ciudadana y Diversidad	HC	HL	HT	HPC	CR	Lenguaje Visual	HC	HL	HT	HPC	CR	Metodologías Participativas en Comunicación	HC	HL	HT	HPC	CR	Comunicación, Cultura y Poder	HC	HL	HT	HPC	CR	Análisis de Audiencias	HC	HL	HT	HPC	CR	Comunicación y Salud	HC	HL	HT	HPC	CR	Intervención Comunicativa en el Espacio Público	HC	HL	HT	HPC	CR
2 -- 2 -- -- 6	2	--	2	--	6	2	--	2	--	6	2	--	2	--	6	2	--	--	4	8	2	--	2	--	6	2	--	2	--	6	2	--	2	--	6	2	--	2	--	6	2	--	2	--	6		
Pensamiento Científico en las Ciencias Sociales y Humanidades	HC	HL	HT	HPC	CR	Estadística para las Ciencias Sociales	HC	HL	HT	HPC	CR	Lenguaje Sonoro	HC	HL	HT	HPC	CR	Semiótica	HC	HL	HT	HPC	CR	Estéticas, Narrativas y Formatos	HC	HL	HT	HPC	CR	Complejidad	HC	HL	HT	HPC	CR	Planeación Comunicativa para el Espacio Público	HC	HL	HT	HPC	CR	Emprendimiento en Comunicación	HC	HL	HT	HPC	CR
2 -- 2 -- -- 6	2	--	2	--	6	2	--	2	--	6	2	--	2	--	6	2	--	2	--	6	2	--	2	--	6	2	--	2	--	6	2	--	2	--	6	2	--	2	--	6	2	--	2	--	6		
Introducción a las Ciencias Sociales	HC	HL	HT	HPC	CR	Comprensión y Redacción de Textos Académicos	HC	HL	HT	HPC	CR	Diseño y Guion Multimedial	HC	HL	HT	HPC	CR	Realización de Contenidos Sonoros	HC	HL	HT	HPC	CR	Realización de Contenidos Fotográficos	HC	HL	HT	HPC	CR	Comunicación Ambiental	HC	HL	HT	HPC	CR	Gestión y Diseño de Contenido en Redes Sociodigitales	HC	HL	HT	HPC	CR	Implementación y Evaluación de Proyectos de Comunicación	HC	HL	HT	HPC	CR
2 -- 2 -- -- 6	2	--	2	--	6	2	--	2	--	6	2	--	2	--	6	2	--	4	--	8	2	--	4	--	8	2	--	2	--	6	2	--	2	--	6	2	--	2	--	6	2	--	2	--	6		
Estrategias de Comunicación Oral	HC	HL	HT	HPC	CR	Desarrollo Humano y Transculturalidad	HC	HL	HT	HPC	CR	Comunicación Intercultural	HC	HL	HT	HPC	CR	Investigación Cualitativa en Comunicación	HC	HL	HT	HPC	CR	Fundamentos de la Comunicación en las Organizaciones	HC	HL	HT	HPC	CR	Realización de Contenidos Audiovisuales	HC	HL	HT	HPC	CR	Planeación Estratégica de Proyectos de Comunicación	HC	HL	HT	HPC	CR	Comunicación Pública de la Ciencias y la Cultura	HC	HL	HT	HPC	CR
2 -- 2 -- -- 6	2	--	2	--	6	2	--	1	--	5	2	--	2	--	6	2	--	4	--	8	2	--	2	--	6	2	--	6	--	10	2	--	4	--	8	2	--	2	2	8							
Ética y Responsabilidad Social	HC	HL	HT	HPC	CR	Desarrollo de Habilidades Socioemocionales	HC	HL	HT	HPC	CR	Introducción a los Estudios de Comunicación	HC	HL	HT	HPC	CR	Ecología Mediática, Entornos Sociodigitales y Nuevos Medios	HC	HL	HT	HPC	CR	Investigación Cuantitativa en Comunicación	HC	HL	HT	HPC	CR	Diagnóstico de la Comunicación en las Organizaciones	HC	HL	HT	HPC	CR	Comunicación y Mercadotecnia	HC	HL	HT	HPC	CR	Optativa	HC	HL	HT	HPC	CR
2 -- 2 -- -- 6	2	--	2	--	6	2	--	1	--	5	2	--	2	--	6	2	--	2	--	6	2	--	4	--	8	2	--	2	--	6	2	--	2	--	6	2	--	2	--	6	--	--	--	--	Vr		
Investigación Documental	HC	HL	HT	HPC	CR	Optativa	HC	HL	HT	HPC	CR	Fundamentos de Periodismo	HC	HL	HT	HPC	CR	Periodismo	HC	HL	HT	HPC	CR	Optativa	HC	HL	HT	HPC	CR	Análisis e Interpretación de Datos Comunicativos	HC	HL	HT	HPC	CR	Optativa	HC	HL	HT	HPC	CR	Optativa	HC	HL	HT	HPC	CR
2 -- 2 -- -- 6	--	--	--	--	Vr	2	--	2	--	6	1	--	4	--	6	--	--	--	--	Vr	2	--	2	--	6	2	--	2	--	6	--	--	--	--	Vr	--	--	--	--	Vr	--	--	--	--	Vr		
						Optativa	HC	HL	HT	HPC	CR	Optativa	HC	HL	HT	HPC	CR	Optativa	HC	HL	HT	HPC	CR	Optativa	HC	HL	HT	HPC	CR	Optativa	HC	HL	HT	HPC	CR	Optativa	HC	HL	HT	HPC	CR	Optativa	HC	HL	HT	HPC	CR
						--	--	--	--	Vr	2	--	2	--	6	--	--	--	--	Vr	--	--	--	--	Vr	2	--	2	--	6	--	--	--	--	Vr	--	--	--	--	Vr	--	--	--	--	Vr		

ÁREAS DE CONOCIMIENTO						
<table border="0"> <tr> <td>Comunicación Integral en las Organizaciones</td> <td>Fundamentos de la Comunicación</td> </tr> <tr> <td>Vida Pública y Ciudadanías</td> <td>Calidad de Vida y Bienestar</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Ecosistema Mediático</td> </tr> </table>	Comunicación Integral en las Organizaciones	Fundamentos de la Comunicación	Vida Pública y Ciudadanías	Calidad de Vida y Bienestar		Ecosistema Mediático
Comunicación Integral en las Organizaciones	Fundamentos de la Comunicación					
Vida Pública y Ciudadanías	Calidad de Vida y Bienestar					
	Ecosistema Mediático					
<table border="0"> <tr> <td>Unidad de Aprendizaje Integradora</td> </tr> </table>	Unidad de Aprendizaje Integradora					
Unidad de Aprendizaje Integradora						
<table border="0"> <tr> <td>Prácticas Profesionales 10 CR</td> </tr> <tr> <td>Proyectos de Vinculación con Valor en Créditos 2CR</td> </tr> </table>	Prácticas Profesionales 10 CR	Proyectos de Vinculación con Valor en Créditos 2CR				
Prácticas Profesionales 10 CR						
Proyectos de Vinculación con Valor en Créditos 2CR						

5.7. Descripción cuantitativa del plan de estudios

Distribución de Créditos por etapa de formación

Etapa	Obligatorios	Optativos	Total	Porcentajes
Básica	64	6	70	20%
Disciplinaria	152	30	182	52%
Terminal*	58	30	88	25.14%
Prácticas profesionales	10	--	10	2.86%
Total	284	66	350	100%
Porcentajes	81.14%	18.86%	100%	

*En los créditos optativos de la etapa terminal se incluyen los dos créditos del Proyecto de Vinculación con Valor Curricular.

Distribución de créditos obligatorios por área de conocimiento

Área	Básica	Disciplinaria	Terminal	Total	%
Fundamentos de la Comunicación	42	52	--	94	34.31%
Ecosistema Mediático	--	68	6	74	27.00%
Vida Pública y Ciudadanías	17	6	12	35	12.78%
Calidad de Vida y Bienestar	5	14	14	33	12.04%
Comunicación Integral en las Organizaciones	--	12	26	38	13.87%
Total	64	152	58	274	100%
Porcentajes	23.36	55.474	21.17	100%	

Distribución de unidades de aprendizaje por etapas de formación

Etapa	Obligatorias	Optativas	Total
Básica	11	1	12
Disciplinaria	23	5	28
Terminal	9	5	14
Total	43	11	54

*Para promover flexibilidad y brindar opciones de formación a los estudiantes, se integran en esta propuesta 15 unidades de aprendizaje optativas.

5.8. Tipología de las unidades de aprendizaje

Unidad académica: Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada
 Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali
 Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana

Programa educativo: Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Grado académico: Licenciatura

Plan de estudios: 2021-2

Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	Tipo	Observaciones
<i>Etapa Básica Obligatoria</i>			
1	Tecnologías para la Generación del Conocimiento	3	
	Taller de Tecnologías para la Generación del Conocimiento	2	
2	Pensamiento Científico en las Ciencias Sociales y Humanidades	3	
	Taller de Pensamiento Científico en las Ciencias Sociales y Humanidades	2	
3	Introducción a las Ciencias Sociales	3	
	Taller de Introducción a las Ciencias Sociales	2	
4	Estrategias de Comunicación Oral	3	
	Taller de Estrategias de Comunicación Oral	2	
5	Ética y Responsabilidad Social	3	
	Taller de Ética y Responsabilidad Social	2	
6	Investigación Documental	3	
	Taller de Investigación Documental	2	
7	Formación Ciudadana y Diversidad	3	
	Taller de Formación Ciudadana y Diversidad	2	
8	Estadística para las Ciencias Sociales	3	
	Taller de Estadística para las Ciencias Sociales	2	
9	Comprensión y Redacción de Textos Académicos	3	
	Taller de Comprensión y Redacción de Textos Académicos	2	
10	Desarrollo Humano y Transculturalidad	3	
	Taller de Desarrollo Humano y Transculturalidad	2	
11	Desarrollo de Habilidades Socioemocionales	3	
	Taller de Desarrollo de Habilidades Socioemocionales	2	
<i>Etapa Disciplinaria Obligatoria</i>			
12	Lenguaje Visual	3	
	Taller de Lenguaje Visual	2	
13	Lenguaje Sonoro	3	
	Taller de Lenguaje Sonoro	2	

Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	Tipo	Observaciones
14	Diseño y Guion Multimedial	3	
	Taller de Diseño y Guion Multimedial	2	
15	Comunicación Intercultural	3	
	Taller de Comunicación Intercultural	2	
16	Introducción a los Estudios de Comunicación	3	
	Taller de Introducción a los Estudios de Comunicación	2	
17	Fundamentos de Periodismo	3	
	Taller de Fundamentos de Periodismo	2	
18	Metodologías Participativas en Comunicación	3	
	Práctica de campo de Metodologías Participativas en Comunicación	1	
19	Semiótica	3	
	Taller de Semiótica	2	
20	Realización de Contenidos Sonoros	3	
	Taller de Realización de Contenidos Sonoros	2	
21	Investigación Cualitativa en Comunicación	3	
	Taller de Investigación Cualitativa en Comunicación	2	
22	Ecología Mediática, Entornos Sociodigitales y Nuevos Medios	3	
	Taller de Ecología Mediática, Entornos Sociodigitales y Nuevos Medios	2	
23	Periodismo	3	
	Taller de Periodismo	2	
24	Comunicación, Cultura y Poder	3	
	Taller de Comunicación, Cultura y Poder	2	
25	Estéticas, Narrativas y Formatos	3	
	Taller de Estéticas, Narrativas y Formatos	2	
26	Realización de Contenidos Fotográficos	3	
	Taller de Realización de Contenidos Fotográficos	2	
27	Fundamentos de la Comunicación en las Organizaciones	3	
	Taller de Fundamentos de la Comunicación en las Organizaciones	2	
28	Investigación Cuantitativa en Comunicación	3	
	Taller de Investigación Cuantitativa en Comunicación	2	
29	Análisis de Audiencias	3	
	Taller de Análisis de Audiencias	2	
30	Complejidad	3	
	Taller de Complejidad	2	
31	Comunicación Ambiental	3	
	Taller de Comunicación Ambiental	2	
32	Realización de Contenidos Audiovisuales	3	

Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	Tipo	Observaciones
	Taller de Realización de Contenidos Audiovisuales	2	
33	Diagnóstico de la Comunicación en las Organizaciones	3	
	Taller de Diagnóstico de la Comunicación en las Organizaciones	2	
34	Análisis e Interpretación de Datos Comunicativos	3	
	Taller de Análisis e Interpretación de Datos Comunicativos	2	
<i>Etapa Terminal Obligatoria</i>			
35	Comunicación y Salud	3	
	Taller de Comunicación y Salud	2	
36	Planeación Comunicativa para el Espacio Público	3	
	Taller de Planeación Comunicativa para el Espacio Público	2	
37	Gestión y Diseño de Contenido en Redes Sociodigitales	3	
	Taller de Gestión y Diseño de Contenido en Redes Sociodigitales	2	
38	Planeación Estratégica de Proyectos de Comunicación	3	
	Taller de Planeación Estratégica de Proyectos de Comunicación	2	
39	Comunicación y Mercadotecnia	3	
	Taller de Comunicación y Mercadotecnia	2	
40	Intervención Comunicativa en el Espacio Público	3	
	Taller de Intervención Comunicativa en el Espacio Público	2	
41	Emprendimiento en Comunicación	3	
	Taller de Emprendimiento en Comunicación	2	
42	Implementación y Evaluación de Proyectos de Comunicación	3	
	Taller de Implementación y Evaluación de Proyectos de Comunicación	2	
43	Comunicación Pública de la Ciencia y la Cultura	3	
	Taller de Comunicación Pública de la Ciencia y la Cultura	2	
	Práctica de campo de Comunicación Pública de la Ciencia y la Cultura	1	
<i>Etapa Básica Optativa</i>			
45	Tópicos Contemporáneos en Comunicación	3	
	Taller de Tópicos Contemporáneos en Comunicación	2	
<i>Etapa Disciplinaria Optativa</i>			
46	Normatividad de la Comunicación	3	
	Taller de Normatividad de la Comunicación	2	
47	Realización Gráfica Digital	3	

Clave	Nombre de la unidad de aprendizaje	Tipo	Observaciones
	Taller de Realización Gráfica Digital	2	
48	Fotografía Social	3	
	Taller de Fotografía Social	2	
49	Narrativas Cinematográficas	3	
	Taller de Narrativas Cinematográficas	2	
50	Redacción Avanzada	3	
	Taller de Redacción Avanzada	2	
51	Memoria Colectiva Oralidad y Vida Cotidiana	3	
	Taller de Memoria Colectiva Oralidad y Vida Cotidiana	2	
	<i>Etapa Terminal Optativa</i>		
52	Comunicación y Relaciones Públicas	3	
	Taller de Comunicación y Relaciones Públicas	2	
53	Proyectos de Formación de Audiencias Críticas y Participativas	3	
	Taller de Proyectos de Formación de Audiencias Críticas y Participativas	2	
54	Transformación Digital de las Empresas	3	
	Taller de Transformación Digital de las Empresas	2	
55	Postproducción Audiovisual	3	
	Taller de Postproducción Audiovisual	2	
56	Producción Audiovisual de Contenidos Educativos y Culturales	3	
	Taller de Producción Audiovisual de Contenidos Educativos y Culturales	2	
57	Producción Editorial	3	
	Taller de Producción Editorial	2	
58	Portafolio de Proyectos de Comunicación	3	
	Taller de Portafolio de Proyectos de Comunicación	2	
59	Comunicación y Género	3	
	Taller de Comunicación y Género	2	

La tipología de las asignaturas se refiere a los parámetros que se toman en cuenta para la realización eficiente del proceso de aprendizaje integral, tomando en consideración la forma en como ésta se desarrolla de acuerdo a sus características, es decir, teóricas o prácticas (laboratorio, taller, clínica o práctica de campo etc.), el equipo necesario, material requerido y espacios físicos en los que se deberá desarrollar el curso, todo ello determinará la cantidad de alumnos que podrán atenderse por grupo.

De acuerdo a la Guía Metodológica para la Creación, Modificación y Actualización de los Programas Educativos de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC, 2010), existen tres tipologías y es importante precisar, que será el rango normal el que deberá predominar para la formación de los grupos; los casos del límite superior e inferior sólo deberán considerarse cuando la situación así lo amerite por las características propias de la asignatura. Así mismo, se deberá considerar la infraestructura de la unidad académica, evitando asignar un tipo 3 (grupo numeroso) a un laboratorio con capacidad de 10 a 12 alumnos cuya característica es Horas clase (HC) y Horas laboratorio (HL). La tipología se designará tomando en cuenta los siguientes criterios:

- Tipo 1. Está considerado para aquellas actividades de la enseñanza en las que se requiere la manipulación de instrumentos, animales o personas, en donde la responsabilidad de asegurar el adecuado manejo de los elementos es del docente y donde, además, es indispensable la supervisión de la ejecución del alumno de manera directa y continua (clínica y práctica). El rango correspondiente a este tipo es: Rango normal = 6 a 10 alumnos
- Tipo 2. Está diseñado para cumplir con una amplia gama de actividades de enseñanza aprendizaje, en donde se requiere una relación estrecha para supervisión o asesoría del docente. Presupone una actividad predominante del alumno y un seguimiento vigilante e instrucción correctiva del profesor (talleres, laboratorios). Rango normal = 12 a 20 alumnos.
- Tipo 3. Son asignaturas básicamente teóricas en las cuales predominan las técnicas expositivas; la actividad se lleva a cabo dentro del aula y requiere un seguimiento por parte del profesor del grupo en el proceso de aprendizaje integral: Rango normal = 24 a 40 alumnos.

5.9. Equivalencias de las unidades de aprendizaje

Unidad académica: Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada
 Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali
 Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana

Programa educativo: Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Grado académico: Licenciatura

Plan de estudio 2021-2

Clave	Unidad de aprendizaje Plan 2021-2	Clave	Unidad de aprendizaje Plan 2011-2
<i>Etapa Básica Obligatoria</i>			
1	Tecnologías para la Generación del Conocimiento	14049	Desarrollo de Habilidades en Documentación Digital e Información
2	Pensamiento Científico en las Ciencias Sociales y Humanidades	14048	Desarrollo del Pensamiento Crítico
3	Introducción a las Ciencias Sociales	14051	Introducción a las Ciencias Sociales
4	Estrategias de Comunicación Oral	14050	Comunicación Oral y Escrita
5	Ética y Responsabilidad Social	14055	Ética y Responsabilidad Social
6	Investigación Documental	--	Sin equivalencia
7	Formación Ciudadana y Diversidad	--	Sin equivalencia
8	Estadística para las Ciencias Sociales	14052	Estadística Descriptiva
9	Comprensión y Redacción de Textos Académicos	--	Sin equivalencia
10	Desarrollo Humano y Transculturalidad	14053	Desarrollo Humano
11	Desarrollo de Habilidades Socioemocionales	--	Sin equivalencia
<i>Etapa Disciplinaria Obligatoria</i>			
12	Lenguaje Visual	14066	Discurso Visual
13	Lenguaje Sonoro	14058	Discurso Sonoro
14	Diseño y Guion Multimedial	14057	Guionismo
15	Comunicación Intercultural	14072	Comunicación Sociocultural
16	Introducción a los Estudios de Comunicación	14082	Historia y Fundamentos de la Comunicación
17	Fundamentos de Periodismo	--	Sin equivalencia
18	Metodologías Participativas en Comunicación	--	Sin equivalencia
19	Semiótica	14070	Semiótica de la Comunicación
20	Realización de Contenidos Sonoros	14063	Producción Sonora

Clave	Unidad de aprendizaje Plan 2021-2	Clave	Unidad de aprendizaje Plan 2011-2
21	Investigación Cualitativa en Comunicación	14064	Observatorio Cualitativo de la Comunicación
22	Ecología Mediática, Entornos Sociodigitales y Nuevos Medios	14102	Observatorio de Medios de Comunicación Masiva
23	Periodismo	14065	Periodismo
24	Comunicación, Cultura y Poder	14099	Comunicación, Ciudadanía y Espacio Público
25	Estéticas, Narrativas y Formatos	--	Sin equivalencia
26	Realización de Contenidos Fotográficos	14068	Producción Fotográfica
27	Fundamentos de la Comunicación en las Organizaciones	14067	Comunicación Organizacional
28	Investigación Cuantitativa en Comunicación	14059	Observatorio Cuantitativo de la Comunicación
29	Análisis de Audiencias	14103	Análisis de Audiencias
30	Complejidad	14076	Comunicación y Complejidad
31	Comunicación Ambiental	--	Sin equivalencia
32	Realización de Contenidos Audiovisuales	14071	Producción Audiovisual
33	Diagnóstico de la Comunicación en las Organizaciones	--	Sin equivalencia
34	Análisis e Interpretación de Datos Comunicativos	--	Sin equivalencia
Etapa Terminal Obligatoria			
35	Comunicación y Salud	--	Sin equivalencia
36	Planeación Comunicativa para el Espacio Público	14112	Autogestión de Proyectos Comunicativos
37	Gestión y Diseño de Contenido en Redes Sociodigitales	--	Sin equivalencia
38	Planeación Estratégica de Proyectos de Comunicación	--	Sin equivalencia
39	Comunicación y Mercadotecnia	--	Sin equivalencia
40	Intervención Comunicativa en el Espacio Público	--	Sin equivalencia
41	Emprendimiento en Comunicación	--	Sin equivalencia
42	Implementación y Evaluación de Proyectos de Comunicación	14078	Proyectos de Intervención
43	Comunicación Pública de la Ciencia y la Cultura		
Etapa Básica Optativa			
45	Tópicos Contemporáneos en Comunicación	14083	Desafíos Contemporáneos

Clave	Unidad de aprendizaje Plan 2021-2	Clave	Unidad de aprendizaje Plan 2011-2
<i>Etapa Disciplinaria Optativa</i>			
46	Normatividad de la Comunicación	14080	Normatividad de la Comunicación
47	Realización Gráfica Digital	14085	Comunicación Gráfica Digital
48	Fotografía Social	--	Sin equivalencia
49	Narrativas Cinematográficas	14087	Historia, Estética y Análisis del Cine
50	Redacción Avanzada	14060	Redacción Avanzada
51	Memoria Colectiva Oralidad y Vida Cotidiana	14101	Memoria Colectiva Oralidad y Vida Cotidiana
<i>Etapa Terminal Optativa</i>			
52	Comunicación y Relaciones Públicas	--	Sin equivalencia
53	Proyectos de Formación de Audiencias Críticas y Participativas	--	Sin equivalencia
54	Transformación Digital de las Empresas	--	Sin equivalencia
55	Taller de Postproducción Audiovisual	14105	Proyectos de Televisión Digital
56	Producción Audiovisual de Contenidos Educativos y Culturales	14106	Televisión Educativa y Cultural
57	Producción Editorial	14110	Taller de Producción de Publicaciones
58	Portafolio de Proyectos de Comunicación	14079	Portafolio de Proyectos de Comunicación
59	Comunicación y Género	--	Sin equivalencia

6. Descripción del sistema de evaluación

Para el buen funcionamiento de la estructura curricular propuesta, se debe contar con un sistema de evaluación que permita detectar problemas e implementar acciones correctivas. La evaluación del plan de estudios está ligada a todos los elementos que hacen posible que la unidad académica funcione correctamente, abarcando las tareas y actividades desarrolladas en su interior, sin olvidar las relaciones con la sociedad.

6.1. Evaluación del plan de estudios

De acuerdo a la normatividad institucional, la unidad académica llevará a cabo procesos de evaluación permanente y sistematizada que permita establecer acciones con el fin de mejorar el currículo y con ello incidir en la calidad educativa. Brovelli (2001) señala que el objeto a ser evaluado, en el marco de la evaluación curricular, se enmarca en dos aspectos complementarios:

1. Evaluación del diseño curricular como documento, concebido como norma.
2. Evaluación del currículum real o implementado, concebido como práctica.

En el programa Licenciado en Ciencias de la Comunicación se realizará una evaluación de seguimiento después de 2 años de su operación con el propósito de valorar su instrumentación y hacer los ajustes que se consideren pertinentes. Este proceso estará sujeto a la valoración de plan de estudios, actividades para la formación integral, trayectoria escolar, personal académico, infraestructura, vinculación y extensión, y servicios y programas de apoyo, de acuerdo con la normatividad institucional vigente.

Después de 2 años de egreso de alumnos del plan de estudios, se realizará la evaluación externa e interna del programa educativo con el propósito de valorar su impacto de acuerdo a los planteamientos de la normatividad vigente de la UABC. El propósito es tomar las decisiones que conlleven a la actualización o modificación del programa educativo. En ambos procesos, las unidades académicas deberán realizar un reporte formal que documente los resultados.

6.2. Evaluación del aprendizaje

De acuerdo con el Estatuto Escolar, la evaluación de los procesos de aprendizaje tiene por objeto: (1) que las autoridades universitarias, los académicos y alumnos dispongan de la información adecuada para evaluar los resultados del proceso educativo y propiciar su mejora continua; (2) que los alumnos conozcan el grado de aprovechamiento académico que han alcanzado y, en su caso, obtengan la promoción y estímulo correspondiente; y (3) evidenciar las competencias adquiridas durante el proceso de aprendizaje.

La evaluación del proceso de enseñanza aprendizaje demanda una estructura colegiada, operativa, normada, permanente y formal (UABC, 2010), sus acciones están dirigidas principalmente a la:

- a. Definición, revisión y actualización de competencias por lograr y de los criterios académicos para la evaluación y seguimiento del desempeño del alumno.
- b. Toma de decisiones para eliminar las diferencias, siempre y cuando no se inhiba la creatividad, la originalidad, la libre cátedra y el liderazgo académico, y modificar la dinámica de la relación alumno profesor.

Con el fin de disponer de información adecuada para evaluar los resultados del proceso educativo y propiciar su mejora, se realiza la evaluación del aprendizaje considerando el Estatuto Escolar vigente de la UABC, en donde se describe el objeto de evaluación y la escala de calificaciones, los tipos de exámenes, las evaluaciones institucionales, los procedimientos y formalidades de la evaluación, la revisión de los exámenes y la asistencia a clases. Así, la evaluación:

1. Estará centrada en el estudiante para el ejercicio de competencias en su profesión, de acuerdo con el perfil de egreso en el campo profesional del Licenciado en Contaduría.
2. Se basará en conocimientos, habilidades, destrezas, actitudes, valores desarrollados por el estudiante y demostrados en su desempeño como competencias.

La evaluación en las unidades de aprendizaje se realizará en diferentes

momentos del periodo escolar de acuerdo a sus características propias. La evaluación docente institucional cobra importancia en este proceso porque sus resultados permitirán recomendar a los académicos a tomar cursos de actualización docente que incida en su proceso de enseñanza - aprendizaje, donde se verán favorecidos los estudiantes. Es importante precisar que, en caso de ser necesario, se cuenta con las condiciones y el personal para realizar cursos de nivelación de estudiantes en cada etapa del proceso formativo.

6.3. Evaluación colegiada del aprendizaje

Las evaluaciones colegiadas se apegarán a las descripciones de evaluaciones institucionales definidas en el Estatuto Escolar vigente, mismas que permiten constatar el cumplimiento de las competencias profesionales y específicas planteadas en el plan de estudios, para ello, las evaluaciones se referirán a las competencias de (a) una unidad de aprendizaje, (b) un conjunto de unidades de aprendizaje, (c) la etapa de formación Básica, Disciplinaria o Terminal, (d) o de egreso, y se integrarán con criterios de desempeño que describan el resultado que deberá obtener el alumno y las características con que lo realizará, así como las circunstancias y el ámbito que permitan verificar si el desempeño es el correcto.

Las evaluaciones colegiadas se instrumentarán desde el interior de la Universidad, o externamente cuando se opte por evaluaciones expresamente elaboradas por entidades externas especializadas. Los resultados de la evaluación permitirán detectar los obstáculos y dificultades de aprendizaje, para reorientar permanentemente la actividad hacia el dominio de competencias.

La evaluación colegiada del aprendizaje es la estrategia fundamental para evaluar integralmente el éxito de la implementación del programa educativo. Representa un esfuerzo institucional renovado y perfectible constantemente en aras de alcanzar estándares de calidad a nivel internacional en la impartición de los procesos de enseñanza – aprendizaje. Son evaluaciones colegiadas del aprendizaje:

- a. Los exámenes departamentales,
- b. Los exámenes de trayecto,

- c. Los exámenes de egreso,
- d. Los exámenes que las unidades académicas determinen pertinentes para el logro de los propósitos enunciados en este apartado.

Exámenes Departamentales

Normativamente, los exámenes departamentales tienen como propósito:

- a. Conocer el grado de dominio que el alumno ha obtenido sobre la unidad de aprendizaje que cursa en relación a las competencias que en dicho curso deben lograrse.
- b. Verificar el grado de avance del programa de la unidad de aprendizaje de conformidad a lo establecido en el Estatuto Escolar.
- c. Conocer el grado de homogeneidad de los aprendizajes logrados por los alumnos de la misma unidad de aprendizaje que recibieron el curso con distintos profesores.

En una descripción más específica, las evaluaciones departamentales son instrumentos de referencia criterial mediante los cuales, el estudiante demuestra lo que sabe hacer, por lo que, en primera instancia, da cuentas del desempeño del estudiante respecto a un conjunto de competencias asociadas a una unidad de aprendizaje. Un examen departamental desarrollado de manera colegiada, permite: (1) comprender el valor de un programa de aprendizaje pues, al ser alineado al currículo, detecta áreas de oportunidad del mismo; (2) homogeneizar la operación del currículum en el aula; (3) detectar unidades y temas más problemáticos para los estudiantes; entre otros. Aún más, los resultados desembocan en el planteamiento de estrategias de enseñanza-aprendizaje y toma de decisiones que permitan mejorar la calidad de la unidad de aprendizaje para, finalmente, mejorar la calidad del programa educativo.

Cuando las unidades académicas así lo determinen conveniente, los exámenes departamentales podrán elaborarse como exámenes parciales o totales; y se valorará si el resultado de la evaluación departamental incidirá en la calificación del alumno.

Examen de Egreso

El examen de egreso tiene como propósito (1) conocer el grado de dominio que el alumno ha obtenido al concluir sus estudios en relación a las competencias profesionales enunciadas en el plan de estudios y (2) verificar el grado de avance, pertinencia y actualidad del conjunto de programas de unidades de aprendizaje que comprenden el Plan de Estudios.

Presentar el examen de egreso es un requisito de egreso, y se recurrirá preferentemente al Examen General de Egreso de Licenciatura (EGEL) del Centro Nacional de Evaluación A.C. (CENEVAL) que corresponda al programa educativo, y las Unidades Académicas establecerán un procedimiento que determinará los criterios de elegibilidad, registro y demás que sean necesarios. Los resultados de esta evaluación orientarán a las unidades académicas en la toma de decisiones para mantener o mejorar la pertinencia, organización, operación del plan de estudios en su conjunto.

7. Revisión externa



EVALUACIÓN EXTERNA DEL REPORTE EJECUTIVO DE MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

Huixquilucan, Estado de México a 22 de enero de 2021.

Estimados Coordinadores del Proyecto
Universidad Autónoma de Baja California
P R E S E N T E

Por este medio hago llegar mis observaciones sobre el reporte ejecutivo que ustedes realizaron para llevar a cabo la actualización del plan de estudios de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. En primer lugar, quiero comentar que al revisar el documento se observa que la construcción de éste es coherente con la metodología de actualización de planes de estudio y que la información que presenta es adecuada y coherente con el objetivo del documento. No obstante, me permito hacer algunas observaciones o sugerencias de mejora que pongo a su consideración.

En la página 8 en el último párrafo del punto anterior previo al subtítulo de Justificación, se menciona que el reporte se organiza en cinco partes, se mencionan, pero la numeración va del 1 al 4 y se salta al punto 6, siendo que en el documento, en realidad como empieza en el punto 2, ciertamente son 5 elementos que van del 2 al 6. Es un tema de redacción que se sugiere simplemente revisar.

En la página 22, el objetivo general del programa educativo destaca la mención de “profesionistas emprendedores” por sobre todos los otros adjetivos que se encuentran presentes en la Misión, que además tampoco está presente en la Visión del programa. Al revisar el plan de estudios más adelante, se observa que el tema de emprendimiento está en una materia (clave 41) pero no se refleja en los contenidos de otras asignaturas. Por lo anterior, si la intención es centrarse en el emprendimiento, se sugeriría incorporar en algunas otras asignaturas este tema, además de que sin duda debería estar presente en la Visión del programa educativo para ser congruentes.

En la página 23-24, en el tema de competencias de la Etapa terminal se sugiere agregar la parte de difusión cultural y divulgación científica, al ser parte importante que sí está presente en los objetivos del programa educativo.

En la página 24 al presentarse el Plan de estudios, no se menciona que el Licenciado en Ciencias de la Comunicación vaya a ser competente en nada referente a emprendimiento, innovación, desarrollo sustentable ni transferencia de conocimiento, aspectos que sí se mencionan en la Misión del programa educativo.

En la parte del documento referente a la Descripción genérica de las unidades de aprendizaje, en algunos perfiles docentes se especifica un determinado número de años de experiencia docente y/o profesional, mientras que en otros únicamente se incluye “amplia experiencia” lo que puede quedar ambiguo, se sugiere especificar. Sin embargo, dada la complejidad de contar con recursos humanos a veces tan específicos para el perfil docente, se sugiere también ser cuidadosos de que la descripción del perfil docente no sea tan rígida que impida en el futuro encontrar personas que cubran todos los requisitos.

También en la Descripción genérica de las unidades de aprendizaje encuentro, desde mi punto de vista, algunas oportunidades de mejora puntuales en algunas de las asignaturas:

- 1) En la asignatura de “Investigación documental” se sugiere agregar bibliografía sobre las distintas unidades, ya que la que se incluye no contempla todos los temas.
- 2) En el caso de la asignatura “Introducción a los estudios de Comunicación” dado que se tiene el tema del Campo de la Comunicación en México, especialmente se sugiere incluir producción de investigadores en México. Hay muchos libros de distintos campos de la comunicación en nuestro país, más adelante incluyo algunas sugerencias. Asimismo, se podrían incluir los anuarios de investigación de AMIC como referencias complementarias, además de la liga a algunas revistas académicas de las principales universidades en temas de comunicación como: Revista Comunicación y Sociedad (Universidad de Guadalajara), Global Media Journal en español (Tecnológico de Monterrey), Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales (UNAM), Revista Convergencia (UAM), Revista Sintaxis (Universidad Anáhuac México), Revista Andamios (Universidad Autónoma de la Ciudad de México), entre otras.
- 3) Para la asignatura “Fundamentos de la Comunicación en las Organizaciones” sería importante considerar las obras que han publicado otros mexicanos en este campo de estudio, particularmente los libros, reportes de investigación o informes que han publicado asociaciones como DirCom, FISEC, AMIPCO, PRORP, AMCO, entre otras.

En la Descripción genérica de las unidades de aprendizaje a continuación se presentan algunas sugerencias de mejora con respecto a las referencias en todas las asignaturas:

- 1) No se observa una homologación en el número de referencias que incluyen.
- 2) No todas las asignaturas cuentan con referencias complementarias.
- 3) Algunas de las listas de referencias no están ordenadas alfabéticamente.
- 4) Se observa que sólo algunas asignaturas cuentan con ligas a sitios de internet, aunque principalmente para libros, sería adecuado contar con recursos electrónicos de revistas académicas de manera homologada estableciendo un número determinado de fuentes para cada asignatura.
- 5) Hay algunas referencias muy antiguas. Normalmente, aunque sean libros y autores clásicos, se sugiere incluir referencias de no más de 5 años de antigüedad, es decir, puede haber ediciones más recientes de autores clásicos que pueden sustituirse.

- 6) Hace falta referencias de autores clásicos en algunos temas clave para la formación de los futuros Licenciados en Ciencias de la Comunicación como Relaciones Públicas, Comunicación estratégica, comunicación organizacional, posmodernidad, etc. Sería importante revisar que en todos los casos estén los autores que han sido referentes en la materia, además de los contemporáneos.
- 7) Me permito sugerir algunas rutas de búsqueda para integrar nuevas referencias o actualizarlas:

La colección de Comunicación de Editorial Gedisa, Editorial Tirant Lo Blanch, Editorial Comunicación Social y Editorial Limusa, entre otras, tienen títulos relevantes.

<https://gedisa.com/articulos.aspx?modo=c&fam=1023>

<https://editorial.tirant.com/es/colecciones/comunica?beg=0>

<https://editorial.tirant.com/mex/colecciones/dynamis>

<https://www.comunicacionsocial.es/>

Y finalmente, las publicaciones de la UNAM, la UAM, la Universidad Autónoma de la Ciudad de México y la Universidad Anáhuac, entre otras, deberían incorporarse al tener referentes en casi todas las temáticas:

<http://www.librosoa.unam.mx/browse?type=subject&value=Medios%20de%20comunicaci%C3%B3n>

<http://www.cua.uam.mx/publicaciones-electronicas/libros/division-de-ciencias-de-la-comunicacion-y-diseno/todos/todos/1>

<https://www.anahuac.mx/mexico/publicaciones/comunicacion?page=0>

<https://portalweb.uacm.edu.mx/uacm/dcyeu/es-es/comunicaci%C3%B3n.aspx>

Para finalizar, quiero reconocer a la Universidad Autónoma de Baja California, a través de ustedes, por presentar una actualización a este programa educativo que en efecto atiende la diversidad epistemológica y pragmática, la dispersión de objetos de estudio y la complejidad evolutiva del campo de la comunicación para hacer que los jóvenes que reciban esta formación universitaria puedan contribuir al desarrollo humano de la sociedad local, nacional y global.

Agradezco la oportunidad de participar en este proceso de evaluación externa y me reitero atenta para atender cualquier duda o comentario al respecto.

Atentamente,



Dra. Rebeca Illiana Arévalo Martínez

Directora del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada
Coordinadora Académica del Doctorado en Investigación de la Comunicación
(PNPC CONACYT)

Facultad de Comunicación
Universidad Anáhuac México



DEPARTMENT OF COMMUNICATION, 0503
OFFICE: (858) 534-2843
FAX: (858) 534-7315

9500 GILMAN DRIVE
LA JOLLA, CALIFORNIA 92093-0503

Jan. 22, 2021

Armando Gutiérrez Ortega
Facultad de Ciencias Humanas
Universidad Autónoma de Baja California
Mexicali, BC México

Estimado Dr. Gutiérrez;

Escribo para ofrecer mi evaluación y comentarios acerca de la propuesta de modificación del plan de estudios para la licenciatura en Comunicación de la UABC.

En breve, considero que la propuesta es excelente: Bien justificada y bien construida como plan de estudios en comunicación. Cubre las áreas principales de nuestra disciplina, estructura bien el camino de los estudiantes a través del curriculum, les proporciona las habilidades básicas para dominar las materias avanzadas, y responde a los desarrollos más recientes en las industrias y profesiones de comunicación. Conozco bien las facultades de los tres campus y he visto el trabajo de sus estudiantes y egresados, y puedo afirmar la calidad de las programas y afirmar específicamente el desarrollo de la calidad académica de los profesores de tiempo completo, mencionado en el página 16 de la propuesta. Son programas de alta calidad, y es evidente también que, como en todo el mundo, la demanda estudiantil y la importancia económica y social de la educación en comunicación esta creciendo.

Tengo que reconocer que mi entendimiento de muchos aspectos de la estructura de la UABC y sus trámites administrativos es limitada, y es probable que muchas de las preguntas y comentarios que presento en seguida reflejan más que nada mi ignorancia de la institución, pero espero que algunas sean relevantes para considerar.

Una observación es que en las discusiones introductorias de la propuesta, parece haber poca discusión de la democracia como uno de las metas sociales de la educación en comunicación, pero esta me parece muy importante a su justificación social.

Otra pregunta que tengo es si el plan de estudios de la licenciatura es lo mismo en cada campus de la UABC. En mi institución, la Universidad de California, cada campus que tiene licenciatura en Comunicación tiene un plan de estudios distinta, dependiendo de las fortalezas de su cuerpo docente y de investigación. Parece que en la UABC, los tres tienen un plan de estudios común. Este modelo tiene sus ventajas; al mismo tiempo me pregunta si cada campus tiene todos los docentes necesarios para ofrecer cada asignatura, o si hay cooperación entre los campus, o intercambio de estudiantes. No tengo la información para evaluar la capacidad de cada campus para ofrecer todas las asignaturas.

La cobertura de las diferentes áreas del campo de la comunicación, como mencioné antes, es excelente;

y ningún programa puede cubrir todas las áreas del campo. Sin embargo, tengo algunas observaciones sobre áreas que me parecen ligeras en el plan de estudios articulados en esta propuesta. Una es el área de ley y política de la comunicación: libertad de expresión, derecho a la información, privacidad, reglamentación de concesiones de radiotelevisión, medios y publicidad pública, y medios comunitarios; debates sobre reglamentación de información falsa o intimidación por redes sociales, etc. Partes de este campo están incluido en la asignatura Normativa de la comunicación, pero el curriculum es posiblemente ligera en este área. Otra es la comunicación internacional y estudio comparada de comunicación—porque las industrias de comunicación hoy día son globales y funcionan en muchos contextos nacionales. Un elemento importante que eché de menos en el plan de estudios es el contexto Latinoamericana, porque las industrias culturales en México son parte de un mercado geo-lingüística Latinoamericana más amplia. Otra es la cultura popular, presente en algunas asignaturas, pero otra vez un poco ligera en my opinión. Me refiere al análisis de géneros como la telenovela, varios géneros de música popular, nuevos géneros de cultura producida por los medios sociales, etc.

Las asignaturas específicas me parecen bien concebidas. En algunos casos puedo tener otras ideas sobre su contenido, pero no se necesita comentar en detalle—cada docente enseña una materia de una manera un poco diferente en comunicación, y representan bien el conocimiento en el campo y las habilidades que estudiantes de comunicación deben dominar. Solamente algunos observaciones breves sobre las bibliografías. Son un poco heterogéneos, en el sentido de que algunos tienen bibliografías muy largas (Semiótica por ejemplo), y otras pequeños (Investigación documental). No sé exactamente que significan las bibliografías, si son bibliografías de base para la construcción de la materia, o lecturas requeridas para los estudiantes. Si son la última, algunos parecen muy ambiciosos para clases de licenciatura: leer textos originales y fundamentales es valioso, pero leer Pierce, Eco, Lotman, Saussure y más, o Luhman, Bourdieu y más, me parece difícil a este nivel.

Yours,

Daniel C. Hallin
Daniel C. Hallin
Distinguished Professor

Evaluación Externa de la propuesta de modificación del plan de estudios del programa de Licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC)

Mtro. Joaquín Andrés Félix Anduaga.
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
Universidad de Sonora.
Enero de 2021.

La propuesta curricular es pertinente y responde satisfactoriamente a la evaluación que se describe sintéticamente del programa de estudio vigente. Lo anterior a partir de la revisión de los resultados de la evaluación interna (fundamentos y condiciones de operación del programa, evaluación del currículo, tránsito y egreso de estudiantes, personal académico, además de infraestructura y servicios) y de la evaluación externa (necesidades y problemáticas sociales que atenderá el programa educativo, mercado laboral, estudios de egresados, análisis de oferta y demanda del programa educativo, análisis de la profesión y prospectiva, análisis comparativos de programas educativos, así como vinculación con organismos nacionales e internacionales), por lo cual se observa con notoriedad un equilibrio entre atención de necesidades sociales y proyección disciplinar e interdisciplinaria, así como con la filosofía contemplada para el programa educativo.

Considerando las condiciones relevantes sobre la constitución del objeto y campo de estudio, descritas en el apartado introductorio de la propuesta curricular, tales como la diversidad, dispersión de objetos de estudio y complejidad evolutiva, se considera que el análisis realizado atiende adecuadamente factores socio-económicos actuales y prospectivos que determinan el ejercicio de la profesión (necesidades sociales, práctica profesional y mercado de trabajo, entre otros), y de la misma forma la orientación de la investigación en la disciplina.

Asimismo, se considera en general que los contenidos de las asignaturas que conforman la nueva propuesta curricular atienden los conocimientos, habilidades, valores y actitudes señaladas como deseables y pertinentes para el ejercicio de la profesión, aunque por momentos de forma muy ambiciosa pero posible.

Se logra identificar una relación coherente entre los objetivos y las tres etapas de competencias contempladas como básicas, disciplinarias y terminal, presentes y desglosadas en los contenidos sintéticos de las asignaturas consideradas. Dicha separación de competencias fortalece y articula adecuadamente la estructura curricular presentada.

En relación a la estructura del plan de estudios, las cinco áreas de conocimiento definidas le otorgan pertinencia, solidez y atractivo como oferta formativa profesional, con alto

compromiso para el abordaje de las problemáticas transfronterizas inherentes a la región y dinámica de movilidad social.

Por otra parte, se recomienda hacer explícita la presencia de las Competencias Tuning, relativas a la Capacidad crítica y autocrítica, Capacidad creativa y Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas, por la alta inclinación de atender problemáticas sociales, regionales y transfronterizas.

Se sugiere ampliar referencias e integrar una mayor fundamentación teórica sobre el campo académico y educativo de la comunicación, citando a los principales autores que han aportado conocimiento en este ámbito, tales como: Raúl Fuentes Navarro, Inmacolata Vasallo de Lopes, Marta Rizo, entre otros.

En el rubro de personal académico, infraestructura y servicios, si bien se sugiere considerar la realización de tesis, es importante incentivar e identificar perfiles en los egresados para continuar con estudios de posgrado, maestría y doctorado con enfoque en investigación y adscritos al Padrón Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC-CONACYT), con el propósito de vincularlos a la generación de conocimiento en el ámbito de la comunicación en sus diferentes líneas de investigación, así como a la producción y difusión científica, para su participación en procesos de evaluación que les permita incorporarse al Sistema Nacional de Investigadores, como jóvenes investigadores. Lo anterior, en congruencia con la vinculación docencia-investigación a través del trabajo académico de profesores miembros de cuerpos académicos con los que participan estudiantes en procesos de investigación.

Referente a la visión, podrían considerarse aspectos relacionados con la acreditación internacional, considerando que en el apartado de necesidades y problemáticas sociales se hace referencia al intercambio académico y la aplicación del idioma inglés para el desarrollo del campo bilingüe en áreas binacionales.

En la revisión de los programas de materia y sus contenidos, se observa también que en diferentes cursos se aportan conocimientos y habilidades que presentan relación con las competencias y áreas de evaluación vigentes del Examen General de Egreso (EGEL-CENEVAL), en las áreas de periodismo, organizacional, investigación aplicada, productos comunicativos y publicidad. Respecto a ésta última, se integró la asignatura comunicación y mercadotecnia en donde se incluyeron algunos temas con enfoque en esa área. Se recomienda la revisión de bibliografía propuesta en cada una de las áreas de EGEL-COMUNICA y su incorporación en algunos de los cursos relacionados con dicha evaluación externa.

Sobre las asignaturas se realizan a continuación algunas sugerencias puntuales en los nombres que podrían requerir ajustes mínimos en los contenidos sintéticos.

Aunque se contempla Fundamentos de Periodismo, la asignatura denominada Periodismo, podría llevar a un siguiente nivel y alcance manifiesto, modificando a Periodismo Multiplataforma.

El contenido del Introducción a los Estudios de Comunicación es pertinente, pero se considera que se debe hacer explícitos desde el nombre la teoría que aporta directa de la disciplina, por lo que se sugiere modificar el nombre a Fundamentos Teóricos de Comunicación o Teorías Clásicas de la Comunicación, toda vez que posteriormente en la asignatura Ecología de Medios se realiza abordaje de teorías contemporáneas y enfoques latinoamericanos.

El espacio de Complejidad debería ser más vinculante con la disciplina, tal vez presentada como Complejidad y Comunicación.

Si bien se contemplan varios espacios relacionados con la migración, sería significativo un espacio explícito de Comunicación y Migración, por lo antes mencionado y diagnosticado de atención de necesidades sociales.

Es oportuno indicar, que lo antes expresado es sin contemplar la definición de la seriación obligatoria y recomendada para los espacios educativos y semestres del plan de estudios.

En cuanto a la forma del documento de nueva propuesta curricular, se precisan algunas partes en las que se sugiere atender lo siguiente:

- Se hace referencia a otros programas educativos tales como el correspondiente al punto 5.3 del índice, que indica el mapa curricular de Licenciado en Administración de Empresas, titulado de la misma forma en la imagen gráfica de la página 93.
- En el apartado de justificación, rubro de evaluaciones externas, al indicar los estudios de pertinencia social y referentes nacionales e internacionales, se señala el ámbito de Ingeniería Electrónica (página 9).
- En diferentes partes del documento se hace mención a diferentes asociaciones de comunicación para la enseñanza e investigación, difusión de conocimiento y acreditación de la calidad de programas educativos, tales como AMIC, CONEICC, FELAFACS, COPAES, CONAC, BINACOM, ICA, entre otros. Así como los referidos a la evaluación docente como PRODEP. Deben integrarse los nombres completos y posteriormente referir a las siglas, según corresponda.
- Hay párrafos repetidos en el apartado de misión y visión.
- En la página 8, tercer párrafo, se habla de que el reporte se divide en cinco partes, para luego mencionar una sexta.
- En la misma página 8, en el primer párrafo de la justificación, hay un error de dedo en el término "motiva".
- Corregir el tercer párrafo de la página 11, el cual dice "práctica profesiones".

En la tabla 14 se integra observaciones de los pares externos relacionadas con el plan de estudios y la atención dentro de la propuesta de modificación curricular.

Tabla 14. *Atención de observaciones de pares externos.*

Observaciones	Resolución o justificación
Dra. Rebeca Iliana Arévalo Martínez (Universidad Anáhuac)	
1.1. En Justificación, se menciona que el reporte se organiza en cinco partes, se mencionan, pero la numeración va del 1 al 4 y se salta al punto 6, siendo que en el documento, en realidad como empieza en el punto 2, ciertamente son 5 elementos que van del 2 al 6. Es un tema de redacción que se sugiere simplemente revisar.	1.1.1. Se realizó el ajuste.
1.2. El objetivo general del programa educativo destaca la mención de “profesionistas emprendedores” por sobre todos los otros adjetivos que se encuentran presentes en la Misión, que además tampoco está presente en la Visión del programa. Al revisar el plan de estudios más adelante, se observa que el tema de emprendimiento está en una materia (clave 41) pero no se refleja en los contenidos de otras asignaturas.	1.2.1. Se agregó en misión y visión del programa educativo el emprendimiento. 1.2.2. Existen materias optativas en donde ya está considerado, tanto de forma directa («Emprendimiento en comunicación») como indirecta (las asignaturas vinculadas con producción contenidos y gestión de información e interacciones).
1.3. En la competencia de la etapa terminal se sugiere agregar la parte de difusión cultural y divulgación científica, al ser parte importante que sí está presente en los objetivos del programa educativo.	1.3.1. Se agregó en competencias de etapa terminal «Difusión cultural» y «Divulgación científica».
1.4. En el apartado de Plan de estudios, no se menciona que el Licenciado en Ciencias de la Comunicación vaya a ser competente en nada referente a emprendimiento, innovación, desarrollo sustentable ni transferencia de conocimiento, aspectos que sí se mencionan en la Misión del programa educativo.	1.4.1. Se agregaron elementos vinculados a las competencias de emprendimiento, innovación, desarrollo sustentable y transferencia de conocimiento, para hacerlos congruentes con la misión del programa.
1.5. En los perfiles docentes se especifica un determinado número de años de experiencia docente y/o profesional, mientras que en otros únicamente se incluye “amplia experiencia” lo que puede quedar ambiguo, se sugiere especificar. Sin embargo, dada la complejidad de contar con recursos humanos a veces tan específicos para el perfil docente.	1.5.1. Se determina en el apartado de perfil docente los años de experiencia del docente. 5.2. El perfil se deja abierto a profesiones afines a la licenciatura en comunicación.
1.6. En la asignatura de “Investigación documental” se sugiere agregar bibliografía sobre las distintas unidades, ya que la que se	1.6.1. En la PUA actualizada del Tronco Común en Ciencias Sociales, la bibliografía ya se amplió.

Observaciones	Resolución o justificación
incluye no contempla todos los temas.	
<p>1.7. En el caso de la asignatura “Introducción a los estudios de Comunicación” dado que se tiene el tema del Campo de la Comunicación en México, especialmente se sugiere incluir producción de investigadores en México. Hay muchos libros de distintos campos de la comunicación en nuestro país, más adelante incluyo algunas sugerencias. Asimismo, se podrían incluir los anuarios de investigación de AMIC como referencias complementarias, además de la liga a algunas revistas académicas.</p>	<p>1.7.1. Se agregó referencia sobre AMIC.</p>
<p>1.8. Para la asignatura “Fundamentos de la Comunicación en las Organizaciones” sería importante considerar las obras que han publicado otros mexicanos en este campo de estudio, particularmente los libros, reportes de investigación o informes que han publicado asociaciones como DirCom, FISEC, AMIPCO, PRORP, AMCO, entre otras.</p>	<p>1.8.1. Se determinó la referencia de acuerdo al contenido que se abordará dentro de la unidad de aprendizaje.</p>
<p>1.9. No se observa una homologación en el número de referencias que incluyen.</p>	<p>1.9.1. Por política no se establece institucionalmente un número de referencias en específico.</p>
<p>1.10. No todas las asignaturas cuentan con referencias complementarias.</p>	<p>1.10.1. En los programas de unidad de aprendizaje se determinaron referencias complementarias.</p>
<p>1.11. Algunas de las listas de referencias no están ordenadas alfabéticamente.</p>	<p>1.11.1. Ya se encuentran ajustadas en los programas de unidad de aprendizaje.</p>
<p>1.12. Se observa que sólo algunas asignaturas cuentan con ligas a sitios de internet, aunque principalmente para libros, sería adecuado contar con recursos electrónicos de revistas académicas de manera homologada estableciendo un número determinado de fuentes para cada asignatura.</p>	<p>1.12.1. Se tiene por lo menos una liga electrónica en cada programa de unidad de aprendizaje siguiendo la política institucional recomendando incluir al menos una referencia electrónica.</p>
<p>1.13. Hay algunas referencias muy antiguas. Normalmente, aunque sean libros y autores clásicos, se sugiere incluir referencias de no más de 5 años de antigüedad, es decir, puede haber ediciones más recientes de autores clásicos que pueden sustituirse.</p>	<p>1.13.1. Se actualizaron aquellas que tiene nuevas ediciones, en algunas unidades de aprendizaje no se cuenta con referencias actualizadas de acuerdo a su naturaleza.</p>
<p>1.14. Hace falta referencias de autores clásicos en algunos temas clave para la formación de los futuros Licenciados en Ciencias de la Comunicación como Relaciones Públicas, 14. Comunicación estratégica, comunicación organizacional, posmodernidad, etc. Sería importante revisar</p>	<p>1.14.1. Atendido.</p>

Observaciones	Resolución o justificación
<p>que en todos los casos estén los autores que han sido referentes en la materia, además de los contemporáneos.</p>	
<p>1.15. Me permito sugerir algunas rutas de búsqueda para integrar nuevas referencias o actualizarlas: La colección de Comunicación de Editorial Gedisa, Editorial Tirant Lo Blanch, Editorial Comunicación Social y Editorial Limusa, entre otras, tienen títulos relevantes. https://gedisa.com/articulos.aspx?modo=c&fam=1023 https://editorial.tirant.com/es/colecciones/comunica?beg=0 https://editorial.tirant.com/mex/colecciones/dynamis https://www.comunicacionsocial.es/</p>	<p>1.15.1. En algunos casos, referencias se actualizaron de acuerdo a su naturaleza.</p>
<p>1.16. Y finalmente, las publicaciones de la UNAM, la UAM, la Universidad Autónoma de la Ciudad de México y la Universidad Anáhuac, entre otras, deberían incorporarse al tener referentes en casi todas las temáticas: http://www.librosoa.unam.mx/browse?type=subject&value=Medios%20de%20comunicaci%C3%B3n http://www.cua.uam.mx/publicaciones-electronicas/libros/division-de-ciencias-de-la-comunicacion-y-diseno/todos/todos/1 https://www.anahuac.mx/mexico/publicaciones/comunicacion?page=0 https://portalweb.</p>	<p>1.16.1. En algunos casos, referencias se actualizaron de acuerdo a su naturaleza.</p>
<p>1.17. Quiero reconocer a la Universidad Autónoma de Baja California, a través de ustedes, por presentar una actualización a este programa educativo que en efecto atiende la diversidad epistemológica y pragmática, la dispersión de objetos de estudio y la complejidad evolutiva del campo de la comunicación para hacer que los jóvenes que reciban esta formación universitaria puedan contribuir al desarrollo humano de la sociedad local, nacional y global.</p>	<p>1.1.17. Continuar con el ejercicio institucional de seguimiento y calidad del plan de estudios, así como las políticas de actualización de la propuesta curricular.</p>
<p>Mtro. Joaquín Andrés Félix Anduaga (Universidad de Sonora)</p>	
<p>2.1. Se recomienda hacer explícita la presencia de las Competencias Tuning, relativas a la Capacidad crítica y autocrítica, Capacidad creativa y Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas, por la alta inclinación de atender problemáticas</p>	<p>2.1.1. En los valores de las competencias de algunas Unidades de Aprendizaje ya se mencionan en específico estas capacidades</p>

Observaciones	Resolución o justificación
sociales, regionales y transfronterizos.	
2.2. Se sugiere ampliar referencias e integrar una mayor fundamentación teórica sobre el campo académico y educativo de la comunicación, citando a los principales autores que han aportado conocimiento en este ámbito, tales como: Raúl Fuentes Navarro, Inmacolata Vasallo de Lopes, Marta Rizo, entre otros.	2.2.1. Se determinaron referencias de acuerdo a los contenidos.
2.3. En el rubro de personal académico, infraestructura y servicios, si bien se sugiere considerar la realización de tesis, es importante incentivar e identificar perfiles en los egresados para continuar con estudios de posgrado, maestría y doctorado con enfoque en investigación y adscritos al Padrón Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC-CONACYT), con el propósito de vincularlos a la generación de conocimiento en el ámbito de la comunicación en sus diferentes líneas de investigación, así como a la producción y difusión científica, para su participación en procesos de evaluación que les permita incorporarse al Sistema Nacional de Investigadores, como jóvenes investigadores.	2.3.1. La universidad puede proponer programas de otras modalidades de acreditación para la obtención de créditos, en las cuales los estudiantes interesados en la investigación pueden participar, con la finalidad de desarrollar y fortalecer este interés (por ejemplo, ayudantías de investigación y proyectos de vinculación relacionados con las líneas de producción de conocimiento de los cuerpos académicos de comunicación).
2.4. Referente a la visión, podrían considerarse aspectos relacionados con la acreditación internacional, considerando que en el apartado de necesidades y problemáticas sociales se hace referencia al intercambio académico y la aplicación del idioma inglés para el desarrollo del campo bilingüe en áreas binacionales.	2.4.1. La acreditación internacional de los programas, está en función al contexto institucional.
2.5. Se recomienda la revisión de bibliografía propuesta en cada una de las áreas de EGEL-COMUNICA y su incorporación en algunos de los cursos relacionados con dicha evaluación externa.	2.5.1. Revisar referencias y atender sugerencia.
2.6. La asignatura denominada Periodismo, podría llevar a un siguiente nivel y alcance manifiesto, modificando a Periodismo Multiplataforma.	2.6.1. La temática de la unidad de aprendizaje cuenta con elementos para plantearse como "Periodismo Multiplataforma" a lo largo del documento.
2.7. El contenido del Introducción a los Estudios de Comunicación es pertinente, pero se considera que se debe hacer explícitos desde el nombre la teoría que aporta directa de la disciplina, por lo que se sugiere modificar el nombre a Fundamentos Teóricos de Comunicación o Teorías Clásicas de la	2.7.1. De acuerdo al contenido y el análisis realizado para el documento se determina el nombre "Introducción a los Estudios de Comunicación".

Observaciones	Resolución o justificación
Comunicación, toda vez que posteriormente en la asignatura Ecología de Medios se realiza abordaje de teorías contemporáneas y enfoques latinoamericanos.	
2.8. Sería significativo un espacio explícito de Comunicación y Migración UNISON.	2.8.1. La relación entre Comunicación y migración está considerada en la asignatura obligatoria Comunicación intercultural y en la optativa “Memoria colectiva, oralidad y vida cotidiana”.
2.9. En diferentes partes del documento se hace mención a diferentes asociaciones de comunicación para la enseñanza e investigación, difusión de conocimiento y acreditación de la calidad de programas educativos, tales como AMIC, CONEICC, FELAFACS, COPAES, CONAC, BINACOM, ICA, entre otros. Así como los referidos a la evaluación docente como PRODEP. Deben integrarse los nombres completos y posteriormente referir a las siglas, según corresponda.	2.9.1. Se realizó el ajuste en la primera mención del organismo dentro del documento.
2.10. Corregir el tercer párrafo de la página 11, el cual dice “práctica profesiones”.	2.10.1. Se realizó el ajuste.
Daniel C. Hallin (Universidad de California)	
3.1. Una observación es que, en las discusiones introductorias de la propuesta, parece haber poca discusión de la democracia como una de las metas sociales de la educación en comunicación, pero esta me parece muy importante a su justificación social.	3.1. 1. Se ajustó la redacción para incluir los temas vinculados con democracia en la justificación y no sólo en la introducción.
3.2. Otra pregunta que tengo es si el plan de estudios de la licenciatura es lo mismo en cada campus de la UABC. En mi institución, la Universidad de California, cada campus que tiene licenciatura en Comunicación tiene un plan de estudios distinta, dependiendo de las fortalezas de su cuerpo docente y de investigación. Parece que en la UABC, los tres tienen un plan de estudios común.	3.2.1. El plan de estudios está homologado en los tres campus, sin embargo, su flexibilidad en el área optativa permite atender necesidades específicas de cada ciudad.
3.3. ¿Cada campus tiene todos los docentes necesarios para ofrecer cada asignatura, o si hay cooperación entre los campus, o intercambio de estudiantes?	3.3.1. En los tres campus se cuenta con una planta docente suficiente y capacitada para atender con calidad la demanda académica, además de contar con un sistema de movilidad interna que permite el intercambio de docentes y alumnos.

Observaciones	Resolución o justificación
<p>3.4. Una es el área de ley y política de la comunicación: libertad de expresión, derecho a la información, privacidad, reglamentación de concesiones de radio, televisión, medios y publicidad pública, y medios comunitarios; debates sobre reglamentación de información falsa o intimidación por redes sociales, etc.</p>	<p>3.4.1. Se asigna, en las unidades de aprendizaje vinculadas con la producción de contenidos y gestión de la información y las interacciones, temas vinculados con la normatividad.</p>
<p>3.5. Otra es la comunicación internacional y estudio comparado de comunicación—porque las industrias de comunicación hoy día son globales y funcionan en muchos contextos nacionales.</p>	<p>3.5.1. Este tema se incluye en las asignaturas de carácter obligatorio. De forma directa lo hace «Ecología Mediática, Entornos Sociodigitales y Nuevos Medios», de manera indirecta tres unidades de aprendizaje abordan la multidimensionalidad de los procesos de comunicación: «Introducción al estudio de la comunicación», «Comunicación intercultural» y «Complejidad». De considerarse necesario, el equipo de seguimiento del plan de estudios puede proponer una materia optativa en la que se incluya de forma más puntual este tema.</p>
<p>3.6. Un elemento importante que eché de menos en el plan de estudios es el contexto Latinoamericana, porque las industrias culturales en México son parte de un mercado geo-lingüístico Latinoamericano más amplio. Otra es la cultura popular, presente en algunas asignaturas, pero otra vez un poco ligera en mi opinión. Me refiero al análisis de géneros como la telenovela, varios géneros de música popular, nuevos géneros de cultura producida por los medios sociales, etc.</p>	<p>3.6.1. Sin llegar a este nivel de especificidad, hay cuatro asignaturas que se concentran parcialmente en industrias culturales en el contexto latinoamericano y culturas populares: «Comunicación, cultura y poder», «Estéticas, narrativas y formatos», «Planeación comunicativa en el espacio público» e «Intervención comunicativa en el espacio público». De considerarse necesario, el equipo de seguimiento del plan de estudios puede proponer una materia optativa en la que se incluya de forma más puntual este tema.</p>
<p>3.7. Muy ambiciosa la literatura propuesta en algunas referencias para el nivel de licenciatura.</p>	<p>3.7.1. La mayoría de los textos clásicos ya forman parte de algunas de las unidades de aprendizaje del plan actual, el equipo de diseño de la propuesta considera pertinente que se continúen incluyendo como referencias en tanto se empleen otras referencias que faciliten su comprensión en el contexto contemporáneo del ejercicio profesional y el nivel de complejidad apropiado para el plan de estudios de una licenciatura.</p>
<p>3.8. Bien justificada y bien construida como plan de estudios en comunicación. Cubre las áreas principales de nuestra disciplina, estructura bien el camino de los estudiantes a través del currículum, les proporciona las</p>	<p>3.8.1. Continuar con el ejercicio institucional de seguimiento y calidad del plan de estudios, así como las políticas de actualización de la propuesta curricular.</p>

Observaciones	Resolución o justificación
<p>habilidades básicas para dominar las materias avanzadas, y responde a los desarrollos más recientes en las industrias y profesiones de comunicación. Conozco bien las facultades de los tres campus y he visto el trabajo de sus estudiantes y egresados, y puedo afirmar la calidad de los programas y afirmar específicamente el desarrollo de la calidad académica de los profesores de tiempo completo, mencionado en la página 16 de la propuesta. Son programas de alta calidad, y es evidente también que, como en todo el mundo, la demanda estudiantil y la importancia económica y social de la educación en comunicación están creciendo.</p>	

Fuente: Elaboración propia.

8. Referencias

- Consejo para la Acreditación de la Educación Superior, A.C. (2019). *Padrón de programas de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación acreditados por CONAC y ACCECISO*. Recuperado de <https://www.copaes.org/consulta.php>
- Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales-UABC. (2017). *Plan de Desarrollo 2017-2021 de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales de la Universidad Autónoma de Baja California*. Recuperado de <http://fcays.ens.uabc.mx/wp-content/uploads/2019/02/PD-2017-2021-FCAYS1.pdf>
- Facultad de Ciencias Humanas- UABC. (2018). *Plan de Desarrollo 2018-2022*. Recuperado de <http://fch.mxl.uabc.mx/wp-content/uploads/2015/04/PD-FCH-Versi%C3%B3n-Final.pdf>
- Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales-UABC (2016). *Plan de Desarrollo 2016-2020*. Recuperado de <https://drive.google.com/file/d/1oEg49wR9R3vZTZFbyaU5heZlIdCXzrmL/view>
- Gobierno del Estado de Baja California. (2015). *Plan Estatal de Desarrollo 2015-2019*. Recuperado de <http://www.copladebc.gob.mx/PED/documentos/Actualizacion%20del%20Plan%20Estatal%20de%20Desarrollo%202014-2019.pdf>
- Hidalgo, J. (2014). *Diagnóstico de la formación y el campo laboral de los comunicadores en México*. Ciudad de México: Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación.
- ONU. (2018). *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe*. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141_es.pdf
- Poder Ejecutivo Nacional. (2013). *Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018*. México: Autor.
- Secretaría de Educación Pública. (2013). *Plan Sectorial de Educación 2013- 2018*. México: Autor.

Serna, A. y Castro, A. (2018). *Metodología de los estudios de fundamentación para la creación, modificación y actualización de programas educativos de licenciatura*. México: UABC.

Shannon, C. y Weaver, W. (1948). *The Mathematical Theory of Communication*. Estados Unidos: Illinois press.

UABC. (2011). Plan de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Universidad Autónoma de Baja California. (1982^{11*}). Reglamento General de Exámenes Profesionales. México: Autor.

Universidad Autónoma de Baja California. (2004*). *Reglamento de Prácticas Profesionales*. México: Autor.

Universidad Autónoma de Baja California. (2007*). *Reglamento de Servicio Social*. México: Autor.

Universidad Autónoma de Baja California. (2010). *Guía Metodológica para la Creación, Modificación y Actualización de los Programas Educativos de la Universidad Autónoma de Baja California*. México: Autor. Recuperado de <http://www.uabc.mx/formacionbasica/documentos/guiametodol%F3gica.pdf>

Universidad Autónoma de Baja California. (2012*). *Manual de Tutorías*. México: Autor.

Universidad Autónoma de Baja California. (2013). *Modelo educativo de la UABC*. México: Autor.

Universidad Autónoma de Baja California. (2017). *Código de Ética de la Universidad Autónoma de Baja California*. México: Autor.

Universidad Autónoma de Baja California. (2018*). *Estatuto Escolar*. México: Autor.

Universidad Autónoma de Baja California. (2019). *Plan de Desarrollo Institucional 2019-2023*. México: Autor.

^{11*} Normativa actual. La operación del plan de estudio se rige con la normatividad vigente de la Universidad.

Wiener, N. (2019). *Cybernetics or control and communication in the animal and the machine*. MIT press.

9. Anexos

9.1. Anexo 1. Formatos metodológicos



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL
 Departamento de Diseño Curricular

FORMATO 1. PROBLEMÁTICAS Y COMPETENCIAS PROFESIONALES

Problemáticas	Competencia profesional	Ámbitos
Organismos gubernamentales, Organismos no gubernamentales y la sociedad requieren un abordaje integral con estrategias comunicativas en diferentes plataformas multimedia y participativas hacia el cuidado de la salud y el medio ambiente que contribuyan a la calidad de vida de las comunidades participantes.	Diseñar estrategias de comunicación de la salud y el cuidado del medio ambiente, a través del establecimiento de puentes entre los marcos teóricos y los procesos metodológicos participativos, orientados a la gestión de la calidad de vida y bienestar de la sociedad, con creatividad, responsabilidad social y trabajo colaborativo.	Incidirá en el sector público o privado, a nivel regional, nacional e internacional.
La sociedad diversa e hiperconectada requiere la interacción y la colaboración de formas de participación y acción para la solución de problemas globales, locales y colectivos a través de una mediación social enfocada en crear distintas prácticas de socialidad y construcción de ciudadanías.	Evaluar desde la comunicación las crisis de la vida pública y ciudadanías, mediante el análisis crítico e investigación empírica de las tensiones y complejidades sociales, culturales, políticas y económicas, que enfrenta un mundo globalizado e hiperconectado, para implementar acciones que contribuyan a la solución de estas situaciones o conflictos considerando los distintos actores involucrados, desde un pensamiento crítico, respetuoso, abierto y dispuesto al diálogo.	Incidirá en el sector público o privado, a nivel regional, nacional e internacional.

Problemáticas	Competencia profesional	Ámbitos
El ecosistema social mediático contemporáneo requiere gestión y producción de contenidos hipermediáticos, interactivos o multiplataforma.	Desarrollar experiencias de interacción medios-sociedad, para formar audiencias activas y críticas, mediante herramientas de gestión y producción de contenidos en entornos hipermediales, siendo respetuosos, responsables y solidarios con la comunidad involucrada.	Incidirá en el sector público o privado, a nivel regional, nacional e internacional.
	Producir contenidos mediáticos, utilizando las tecnologías más recientes de gestión y producción hipermedia, para brindar acceso activo a audiencias multiplataforma, de una manera reflexiva, respetuosa, responsable y apegada a una estricta ética profesional.	Incidirá en el sector público o privado, a nivel regional, nacional e internacional.
Los procesos de comunicación requieren de una adecuada planificación de la comunicación institucional como estrategia fundamental en las organizaciones que aseguren respuestas a las nuevas realidades colectivas.	Valorar las dinámicas de comunicación en las organizaciones, con base en diagnósticos de las necesidades de los actores y sus medios, diseño de planes y modelos comunicativos, para la implementación de estrategias de comunicación capaces de transformar los ámbitos micro y macro sociales, con actitud crítica, colaborativa y compromiso social.	Incidirá en el sector público o privado, a nivel regional, nacional e internacional.

FORMATO 2. IDENTIFICACIÓN DE LAS COMPETENCIAS ESPECÍFICAS QUE INTEGRAN CADA COMPETENCIA PROFESIONAL

Competencia profesional	Competencias específicas
<p>Calidad de vida y bienestar 1. Diseñar estrategias de comunicación de la salud y el cuidado del medio ambiente, a través del establecimiento de puentes entre los marcos teóricos y los procesos metodológicos participativos, orientados a la gestión de la calidad de vida y bienestar de la sociedad, con creatividad, responsabilidad social y trabajo colaborativo.</p>	<p>1.1. Diagnosticar los procesos de la salud y el medio ambiente, mediante el análisis del contexto, necesidades de la comunidad, prioridades, causas y problemáticas, para identificar los problemas y abordar su solución desde una perspectiva comunicacional participativa, con empatía, trabajo colaborativo y responsabilidad social.</p> <p>1.2. Gestionar estrategias de comunicación sobre el cuidado de la salud y el medio ambiente, a través de metodologías participativas fundamentadas en el diagnóstico, para la co-creación e implementación de acciones que contribuyan a la solución del problema, con creatividad, profesionalismo y responsabilidad social.</p> <p>1.3. Evaluar los resultados obtenidos de la implementación de estrategias de comunicación vinculadas a la gestión de la salud y el medio ambiente, a través de procedimientos metodológicos mixtos a lo largo del proceso de intervención, para continuar con las buenas prácticas y superar las limitaciones encontradas, con respeto, responsabilidad social y sentido crítico.</p>
<p>Vida pública y ciudadanías 2. Evaluar desde la comunicación las crisis de la vida pública y ciudadanías, mediante el análisis crítico e investigación empírica de las tensiones y complejidades sociales, culturales, políticas y económicas, que enfrenta un mundo globalizado e hiperconectado, para implementar acciones que contribuyan a la solución de estas situaciones o conflictos considerando los distintos actores involucrados, desde un pensamiento crítico, respetuoso, abierto y</p>	<p>2.1. Analizar los procesos comunicativos en un escenario global de tensiones sociales, culturales, políticas y económicas, mediante los referentes teóricos y metodológicos, para integrar evidencia empírica sobre los problemas vinculados con la vida pública y ciudadanía, con pensamiento crítico y respeto a la diversidad.</p> <p>2.2. Diseñar un plan de estrategias comunicativas, a partir de la evidencia empírica, para intervenir en las necesidades vinculadas con la vida pública y ciudadanía, desde el respeto, creatividad y apertura.</p> <p>2.3. Implementar acciones de comunicación, encaminadas a la solución de las problemáticas sociales identificadas, mediante el uso reflexivo de recursos teóricos, herramientas técnico procedimentales y participación dialógica entre los actores involucrados, con responsabilidad social y profesionalismo</p>

Competencia profesional	Competencias específicas
dispuesto al diálogo.	
<p>Interacciones mediáticas</p> <p>3. Desarrollar experiencias de interacción medios-sociedad, para formar audiencias activas y críticas, mediante herramientas de gestión y producción de contenidos en entornos hipermediales, siendo respetuosos, responsables y solidarios con la comunidad involucrada.</p>	<p>3.1. Investigar las necesidades de comunicación, empleando los recursos vinculados a procesos mediáticos a partir de un contexto específico, para realizar propuestas de intervención interdisciplinarias, mostrando razonamiento crítico, responsabilidad social y apertura a diversas perspectivas</p> <p>3.2. Desarrollar proyectos de formación de audiencias críticas y participativas, empleando recursos teórico-instrumentales, para integrar procesos, metodologías y herramientas de gestión y producción multimedia, con una visión integradora, ética profesional, compromiso social y creatividad.</p>
<p>4. Producir contenidos mediáticos, utilizando las tecnologías más recientes de gestión y producción hipermedia, para brindar acceso activo a audiencias multiplataforma, de una manera reflexiva, respetuosa, responsable y apegada a una estricta ética profesional.</p>	<p>4.1. Desarrollar diagnósticos de procesos de comunicación hipermediática, a través de la contextualización con el entorno social, económico, cultural, jurídico e histórico, y las herramientas del estudio de la massmediación, para examinar las condiciones y necesidades informativas, comunicacionales y de interacción de audiencias, mostrando responsabilidad social, sensibilidad y sentido crítico.</p> <p>4.2. Producir recursos y estrategias de interacción y recursos comunicativos en diversos soportes, por medio de las herramientas, técnicas y procesos de producción y contenidos hiper-media, para la superación de las condiciones de asimetría y representación en los procesos de comunicación mediática; poniendo en práctica una estricta ética profesional, creatividad, compromiso social y sentido crítico.</p>
<p>Comunicación organizacional e Institucional</p> <p>5. Valorar las dinámicas de comunicación en las organizaciones, con base en diagnósticos de las necesidades de los actores y sus medios, diseño de planes y modelos comunicativos, para la implementación de estrategias de</p>	<p>5.1. Analizar los procesos comunicativos entre los diversos públicos de la organización, a través de fundamentos teórico metodológicos, para la identificación de la problemática comunicacional en los ámbitos micro y macro sociales, con responsabilidad y actitud crítica</p> <p>5.2. Planificar procesos de intervención, con base en acciones de comunicación integral, para la solución de las problemáticas detectadas en la organización, que contribuyan a la transformación de los ámbitos micro y macro sociales, con respeto, creatividad y trabajo colaborativo</p>

Competencia profesional	Competencias específicas
comunicación capaces de transformar los ámbitos micro y macro sociales, con actitud crítica, colaborativa y compromiso social.	5.3. Implementar el plan estratégico de comunicación integral aprobado, mediante el uso reflexivo de recursos teóricos, herramientas técnico procedimentales y participación dialógica entre los actores involucrados, para la transformación de los ámbitos micro y micro sociales, con profesionalismo, trabajo en equipo y creatividad.
	5.4. Evaluar los resultados del proceso de intervención de la comunicación organizacional, con herramientas metodológicas pertinentes al objeto de estudio, para proponer cursos de acción oportunos en los ámbitos micro y macro sociales, con honestidad y ética profesional.

FORMATO 3. ESTABLECIMIENTO DE LAS EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE

Competencia profesional 1: Diseñar estrategias de comunicación de la salud y el cuidado del medio ambiente, a través del establecimiento de puentes entre los marcos teóricos y los procesos metodológicos participativos, orientados a la gestión de la calidad de vida y bienestar de la sociedad, con creatividad, responsabilidad social y trabajo colaborativo.

Competencias específicas	Evidencias de aprendizaje
1.1. Diagnosticar los procesos de la salud y el medio ambiente, mediante el análisis del contexto, necesidades de la comunidad, prioridades, causas y problemáticas, para identificar los problemas y abordar su solución desde una perspectiva comunicacional participativa, con empatía, trabajo colaborativo y responsabilidad social.	Diagnóstico colaborativo que incluya el marco conceptual, procedimental y contextual para el trabajo de campo y la integración de los saberes, intereses, necesidades y expectativas de los diferentes actores identificados en la problemática vinculada a la salud y/o el medio ambiente.
1.2. Gestionar estrategias de comunicación sobre el cuidado de la salud y el medio ambiente, a través de metodologías participativas fundamentadas en el diagnóstico, para la co-creación e implementación de acciones que contribuyan a la solución del problema, con creatividad, profesionalismo y responsabilidad social.	Plan operativo inicial que integre las acciones, productos y espacios de comunicación que favorezcan el encuentro entre los actores vinculados a la gestión de la salud y/o el medio ambiente a partir de los resultados del diagnóstico.

Competencias específicas	Evidencias de aprendizaje
1.3. Evaluar los resultados obtenidos de la implementación de estrategias de comunicación vinculadas a la gestión de la salud y el medio ambiente, a través de procedimientos metodológicos mixtos a lo largo del proceso de intervención, para continuar con las buenas prácticas y superar las limitaciones encontradas, con respeto, responsabilidad social y sentido crítico.	Portafolio de evidencias que incluya los instrumentos de evaluación y reporte la documentación de los procesos, resultados; así como los alcances de la gestión de la comunicación vinculada a la salud y/o medio ambiente mediante el trabajo colaborativo.

Competencia profesional 2: Evaluar desde la comunicación las crisis de la vida pública y ciudadanías, mediante el análisis crítico e investigación empírica de las tensiones y complejidades sociales, culturales, políticas y económicas, que enfrenta un mundo globalizado e hiperconectado, para implementar acciones que contribuyan a la solución de estas situaciones o conflictos considerando los distintos actores involucrados, desde un pensamiento crítico, respetuoso, abierto y dispuesto al diálogo.

Competencias específicas	Evidencias de aprendizaje
2.1. Analizar los procesos comunicativos en un escenario global de tensiones sociales, culturales, políticas y económicas, mediante los referentes teóricos y metodológicos, para integrar evidencia empírica sobre los problemas vinculados con la vida pública y ciudadanía, con pensamiento crítico y respeto a la diversidad.	Proyecto de investigación de los procesos comunicativos en diferentes escenarios de tensión que integre la aplicación de metodologías y el análisis de evidencia empírica a la luz de perspectivas teóricas.
2.2. Diseñar un plan de estrategias comunicativas, a partir de la evidencia empírica, para intervenir en las necesidades vinculadas con la vida pública y ciudadanía, desde el respeto, creatividad y apertura.	Plan de intervención participativa sobre las necesidades vinculadas con la vida pública y ciudadanía que integre estrategias comunicativas para la solución de problemas.
2.3. Implementar acciones de comunicación, encaminadas a la solución de las problemáticas sociales identificadas, mediante el uso reflexivo de recursos teóricos, herramientas	Portafolio de evidencias que integre las estrategias comunicativas que se desarrollaron en el plan de intervención.

Competencias específicas	Evidencias de aprendizaje
técnico procedimentales y participación dialógica entre los actores involucrados, con responsabilidad social y profesionalismo	

Competencia profesional 3: Desarrollar experiencias de interacción medios-sociedad, para formar audiencias activas y críticas, mediante herramientas de gestión y producción de contenidos en entornos hipermediales, siendo respetuosos, responsables y solidarios con la comunidad involucrada.

Competencias específicas	Evidencias de aprendizaje
3.1. Investigar las necesidades de comunicación, empleando los recursos vinculados a procesos mediáticos a partir de un contexto específico, para realizar propuestas de intervención interdisciplinarias, mostrando razonamiento crítico, responsabilidad social y apertura a diversas perspectivas	<p>Reporte de investigación derivado de problematizar los complejos procesos mediáticos digitales y sus contextos, así como su enfoque y perspectiva de análisis.</p> <p>Diseño de intervención para la solución de problemas en formación de audiencias, que integre los resultados de la investigación, el tipo de recursos y el plan de intervención.</p>
3.2. Desarrollar proyectos de formación de audiencias críticas y participativas, empleando recursos teórico-instrumentales, para integrar procesos, metodologías y herramientas de gestión y producción multimedia, con una visión integradora, ética profesional, compromiso social y creatividad.	<p>Proyecto de producción y gestión de contenidos para la formación de audiencias críticas y participativas.</p> <p>Portafolio de evidencias en el que se incluya la investigación de procesos mediáticos, la planeación del proyecto de intervención, la producción de recursos e implementación del sistema de gestión de contenidos, los procesos de evaluación y seguimiento con la comunidad y conclusiones y propuestas de adecuación del proyecto.</p>

Competencia profesional 4: Producir contenidos mediáticos, utilizando las tecnologías más recientes de gestión y producción hipermedia, para brindar acceso activo a audiencias multiplataforma, de una manera reflexiva, respetuosa, responsable y apegada a una estricta ética profesional.

Competencias específicas	Evidencias de aprendizaje
<p>4.1. Desarrollar diagnósticos de procesos de comunicación hipermediática, a través de la contextualización con el entorno social, económico, cultural, jurídico e histórico, y las herramientas del estudio de la massmediación, para examinar las condiciones y necesidades informativas, comunicacionales y de interacción de audiencias, mostrando responsabilidad social, sensibilidad y sentido crítico.</p>	<p>Elaborar diagnósticos sobre necesidades informativas, comunicacionales y de interacción de las audiencias, articulando los recursos discursivos y las diversas formas de contexto.</p>
<p>4.2. Producir recursos y estrategias de interacción y recursos comunicativos en diversos soportes, por medio de las herramientas, técnicas y procesos de producción y contenidos hiper-media, para la superación de las condiciones de asimetría y representación en los procesos de comunicación mediática; poniendo en práctica una estricta ética profesional, creatividad, compromiso social y sentido crítico.</p>	<p>Portafolio de evidencias en diversos medios y soportes en lo que se incluyen recursos multimediales, estrategias de gestión e interacción con la audiencia, así como la propuesta de esquemas de evaluación del uso y aprovechamiento de los contenidos y los soportes multiplataforma.</p>

Competencia profesional 5: Valorar las dinámicas de comunicación en las organizaciones, con base en diagnósticos de las necesidades de los actores y sus medios, diseño de planes y modelos comunicativos, para la implementación de estrategias de comunicación capaces de transformar los ámbitos micro y macro sociales, con actitud crítica, colaborativa y compromiso social.

Competencias específicas	Evidencias de aprendizaje
<p>5.1. Analizar los procesos comunicativos entre los diversos públicos de la organización, a través de fundamentos</p>	<p>Diagnóstico de los procesos comunicativos internos o externas a través de la implementación de metodologías pertinentes para</p>

Competencias específicas	Evidencias de aprendizaje
teórico metodológicos, para la identificación de la problemática comunicacional en los ámbitos micro y macro sociales, con responsabilidad y actitud crítica	identificar las problemáticas comunicacionales en los ambientes organizacionales.
5.2. Planificar procesos de intervención, con base en acciones de comunicación integral, para la solución de las problemáticas detectadas en la organización, que contribuyan a la transformación de los ámbitos micro y macro sociales, con respeto, creatividad y trabajo colaborativo	Plan operativo comunicacional que integre las acciones y productos de comunicación integral.
5.3. Implementar el plan estratégico de comunicación integral aprobado, mediante el uso reflexivo de recursos teóricos, herramientas técnico procedimentales y participación dialógica entre los actores involucrados, para la transformación de los ámbitos micro y micro sociales, con profesionalismo, trabajo en equipo y creatividad.	Informe de la implementación que integre las observaciones y experiencias sobre el proceso
5.4. Evaluar los resultados del proceso de intervención de la comunicación organizacional, con herramientas metodológicas pertinentes al objeto de estudio, para proponer cursos de acción oportunos en los ámbitos micro y macro sociales, con honestidad y ética profesional.	Diagnóstico de la implementación que considere los aciertos y las áreas de oportunidad resultado del plan operativo.

FORMATO 4. ANÁLISIS DE COMPETENCIAS ESPECÍFICAS EN CONOCIMIENTOS, HABILIDADES, DESTREZAS, ACTITUDES Y VALORES

Competencia profesional 1: Diseñar estrategias de comunicación de la salud y el cuidado del medio ambiente, a través del establecimiento de puentes entre los marcos teóricos y los procesos metodológicos participativos, orientados a la gestión de la calidad de vida y bienestar de la sociedad, con creatividad, responsabilidad social y trabajo colaborativo.

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
--------------------------	---------------	-------------	---------------------

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
<p>1.1. Diagnosticar los procesos de la salud y el medio ambiente, mediante el análisis del contexto, necesidades de la comunidad, prioridades, causas y problemáticas, para identificar los problemas y abordar su solución desde una perspectiva comunicacional participativa, con empatía, trabajo colaborativo y responsabilidad social.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación y divulgación científica (infografías, conferencias, talleres u otros). • Diagnóstico y tipos de diagnósticos participativos. • Identificación de las necesidades e intereses y posibles soluciones. • Metodología de la investigación acción-participativa. • Diseño de indicadores. • Manejo de bases de datos científicas. • Análisis de información documental y empírica. • Técnicas de recuperación o construcción de la información (entrevista, grupos focales, observación, encuentro sociocultural, marcas de racionalidad comunicacional, matrices socioculturales y otros). • Paradigma de la complejidad. • Interdisciplinariedad. • Problemas de salud en los 	<p>Habilidades de investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de fuentes confiables de información. • Incorporación al trabajo de campo. • Identificación y vinculación con actores claves. • Gestión con la organización demandante. <p>Habilidades analíticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis crítico de la información. • Capacidad de síntesis. • Sistematización de información. <p>Habilidades comunicacionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de escucha. • Diálogo. • Observación. • Escucha de la comunidad. • Hablar en público. • Redacción de textos 	<ul style="list-style-type: none"> • Interdisciplinariedad • Pensamiento crítico • Trabajo colaborativo • Confiabilidad • Empatía • Respeto

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<p>ámbitos local, estatal, nacional y global.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinantes sociales del campo de la salud y el medio ambiente (ecosistema, sistemas alimentarios, qué se entiende por salud y enfermedad, consumo responsable, educación u otros). • Contexto socioambiental. • Análisis de contenido. • Análisis crítico de la información. • Análisis del discurso. • Uso de programas para procesamiento de datos cuantitativos y cualitativos. • Comunicación de crisis. • Comunicación y conflicto. 	<p>académicos y no académicos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Resiliencia para enfrentar escenarios complejos. • Gestión de la comunicación (cita para entrevistas, convocar a los actores). • Dominio de un segundo idioma (buena comprensión del idioma inglés). <p>Habilidades de gestión:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Integración de equipos interdisciplinarios. • Capacidad para el trabajo en equipo. • Vinculación con organizaciones, comunidades u otros actores. 	
<p>1.2. Gestionar estrategias de comunicación sobre el cuidado de la salud y el medio ambiente, a través de metodologías participativas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación y divulgación científica (infografías, conferencias, talleres u otros). • Periodismo científico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de equipos de trabajo. • Redacción de textos académicos y no académicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Empatía • Respeto • Flexibilidad • Adaptación a las circunstancias

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
<p>fundamentadas en el diagnóstico, para la co-creación e implementación de acciones que contribuyan a la solución del problema, con creatividad, profesionalismo y responsabilidad social.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de la comunicación • Segmentación de públicos, uso de lenguaje y tono • Lenguaje verbal y no verbal. • Producción de estrategias de comunicación co-creadas. • Metodologías participativas (más allá de los medios, creativos, interactivos, ej. murales). • Análisis de información científica. • Establecimiento de indicadores. • Relación entre los consumos alimentarios y sus afectaciones en el organismo. • Producción multimedia en diferentes formatos y plataformas. • Multidisciplinariedad. • Mediación. • Mapa de actores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de síntesis. • Claridad. • Producción multimedia y adaptación a diversos formatos y plataformas (cara a cara, impresos, audiovisuales u otros). • Traducción de términos técnicos. • Capacidad de interlocución con los actores (integrantes y expertos) 	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo colaborativo • Disposición para el diálogo de saberes, consulta con expertos y trabajo transdisciplinario
<p>1.3. Evaluar los resultados obtenidos de la implementación de estrategias de comunicación vinculadas a la gestión de la salud y el medio ambiente, a través de procedimientos metodológicos mixtos a lo largo del proceso de intervención, para continuar con las buenas prácticas y</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de estrategias de comunicación co-creadas. • Metodologías participativas de evaluación. • Seguimiento a los indicadores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de síntesis • Capacidad de escucha • Diálogo • Observación • Hablar en público • Liderazgo • Capacidad para el trabajo en equipo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Empatía • Respeto • Flexibilidad • Trabajo colaborativo • Asertividad

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
superar las limitaciones encontradas, con respeto, responsabilidad social y sentido crítico.		<ul style="list-style-type: none"> • Análisis conjunto de los avances, alcances e impactos logrados (qué se hizo, qué se puede mejorar y/o continuar). • Negociación y toma de acuerdos. 	

Competencia profesional 2: Evaluar desde la comunicación las crisis de la vida pública y ciudadanías, mediante el análisis crítico e investigación empírica de las tensiones y complejidades sociales, culturales, políticas y económicas, que enfrenta un mundo globalizado e hiperconectado, para implementar acciones que contribuyan a la solución de estas situaciones o conflictos considerando los distintos actores involucrados, desde un pensamiento crítico, respetuoso, abierto y dispuesto al diálogo.

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
2.1. Analizar los procesos comunicativos en un escenario global de tensiones sociales, culturales, políticas y económicas, mediante los referentes teóricos y metodológicos, para integrar evidencia empírica sobre los problemas vinculados con la vida pública y ciudadanía, con pensamiento crítico y respeto a la diversidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Teoría social, económica y política • Teoría del cambio social Teoría crítica • Teoría posmoderna • Teoría socio espacial • Procesos socioculturales- • Problemáticas socioculturales (desde la vida cotidiana y los procesos de socialización cultural, mundo de vida) • Interaccionismo simbólico • Teorías de comunicación intersubjetiva • Teorías de comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensamiento complejo • Análisis y síntesis de la información • Integración de conceptos • Integración de datos • Manejo de software • Toma de decisiones • Observación • Comprensión de textos académicos • Trabajo colaborativo • Capacidad de escucha activa. • Capacidad de organización ciudadana). 	<ul style="list-style-type: none"> • Actitud crítica • Pensamiento crítico • Respeto a la diversidad • Reconocimiento del otro (otredad) • Apertura a la diferencia • Apertura a la diversidad • Empatía • Conciencia del entorno • Disposición a aprender

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<p>política</p> <ul style="list-style-type: none"> • Procesos socioculturales • Epistemología de la comunicación • Comunicación mediática • Procesos comunicativos • Objetivos del Desarrollo Sostenible. • Estudios sobre la frontera • Metodología de la investigación • Metodología: procesos de intervención • Metodologías cualitativas y cuantitativas • Metodologías colaborativas • (Net) Etnografía • Mediabiografía 	<ul style="list-style-type: none"> • Mediaciones y gestión de acciones para resolver problemas. • Capacidad de diálogo. • Asertividad. • Trabajo interdisciplinario. • Aplicación en la comunidad (contextos comunitarios). • Vinculación con actores. (considerar para varias líneas) • Identificación de crisis en todos los niveles • Vinculación de problemáticas locales con crisis globales. • Reconocimiento de sus derechos y de los derechos humanos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo y liderazgo. • Propositivo.
<p>2.2. Diseñar un plan de estrategias comunicativas, a partir de la evidencia empírica, para intervenir en las necesidades vinculadas con la vida pública y ciudadanía, desde el respeto, creatividad y apertura.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico de comunicación • Gestión de proyectos - Planeación estratégica (fundamentos) • Diseño de contenido • Estéticas, narrativas y contextos culturales (consumo cultural/ audiencias). • Elaboración de productos comunicativos (innovadores). • Manejo de herramientas digitales (diseño digital). 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de los datos • Trabajo/colaboración con grupos • Toma de decisiones • Trabajo en red • Observación • Identificación de necesidades • Habilidades para desarrollar y narrar historias para distintas audiencias. • Emprendimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Respeto • Creatividad • Apertura • Solidaridad • Empatía • Flexibilidad • Sensibilidad. • Trabajo en equipo • Reconocimiento del otro

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
		<ul style="list-style-type: none"> • Participación y diálogo. 	
<p>2.3. Implementar acciones de comunicación, encaminadas a la solución de las problemáticas sociales identificadas, mediante el uso reflexivo de recursos teóricos, herramientas técnico procedimentales y participación dialógica entre los actores involucrados, con responsabilidad social y profesionalismo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Teorías y metodologías de intervención • Manejo de medios • Producción de contenido • Proceso dialógico • Documentación de evidencias. • Evaluación de la implementación (evaluación de proyectos). • Gestión cultural. • Comunicación para la paz 	<ul style="list-style-type: none"> • Toma de decisiones • Trabajo colaborativo • Solución de problemas • Manejo de software • Análisis de la información • Escucha activa • Elaboración de mensajes en función de las audiencias • Comunicación de saberes y asertividad. • Negociación. • Organización de grupos y equipos de trabajo (liderazgo) 	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad social • Profesionalismo • Innovación • Compromiso social • Creatividad • Sensibilidad • Asertividad • Actitud proactiva • Reflexividad • Gratitud. • Colaboración • Confianza. • Adaptación • Humildad

Competencia profesional 3: Desarrollar experiencias de interacción medios-sociedad, para formar audiencias activas y críticas, mediante herramientas de gestión y producción de contenidos en entornos hipermediales, siendo respetuosos, responsables y solidarios con la comunidad involucrada.

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
<p>3.1. Investigar las necesidades de comunicación, empleando los recursos vinculados a procesos mediáticos a partir de un contexto específico, para realizar propuestas de intervención interdisciplinarias, mostrando razonamiento crítico, responsabilidad social y apertura a diversas perspectivas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de Proyectos de impacto social /comercial. • Teorías de la comunicación • Teoría de la recepción • Teorías de las mediaciones e hipermediaciones. • Metodologías de la investigación en la comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación crítica de la realidad. • Investigación en función del contexto. • Dominio de métodos de investigación cuantitativa y cualitativa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Empatía • Respeto a la diversidad • Pensamiento crítico • Responsabilidad social
<p>3.2. Desarrollar proyectos de formación de audiencias críticas y participativas, empleando recursos teórico-instrumentales, para integrar procesos, metodologías y herramientas de gestión y producción multimedia, con una visión integradora, ética profesional, compromiso social y creatividad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Normatividad de la Comunicación • Observatorio de Audiencias • Derechos y defensoría de las audiencias • Autorregulación de medios de comunicación. • Alfabetización mediática e informacional. • Estudio de audiencias. • Edu-comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Habilidades didácticas. • Uso de herramientas de gestión y producción multimedia. • Integración de conceptos • Observación crítica de la realidad. • Proponer soluciones • Toma de decisiones • Planificar • Organizar • Pensamiento lógico, crítico analítico y abstracto • Análisis e interpretación de información • Colaboración multidisciplinaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Apertura a nuevas ideas y conceptos. • Tolerancia • Creatividad e innovación. • Compromiso social. • Ética profesional.

Competencia profesional 4: Producir contenidos mediáticos, utilizando las tecnologías más recientes de gestión y producción hipermedia, para brindar acceso activo a audiencias multiplataforma, de una manera reflexiva, respetuosa, responsable y apegada a una estricta ética profesional.

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
<p>4.1. Desarrollar diagnósticos de procesos de comunicación hipermediática, a través de la contextualización con el entorno social, económico, cultural, jurídico e histórico, y las herramientas del estudio de la massmediación, para examinar las condiciones y necesidades informativas, comunicacionales y de interacción de audiencias, mostrando responsabilidad social, sensibilidad y sentido crítico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Emprendimiento mediático. • Contexto contemporáneo de los sistemas mediáticos. • Legislación, medios, audiencias, acceso a la información pública y derecho a la privacidad personal. • Discurso visual. • Discurso sonoro. • Discurso de las imágenes en movimiento. • Discurso multimedia. • Periodismo contemporáneo. • Conceptualización, redacción y guionización de ideas. • Conocimiento del valor económico de productos /servicios de comunicación. • Estadística de comunicación en redes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación cuantitativa y cualitativa de las problemáticas sociales y de los medios de comunicación. • Análisis de información • Concretar conceptos en proyectos que respondan a necesidades sociales de comunicación. • Habilidad comercial, de persuasión y negociación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Empatía • Responsabilidad Social • Tolerancia • Respeto • Honestidad • Actitud crítica.
<p>4.2. Producir recursos y estrategias de interacción y recursos comunicativos en diversos soportes, por medio de las herramientas, técnicas y procesos de producción y contenidos hiper-media, para la superación de las condiciones de asimetría y representación en los</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dicción y uso fluido del lenguaje. • Producción sonora • Producción Audiovisual • Diseño gráfico digital • Periodismo Digital • Gestión de redes sociales. • Proyectos de podcasting y 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad argumentativa. • Manejo de equipo de producción y postproducción de audio y video. • Animación vectorial y 3d básico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Empatía • Responsabilidad social • Ética • Compromiso social • Sensibilidad estética.

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
procesos de comunicación mediática; poniendo en práctica una estricta ética profesional, creatividad, compromiso social y sentido crítico.	<ul style="list-style-type: none"> radio digital Procesos fotográficos. Big Data. Producción de proyectos de comunicación interactiva y transmediática. Metodología para el desarrollo de aplicaciones digitales. Gestión de proyectos. Dirección de proyectos multimedia. Dirección dramática. Producción de proyectos publicitarios. 	<ul style="list-style-type: none"> Manejo de software para análisis estadístico. Programación básica para integración y análisis de bases de datos. 	

Competencia profesional 5: Valorar las dinámicas de comunicación en las organizaciones, con base en diagnósticos de las necesidades de los actores y sus medios, diseño de planes y modelos comunicativos, para la implementación de estrategias de comunicación capaces de transformar los ámbitos micro y macro sociales, con actitud crítica, colaborativa y compromiso social.

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
5.1. Analizar los procesos comunicativos entre los diversos públicos de la organización, a través de fundamentos teórico metodológicos, para la identificación de la problemática comunicacional en los ámbitos micro y macro sociales, con responsabilidad y actitud crítica	<ul style="list-style-type: none"> Tipos de diagnóstico Análisis FODA Análisis PESTEL Redes y flujos de comunicación interna en las organizaciones Análisis de públicos Cultura organizacional Técnicas de investigación cualitativa 	<ul style="list-style-type: none"> Escritura de textos académicos y no académicos Expresión oral – facilidad de palabra Liderazgo Conducción y manejo de grupos Trabajo en equipo y 	<ul style="list-style-type: none"> Honestidad Responsabilidad Puntualidad Colaboración Respeto Iniciativa Trabajo en equipo Pensamiento Integrador

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	<ul style="list-style-type: none"> • Técnicas de investigación cuantitativa • Investigación documental • Estudios de mercado • Segmentación de mercados • Análisis de datos • Análisis del discurso • Análisis del contenido • Teoría de sistemas • Teoría de la complejidad • Técnicas de análisis de medios y mensajes • Relaciones públicas • Responsabilidad Social organizacional • Identidad e imagen corporativa • Comunicación en crisis / o de riesgo • Solución de conflictos • Administración (escuelas del comportamiento organizacional) • Diseño organizacional • Filosofía organizacional • Contexto organizacional • Comunicación en grupos 	<ul style="list-style-type: none"> colaborativo • Identificación de problemas de comunicación en las organizaciones • Uso de bases de datos y sistemas de información documental • Capacidad de negociación • Toma de decisiones 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensamiento crítico • Creatividad • Honestidad • Liderazgo
<p>5.2. Planificar procesos de intervención, con base en acciones de comunicación integral, para la solución de las problemáticas detectadas en la organización, que contribuyan a la</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación estratégica (cronograma y presupuestos del plan de comunicación) • Identidad e imagen corporativa • Diseño de planes de comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Trabajo en equipo • Uso de herramientas (rituales, leyendas, mitos, guiones) • Manejo de grupos 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de análisis • Flexibilidad • Coherencia • Pensamiento Positivo

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
transformación de los ámbitos micro y macro sociales, con respeto, creatividad y trabajo colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de Marketing y marketing digital • Estrategias de marketing Social • Estrategias publicitarias • Periodismo • Producción multimedia • Manejo de crisis • Benchmarking • Creación de rituales • Leyendas y tradiciones en la organización • Guionismo • Filosofía de la planeación • Estudios de factibilidad • Elaboración de protocolo de comunicación en crisis 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis mediático de la información • Gestión de contenidos en redes sociales • Gestión de imagen en redes sociales (reputación digital) • Comunicación oral y escrita • Diseño y organización de la información 	<ul style="list-style-type: none"> • Proactividad • Actualización profesional • Eficiencia en el uso de recursos • Respeto
5.3. Implementar el plan estratégico de comunicación integral aprobado, mediante el uso reflexivo de recursos teóricos, herramientas técnico procedimentales y participación dialógica entre los actores involucrados, para la transformación de los ámbitos micro y macro sociales, con profesionalismo, trabajo en equipo y creatividad.	<ul style="list-style-type: none"> • Discurso sonoro • Discurso visual y audiovisual • Producción multimedia • Dinamización de grupos • Organización de eventos • Diseño editorial • Comunicación gráfica • Gestión de comunicación en crisis • Comunicación interinstitucional • Conocimiento de protocolo y ceremonial • Administración y gestión de recursos (valoración del comunicólogo en la empresa, mostrar cómo se gestión de 	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Trabajo en equipo • Gestión • Planeación • Logísticas • Relaciones sociales • Manejo de imagen • Manejo de grupos 	<ul style="list-style-type: none"> • Proactividad • Responsabilidad • Trabajo en equipo • Liderazgo

Competencias específicas	Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
	recursos en las OSC, procuración de fondos como autoempleados)		
5.4. Evaluar los resultados del proceso de intervención de la comunicación organizacional, con herramientas metodológicas pertinentes al objeto de estudio, para proponer cursos de acción oportunos en los ámbitos micro y macro sociales, con honestidad y ética profesional.	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos e instrumentos de evaluación • Estructuración y presentación de informes • Portafolio de evidencias • Propuesta de redirección 	<ul style="list-style-type: none"> • Habilidad analítica • Escucha activa • Retroalimentación 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo profesional • Responsabilidad • Honestidad

FORMATO 5. IDENTIFICACIÓN DE UNIDADES DE APRENDIZAJE Y UNIDADES DE APRENDIZAJE INTEGRADORAS

Competencia profesional 1: Diseñar estrategias de comunicación de la salud y el cuidado del medio ambiente, a través del establecimiento de puentes entre los marcos teóricos y los procesos metodológicos participativos, orientados a la gestión de la calidad de vida y bienestar de la sociedad, con creatividad, responsabilidad social y trabajo colaborativo.

Competencia específica	Conjunto de unidades de aprendizaje	Unidad de aprendizaje integradora	Etapas de formación	Área de conocimiento
1.1. Diagnosticar los procesos de la salud y el medio ambiente, mediante el análisis del contexto, necesidades de la comunidad, prioridades, causas y problemáticas, para identificar los problemas y abordar su solución desde una perspectiva comunicacional participativa, con empatía, trabajo colaborativo y responsabilidad social.	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de Habilidades Socioemocionales • Metodologías participativas en Comunicación • Comunicación y salud • Comunicación ambiental • Comunicación Pública de la Ciencia y la Cultura 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación ambiental 	Disciplinaria	Calidad de Vida y Bienestar
1.2. Gestionar estrategias de comunicación sobre el cuidado de la salud y el medio ambiente, a través de metodologías participativas fundamentadas en el diagnóstico, para la co-creación e implementación de acciones que contribuyan a la solución del problema, con creatividad, profesionalismo y responsabilidad social.	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de Habilidades Socioemocionales • Metodologías participativas en Comunicación • Comunicación y salud • Comunicación ambiental • Comunicación Pública de la Ciencia y la Cultura 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación y salud 	Terminal	Calidad de Vida y Bienestar
1.3. Evaluar los resultados obtenidos de la implementación de estrategias de comunicación vinculadas a la gestión de la	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de Habilidades Socioemocionales • Metodologías participativas en 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación y salud 	Terminal	Calidad de Vida y Bienestar

Competencia específica	Conjunto de unidades de aprendizaje	Unidad de aprendizaje integradora	Etapas de formación	Área de conocimiento
salud y el medio ambiente, a través de procedimientos metodológicos mixtos a lo largo del proceso de intervención, para continuar con las buenas prácticas y superar las limitaciones encontradas, con respeto, responsabilidad social y sentido crítico.	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación • Comunicación y salud • Comunicación ambiental • Comunicación Pública de la Ciencia y la Cultura 			

Competencia profesional 2: Evaluar desde la comunicación las crisis de la vida pública y ciudadanías, mediante el análisis crítico e investigación empírica de las tensiones y complejidades sociales, culturales, políticas y económicas, que enfrenta un mundo globalizado e hiperconectado, para implementar acciones que contribuyan a la solución de estas situaciones o conflictos considerando los distintos actores involucrados, desde un pensamiento crítico, respetuoso, abierto y dispuesto al diálogo.

Competencia específica	Conjunto de unidades de aprendizaje	Unidad de aprendizaje integradora	Etapas de formación	Área de conocimiento
2.1. Analizar los procesos comunicativos en un escenario global de tensiones sociales, culturales, políticas y económicas, mediante los referentes teóricos y metodológicos, para integrar evidencia empírica sobre los problemas vinculados con la vida pública y ciudadanía, con pensamiento crítico y respeto a la	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación Intercultural • Introducción a los Estudios de Comunicación • Semiótica • Investigación Cualitativa en Comunicación • Comunicación, Cultura y Poder • Investigación 	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación Comunicativa para el Espacio Público 	Terminal	Vida Pública y Ciudadanías

Competencia específica	Conjunto de unidades de aprendizaje	Unidad de aprendizaje integradora	Etapa de formación	Área de conocimiento
diversidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Cuantitativa en Comunicación • Complejidad • Análisis e Interpretación de Datos Comunicativos • Ética y Responsabilidad Social • Formación Ciudadana y Diversidad • Desarrollo Humano y Transculturalidad • Estéticas, Narrativas y Formatos • Planeación Comunicativa para el Espacio Público • Pensamiento Científico en las Ciencias Sociales y Humanidades • Comprensión y Redacción de Textos Académicos • Tecnologías para la Generación del Conocimiento • Estrategias de Comunicación Oral 			
2.2. Diseñar un plan de estrategias comunicativas, a partir de la evidencia empírica, para intervenir en las necesidades vinculadas con la vida pública y ciudadanía, desde el respeto, creatividad y apertura.	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación Comunicativa para el Espacio Público • Intervención Comunicativa en el Espacio Público 	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación Comunicativa para el Espacio Público 	Terminal	Vida Pública y Ciudadanías

Competencia específica	Conjunto de unidades de aprendizaje	Unidad de aprendizaje integradora	Etapas de formación	Área de conocimiento
2.3. Implementar acciones de comunicación, encaminadas a la solución de las problemáticas sociales identificadas, mediante el uso reflexivo de recursos teóricos, herramientas técnicas procedimentales y participación dialógica entre los actores involucrados, con responsabilidad social y profesionalismo	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación Comunicativa para el Espacio Público • Intervención Comunicativa en el Espacio Público 	<ul style="list-style-type: none"> • Intervención Comunicativa en el Espacio Público 	Terminal	Vida Pública y Ciudadanías

Competencia profesional 3: Desarrollar experiencias de interacción medios-sociedad, para formar audiencias activas y críticas, mediante herramientas de gestión y producción de contenidos en entornos hipermediales, siendo respetuosos, responsables y solidarios con la comunidad involucrada.

Competencia específica	Conjunto de unidades de aprendizaje	Unidad de aprendizaje integradora	Etapas de formación	Área de conocimiento
3.1. Investigar las necesidades de comunicación, empleando los recursos vinculados a procesos mediáticos a partir de un contexto específico, para realizar propuestas de intervención interdisciplinarias, mostrando razonamiento crítico, responsabilidad social y apertura a diversas perspectivas	<ul style="list-style-type: none"> • Ecología Mediática, Entornos sociodigitales y nuevos medios • Análisis de Audiencias • Gestión y Diseño de Contenido en Redes Sociodigitales • Introducción a las Ciencias Sociales • Estadística para las Ciencias Sociales • Investigación Documental 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión y Diseño de Contenido en Redes Sociodigitales 	Terminal	Interacciones Mediáticas

Competencia específica	Conjunto de unidades de aprendizaje	Unidad de aprendizaje integradora	Etapas de formación	Área de conocimiento
3.2. Desarrollar proyectos de formación de audiencias críticas y participativas, empleando recursos teórico-instrumentales, para integrar procesos, metodologías y herramientas de gestión y producción multimedia, con una visión integradora, ética profesional, compromiso social y creatividad.	<ul style="list-style-type: none"> • Ecología Mediática, Entornos sociodigitales y nuevos medios • Análisis de Audiencias • Gestión y Diseño de Contenido en Redes Sociodigitales 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión y Diseño de Contenido en Redes Sociodigitales 	Terminal	Interacciones Mediáticas

Competencia profesional 4: Producir contenidos mediáticos, utilizando las tecnologías más recientes de gestión y producción hipermedia, para brindar acceso activo a audiencias multiplataforma, de una manera reflexiva, respetuosa, responsable y apegada a una estricta ética profesional.

Competencia específica	Conjunto de unidades de aprendizaje	Unidad de aprendizaje integradora	Etapas de formación	Área de conocimiento
4.1. Desarrollar diagnósticos de procesos de comunicación hipermediática, a través de la contextualización con el entorno social, económico, cultural, jurídico e histórico, y las herramientas del estudio de la massmediación, para examinar las condiciones y necesidades informativas, comunicacionales y de interacción de audiencias, mostrando responsabilidad social, sensibilidad y sentido crítico.	<ul style="list-style-type: none"> • Lenguaje Visual • Lenguaje Sonoro • Diseño y Guion Multimedial • Fundamentos de Periodismo • Realización de Contenidos Sonoros • Periodismo • Realización de Contenidos Fotográficos • Realización de Contenidos Audiovisuales 	<ul style="list-style-type: none"> • Realización de Contenidos Audiovisuales 	Disciplinaria	Interacciones Mediáticas

Competencia específica	Conjunto de unidades de aprendizaje	Unidad de aprendizaje integradora	Etapas de formación	Área de conocimiento
4.2. Producir recursos y estrategias de interacción y recursos comunicativos en diversos soportes, por medio de las herramientas, técnicas y procesos de producción y contenidos hiper-media, para la superación de las condiciones de asimetría y representación en los procesos de comunicación mediática; poniendo en práctica una estricta ética profesional, creatividad, compromiso social y sentido crítico.	<ul style="list-style-type: none"> • Lenguaje Visual • Lenguaje Sonoro • Diseño y Guion Multimedial • Fundamentos de Periodismo • Realización de Contenidos Sonoros • Periodismo • Realización de Contenidos Fotográficos • Realización de Contenidos Audiovisuales 	<ul style="list-style-type: none"> • Realización de Contenidos Audiovisuales 	Disciplinaria	Interacciones Mediáticas

Competencia profesional 5: Valorar las dinámicas de comunicación en las organizaciones, con base en diagnósticos de las necesidades de los actores y sus medios, diseño de planes y modelos comunicativos, para la implementación de estrategias de comunicación capaces de transformar los ámbitos micro y macro sociales, con actitud crítica, colaborativa y compromiso social.

Competencia específica	Conjunto de unidades de aprendizaje	Unidad de aprendizaje integradora	Etapas de formación	Área de conocimiento
5.1. Analizar los procesos comunicativos entre los diversos públicos de la organización, a través de fundamentos teórico metodológicos, para la identificación de la problemática comunicacional en los ámbitos micro y macro sociales, con responsabilidad y actitud crítica	<ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos de la Comunicación en las Organizaciones • Diagnóstico de la Comunicación en las Organizaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico de la Comunicación en las Organizaciones 	Disciplinaria	Comunicación Integral en las Organizaciones
5.2. Planificar procesos de intervención, con base en acciones	<ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos de la Comunicación en las 	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación Estratégica de Proyectos de 	Terminal	Comunicación Integral en las

Competencia específica	Conjunto de unidades de aprendizaje	Unidad de aprendizaje integradora	Etapa de formación	Área de conocimiento
de comunicación integral, para la solución de las problemáticas detectadas en la organización, que contribuyan a la transformación de los ámbitos micro y macro sociales, con respeto, creatividad y trabajo colaborativo	<p>Organizaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico de la Comunicación en las Organizaciones • Planeación Estratégica de Proyectos de Comunicación 	Comunicación		Organizaciones
5.3. Implementar el plan estratégico de comunicación integral aprobado, mediante el uso reflexivo de recursos teóricos, herramientas técnico procedimentales y participación dialógica entre los actores involucrados, para la transformación de los ámbitos micro y macro sociales, con profesionalismo, trabajo en equipo y creatividad.	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación Estratégica de Proyectos de Comunicación • Comunicación y Mercadotecnia • Emprendimiento en Comunicación • Implementación y Evaluación de Proyectos de Comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación y Evaluación de Proyectos de Comunicación 	Terminal	Comunicación Integral en las Organizaciones
5.4. Evaluar los resultados del proceso de intervención de la comunicación organizacional, con herramientas metodológicas pertinentes al objeto de estudio, para proponer cursos de acción oportunos en los ámbitos micro y macro sociales, con honestidad y ética profesional.	<ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos de la Comunicación en las Organizaciones • Diagnóstico de la Comunicación en las Organizaciones • Planeación Estratégica de Proyectos de Comunicación • Comunicación y Mercadotecnia • Emprendimiento en Comunicación • Implementación y Evaluación de Proyectos de Comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación y Evaluación de Proyectos de Comunicación 	Terminal	Comunicación Integral en las Organizaciones

9.2. Anexo 2. Actas de Consejos Técnicos



MINUTA DE LA REUNIÓN ORDINARIA DEL CONSEJO TÉCNICO CELEBRADO EL JUEVES 4 DE FEBRERO 15 DE 2021 A LAS 11:05 HORAS A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA GOOGLE MEET.

EN LA SESIÓN DEL CONSEJO TÉCNICO ESTUVIERON PRESENTES LOS CONSEJEROS PROPIETARIOS MAESTROS: **Jesús Adolfo Soto Curiel, Shamaly Alheli Niño Carrasco, Victoria Santillán Briseño, Yazmín Vargas Gutiérrez, Jaime Olivera Hernández, Hernán Franco Martín y Erika Paola Reyes Piñuelas.** LOS CONSEJEROS SUPLENTE MAESTROS: **Fausto Medina Esparza, Carlos David Solorio Pérez, Graciela Paz Alvarado, Elsa de J. Hernández Fuentes, Ángel Omar May González y Juan Carlos Castellanos Ramírez.** LOS CONSEJEROS PROPIETARIOS ALUMNOS: **Jesús Javier Bernal Sáñez, Julisa Lazarín Sánchez, Alma Dalia Medeles Padilla, Fernanda Lariza Nieto Rodríguez y Karen Lucero Peña Álvarez** Y LAS CONSEJERAS SUPLENTE ALUMNAS: **Andrea F. Jiménez Saldívar, Danitza Jazmín Pérez García, Priscila Rosas Martínez y Rosario Vásquez Ramírez.**

Siendo las 10:05 horas del día 4 de febrero de 2021, se llevo a cabo a través de la plataforma Google Meet reunión de Consejo Técnico de la Facultad de Ciencias Humanas bajo el siguiente orden del día:

- 1.- Lista de asistencia y declaración del quórum.
- 2.- Lectura y aprobación de orden del día.
- 3.- Presentación de propuesta de modificación del plan de estudios del programa educativo de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.
- 4.- Recepción de opiniones, con respecto al punto 3, de los integrantes del Consejo.
- 5.- Clausura de la sesión.

Dando seguimiento a la orden del día, se realizó pase de lista, contando con la presencia del quorum necesario se dio lectura a la orden del día, que fue aprobada por unanimidad.

Después de la lectura y aprobación se procedió al punto número 3 de la orden del día. La presentación de la propuesta del plan de estudios de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación estuvo a cargo del Mtro. Marcos Ramírez Espinosa, Coordinador de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación y del Dr. Armando Gutiérrez Ortega, responsable del proceso de modificación del plan de estudios.

En la presentación los expositores explicaron cómo se llevó a cabo el proceso de reestructuración del plan de estudios y el contenido general de la propuesta, misma que se había enviado con anterioridad.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "A. F. S. T.", is located at the bottom right of the page.

Al término de la presentación, el presidente del Consejo abrió el espacio para comentarios y opinión de los presentes

La primera intervención fue de la Dra. Victoria Santillán Briceño, quien primero felicitó a los profesores y a la planta docente por la propuesta y externo la preocupación de la Mtra. Lili López respecto a si no habría implicaciones al presentarse primero el plan de estudios de la LCC, sin que se presentaran los demás.

El presidente del Consejo tomó la palabra y comentó que se presenta un primer plan de estudios y luego, los demás. Indicó que se puede iniciar con el tronco común y después integrarse los demás planes de estudio conforme se vayan aprobando por Consejo Universitario.

La segunda intervención fue de la estudiante Priscila Rosas, quien indicó que tenía algunas preguntas: la primera pregunta fue, si las cartas descriptivas no deberían estar integradas al plan de estudios.

Ante esta interrogante, el presidente del consejo aclaró que el plan no se presenta al Consejo Universitario sino cuenta con toda la información. También intervino el Dr. Armando Gutiérrez quien señaló que ya se tenían las descripciones genéricas y cartas.

La segunda pregunta de la estudiante Priscila fue si actualizará o se contratará a nuevos profesores para responder a las necesidades del plan de estudios. A lo que respondió el Mtro. Marcos Ramírez, coordinador de la carrera que, permanece la planta docente, pero que hay un interés de los profesores por capacitarse en algunas áreas, pero que también se contratará cuando haya necesidad a nuevos elementos en la planta docente. Señaló que el plan de estudios no se adaptará a los profesores.

Al término de su intervención, la estudiante comentó que había una observación de forma e indicó que en el índice dice: mapa curricular de ciencias de la educación. A esto el presidente indicó que ya se tenía conocimiento de ello y se había turnado esa y otras observaciones para que se hicieran las correcciones correspondientes. Asimismo, invitó a los presentes para que si había otros señalamientos los hicieran llegar.

Después intervino nuevamente la Dra. Victoria Santillán y preguntó si se consideró dentro de la optatividad la opción de otros cursos.

A lo que respondió el Mtro. Ramírez que, sí se ha considerado la optatividad para otros cursos complementarios, pues con esto se abre la posibilidad de atender a las competencias.

La Dra. Santillán señaló que esto también abre la posibilidad de que los estudiantes de las distintas carreras puedan tomar asignaturas optativas.

La estudiante Alma Delia preguntó si para esta modificación de plan de estudios habían considerado el modelo de algunas otras universidades para tener una visión más amplia para la carrera. La respuesta del coordinador de la carrera fue que se hizo un análisis de universidades nacionales e internacionales, para sí ser con el propósito de ser competitivos y no solo responder a las necesidades de la comunidad inmediata.

Ante esta inquietud intervino el Dr. Armando y señaló que se cuenta con una red de universidades a nivel nacional y el suroeste de Estados Unidos de los que se tomaron referencias.

Al término de las intervenciones, el presidente del Consejo invitó nuevamente a los presentes a enviar, en caso de que hubiera más aportaciones, sus comentarios y sugerencias.

La Sesión de Consejo Técnico se dio por clausurada a las 11:30 horas, levantándose como constancia la presente acta.

ATENTAMENTE

“POR LA REALIZACIÓN PLENA DEL HOMBRE”

Mexicali, Baja California a 4 de febrero de 2021

PRESIDENTE

Jesús Adolfo Soto Curiel



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES
 UABC-CAMPUS-ENSENADA

ACTA DE SESIÓN DE CONSEJO TÉCNICO

Siendo las 10:00 horas del día miércoles 4 de febrero de 2021, y con base en la convocatoria emitida en el oficio circular 01/174/2020-2, se reunieron a través de la plataforma *google meet* los miembros del Consejo Técnico de la Facultad, el Director de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Dr. Sergio Cruz Hernández y Presidente del Consejo Técnico, Consejeros Técnicos propietarios y suplentes por parte de los maestros y Consejeros Técnicos propietarios y suplentes por parte de los alumnos.

Como primer se dio la bienvenida a los asistentes, después se tomó lista formal de los presentes, encontrándose la asistencia de seis Consejeros Técnicos propietarios y seis Consejeros Técnicos suplentes por parte de los maestros; seis Consejeros Técnicos propietarios por parte de los alumnos y dos Consejeros Técnicos suplentes por parte de los alumnos, por lo cual se determina que existe quórum legal para llevar a cabo la sesión y se cumplió con el punto 3 del orden del día.

Se solicitó la autorización de los presentes para que, de manera económica, dieran su visto bueno para la permanencia de la Lic. Anahí Méndez, encargada de comunicación de la Facultad, así como para que ingresara a la video llamada la profesora Nelly Calderón de la Barca Guerrero, quien hizo la presentación del proyecto de modificación de plan de estudios de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación. También se solicitó su venia para grabar en audio la sesión.

Se procedió a desahogar el punto 4 del orden del día. Dando espacio a la maestra Nelly Calderón de la Barca para que hiciera su presentación de los aspectos más relevantes del proyecto de modificación de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Como parte del punto seis del orden del día se abrió el espacio para los integrantes del consejo técnico expresaran sus opiniones con respecto a los proyectos presentados, recibiendo los siguientes comentarios:

Ricardo Osorio: *Estimada Nelly, ágil pero muy concisa interesante propuesta, felicidades extensivas a todo el equipo de trabajo que se involucró en esta*

actividad, ardua tarea. Me da mucho gusto escuchar ese giro de Ciencias de la Comunicación digital, totalmente digital porque esa es la tendencia y sobre todo porque está orientada a las ciencias de vida, a la salud y a la comunicación social, entonces yo considero que va bien armado el documento y que sin duda alguna, tendrá buena aceptación en otros espacios pero en este caso me quedo satisfecho, gracias.

Sergio Cruz: Así es si quedan ganas de estudiar ese nuevo plan de estudios, regresar a la universidad.

Ricardo Osorio: Por la analítica de datos también. En Inteligencia de negocios.

Lizzette Velasco: Yo quiero que reiterar la felicitación, muchas gracias Nelly una presentación muy interesante, me parece muy atinado esa actualización atendiendo a estas nuevas exigencias y la pertinencia en el programa que sigue siendo vigente, muchas felicidades y muchas gracias por todo el esfuerzo que implica todo este proceso de actualización y modificación de plan de estudios, las jornadas han sido muy extensas muy agotadoras y reitero mi felicitación, este proceso nos lleva mucho trabajo a todos y pues veo liderazgo nuevamente que se manifiesta aquí, muchas felicidades y muchas gracias por la presentación, gracias.

Gonzalo Gómez: Excelente, me parece muy bonita la carrera, ahorita me abrió un panorama totalmente diferente desde la carrera de comunicación, ahorita en la situación en la que estamos tocaron unos puntos muy importantes. Es importante saber que los muchachos tienen opciones por esa parte que ahorita no podemos estar de manera presencial, con este programa que nos presentan tan bonito, se me hizo muy interesante. La verdad es que es muchísimo trabajo, fue muy ágil la presentación, pero creo que la da un nuevo enfoque a esta parte de la carrera, me gustó mucho, hasta yo quiero entrar, como dijo el señor director está muy padre la carrera. Mucha felicidad se ve que han trabajado muchísimo y no me queda más que felicitarlos a Nelly y a todos, al igual que a la maestra Elvia, el maestro Alejandro, creo que esto nos va a ayudar muchísimo por esa parte en la que estamos en pandemia, no sabemos, no sabemos si va a haber otra sepa, realmente tenemos un futuro muy incierto entonces esto nos abre nuevas posibilidades, muchas gracias maestra, felicidades, excelente presentación, gracias.

Nelly Calderón de la Barca: Hemos recibido comentarios en el sentido de qué el programa quedó muy bien, algo que los egresados de la carrera de Ciencias de la Comunicación les ha costado un poco de trabajo y que notan que también les ha costado algo de trabajo a colegas, esta parte económica de como cotizarnos, como cotizar nuestro trabajo, tanto en proyectos ambientales, sociales, comunicativos, es un lío como que... no terminamos de caer en cuenta en cómo realizarlo, que ha lo que veo, en otras carreras, por ejemplo Derecho; que lo tienen muy consciente y saben perfectamente cómo hacer esta parte. Esta observación porque eso es algo

que muchos egresados nos dijeron cuando hicimos los grupos de enfoque, y consideramos esta dimensión económica en algunas materias, como son este tema de cómo fundamentar más tus proyectos y saber cómo cobrarlos, de alguna forma está considerado por ejemplo en materias como; Planeación Estratégica de Proyectos de Comunicación está situada en el séptimo semestre de la carrera, Implementación y Evaluación de Proyectos de Comunicación y Comunicación y Mercadotecnia, donde si consideramos que es importante fortalecer esta dimensión más estratégica y pues sin duda promover el emprendimiento por un lado económico, también social, pero sí, eso que mencionas es algo muy importante porque si digamos ¿Cuál va a ser la materia que vayamos a impartir nosotros que hay que colocar de alguna forma esto de “tu proyecto cuanto va a costar” no? Cuánto va a costar implementar. Entonces sí, si está considerado Anahí, muchas gracias por recordarme.

Una vez dado oportunidad para que todos los integrantes del Consejo que así lo externaron, vertieron sus opiniones con respecto a los proyectos de modificación de planes de estudio de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se dio fin a la sesión.

Una vez agotados los puntos del orden del día y no habiendo más asuntos que tratar, se da por clausurada la sesión, siendo las 11:00 horas del día miércoles 3 de febrero de 2021 en la ciudad de Ensenada, Baja California.

Presidente del Consejo Técnico

Chepoch

Sergio Cruz Hernández

Consejeros Técnicos que asistieron

[Signature]
Lizzette Velasco Aulcy
Profesora propietaria

[Signature]
Nelly Calderón de la Barca Guerrero
Profesora propietaria

[Signature]
Oscar Ricardo Osorio Cayetano
Profesor propietario

[Signature]
Miguel Ángel Meléndez Ehrenzweig
Profesor suplente

[Signature]
Jéssica Mendivil Torres
Profesora propietaria

[Signature]
Alejandro Sánchez Sánchez
Profesor propietario

[Signature]
Gonzalo Gómez González
Profesor propietario

[Signature]
Sheila Delhumeau Rivera
Profesora suplente


Alan Martínez Rodríguez
 Profesor suplente


Pablo Alejo López Nuñez
 Profesor suplente


Norma Alicia Flores Arellano
 Profesora suplente

Roberto Sánchez Garza
 Profesor suplente

Miriam Saldaña Sánchez
 Alumna propietaria

Alejandra Chacón Medina
 Alumna propietaria 


Laura Itzel Zayola Rubio
 Alumna propietaria

Tania Jocelin Tolentino Suárez
 Alumna propietaria

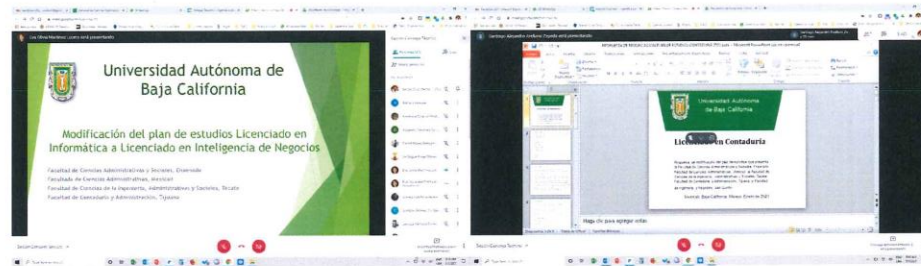
Luis Adrián Ceseña Castro
 Alumno propietario

Adrian Altagracia Morales Juárez
 Alumna propietaria


Daniel Rafael Malagón Chao
 Estudiante suplente

Génesis Stefanía Reséndiz Sánchez
 Estudiante suplente 

Esta hoja de firmas corresponde a la sesión de Consejo Técnico de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales del día miércoles 3 de febrero de 2021.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

ACTA DE SESIÓN ORDINARIA DE CONSEJO TÉCNICO

03 de febrero de 2021

Siendo las 12 horas y media del día 03 de febrero de 2021 dio inicio de manera virtual, a través de la plataforma *Google Meet*, la sesión ordinaria del Consejo Técnico de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Baja California, según consta en convocatoria realizada a través del oficio circular número **328/2020-2**. En desahogo de la orden del día, una vez que se declaró la apertura de la sesión, como primer punto se procedió al registro de la asistencia. La asistencia registrada profesores fue de cinco profesores propietarios y tres suplentes y de los estudiantes uno propietario y tres suplentes. Al contar con seis de los 11 consejeros propietarios activos, se pidió a dos suplentes cubrieron a sus respectivos propietarios, lo que suma 8 consejeros con voz y voto, por lo que se declaró quorum legal. Como punto seguido se procedió a la lectura del orden del día, el cual se sometió a votación y fue aprobado por unanimidad.

El tercer punto del orden del día consistió en la exposición de la Propuesta de Modificación del Plan de Estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación que presentan en conjunto la Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali; la Facultad de Ciencias Sociales, Ensenada; y la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana. La exposición estuvo a cargo de la Dra. Erika Valenzuela Gómez, con la participación del Dr. Gerardo Guillermo León Barrios, profesor de tiempo completo del programa y quien recibió la autorización para ingresar a la sala por parte de los miembros del Consejo, como invitado a la sesión.

Una vez que se expuso cabalmente la propuesta de modificación del plan de estudios, el pleno del Consejo Técnico votó para manifestar si aprobaba o no que se enviara esta propuesta de plan de estudios al Consejo Universitario para su dictamen. El resultado de la votación fue una aprobación por unanimidad.

Como último punto del orden del día, se abordaron algunos temas generales, entre los cuales se incluyó la recomendación de la Dra. María de Jesús Montoya, directora de la Facultad, de buscar formas creativas y flexibles para apoyar a los alumnos dadas las dificultades para tomar clase en línea; y la propuesta de la Dra. Valeria Valencia de que las coordinaciones de la Facultad



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

tengan juntas informativas con los académicos con la finalidad de que éstos últimos puedan asesorar mejor a los alumnos.

Finalmente se preguntó a los miembros del Comité si había algún otro tema propuesto para tratar como parte de los asuntos generales, y como no hubo ninguna propuesta, se consideró agotada la orden del día, por lo que sin más asuntos que abordar se dio por terminada la sesión aproximadamente a las 14:30 de la tarde.

Se adjunta a la presente acta imágenes que validan la asistencia de estudiantes y profesores a la sesión virtual, imágenes de la sesión y votación en formulario de Google.

Firmas



Dra. María de Jesús Montoya Robles
Presidente

Héctor Villanueva Gutiérrez
Secretario

CONSEJEROS PROPIETARIOS

DOCENTES

ESTUDIANTES

Valeria Valencia Zamudio

No asistió

Patsy Sophia Bravo Smith

Erika Valenzuela Gómez

No asistió

Cristian Alberto Hermosillo Fuentes

Héctor Manuel Villanueva Gutiérrez

Oscar Daniel Torres Ortiz

Karla Yudit Castillo Villapudua

No asistió

Yary Pacheco Ayala

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

Sesión ordinaria con integrantes del Consejo Técnico
03 de febrero de 2021

No asistió
Eduardo Sergio Guerra Torres Manuel Iván Castillo Aguiar

No asistió
Julissa Serrano Lizarraga

CONSEJEROS SUPLENTE

DOCENTES

ESTUDIANTES

Edwin Roberto Casillas Burgos

Abril Alejandra García Morales
(Suple a su propietario)

José Antonio Altamirano Trujillo

Nubia Janeth Estrada Payán
(Suple a su propietario)

Denisse Michelle Bello García

Andrea Contreras Moreno

No asistió

No asistió

Etienne Mulumeoderhwa Mufungizi

Quelzel Suhey Lira Zavala

No asistió

No asistió

Kim Ochoa Guzmán

Laura Estefania Amezola Lucatero

No asistió

Cristian Isaac Villalobos Castillo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

Sesión ordinaria con integrantes del Consejo Técnico
03 de febrero de 2021

Convocatoria a sesión de Consejo... X

Convocatoria a sesión de Consejo... X

Personas (14) Chat

Personas (14) Chat

EN LA LLAMADA

Participant Name	Microphone	Video	More
Maria De Jesus Mo... (Tú)	Off	On	Pin
Abril Alejandra Garcia ...	Off	Off	More
Andrea Contreras More...	Off	Off	More
Denise Michaelle Bello ...	Off	Off	More
Eduardo Sergio Guerra ...	Off	Off	More
Edwin Casillas	Off	Off	More
Erika Valenzuela Gomez	On	Off	More
Gerardo Guillermo Leó...	On	Off	More
Gerardo Guillermo Leó... Presentación	Off	Off	More
Hector Manuel Villanue...	Off	Off	More
Karla Yudit Castillo Villa...	Off	Off	More
Nubia Janeth Estrada P...	Off	Off	More
Oscar Daniel Torres Ortiz	Off	Off	More
Valeria Valencia Zamudio	Off	Off	More

Antar la mano Gerardo Guillermo León Barri... está presentando su pantalla

Antar la mano Gerardo Guillermo León Barri... está presentando su pantalla

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

Sesión ordinaria con integrantes del Consejo Técnico
03 de febrero de 2021

Gerardo Guillermo León Barrios está presentando

Comparación

2012-2	2021-2
Las asignaturas vinculadas con la producción mediática tienen un problema de secuenciación didáctica al incluir en el mismo semestre las unidades de aprendizaje: «Producción fotográfica» y «Producción audiovisual».	Se ofrecen asignaturas que ayudan al estudiante a comprender el proceso de la comunicación mediática en contextos más complejos y amplios.
El plan de estudios 2011-2 no promueve asignaturas integradoras.	En la etapa cuenta con tres materias integradoras. Las materias de cada una de las áreas del conocimiento se estructuran en un currículo que encuentra sentido integrador en unidades de aprendizaje en específico.

Ciencias Administrativas y Sociales | CIE
Humanidades y Ciencias Sociales

metapage.com está compartiendo tu pantalla. [Deja de compartir](#) [Clicar](#)

Convocatoria a sesión de Consejo técnico, febr... Lev

Gerardo Guillermo León Barrios está presentando

Comparación

2012-2	2021-2
Las asignaturas vinculadas con la producción mediática tienen un problema de secuenciación didáctica al incluir en el mismo semestre las unidades de aprendizaje: «Producción fotográfica» y «Producción audiovisual».	Se ofrecen asignaturas que ayudan al estudiante a comprender el proceso de la comunicación mediática en contextos más complejos y amplios.
El plan de estudios 2011-2 no promueve asignaturas integradoras.	En la etapa cuenta con tres materias integradoras. Las materias de cada una de las áreas del conocimiento se estructuran en un currículo que encuentra sentido integrador en unidades de aprendizaje en específico.

Ciencias Administrativas y Sociales | CIE
Humanidades y Ciencias Sociales

metapage.com está compartiendo tu pantalla. [Deja de compartir](#) [Clicar](#)

Convocatoria a sesión de Consejo técnico, febr... Lev

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

Sesión ordinaria con integrantes del Consejo Técnico
03 de febrero de 2021

Consejo Técnico de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales

Sesión ordinaria del 3 de febrero de 2021

Este formulario recopila automáticamente las direcciones de correo electrónico de los usuarios de Universidad Autónoma de Baja California. [Cambiar configuración](#)

Voto sobre el orden de día

- A favor
- En contra
- Neutral

Voto para remitir al Consejo Universitario la propuesta, de modificación al plan de estudios de Ciencias de la Comunicación.

- A favor
- En contra
- Neutral

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

Sesión ordinaria con integrantes del Consejo Técnico
03 de febrero de 2021



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali; y Facultad de Ingeniería y Negocios, Guadalupe Victoria.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Licenciado en Ciencias de la Educación, Licenciado en Psicología y Licenciado en Sociología
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Tecnologías para la Generación del Conocimiento
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Básica
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Armando Gutiérrez Ortega
Gilberto Galindo Aldana
Iván Ubaldo Carrillo Rodríguez
Juan Carlos Castellanos Ramírez

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya
Gilberto Manuel Galindo Aldana

Fecha: 22 de enero de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Tecnologías para la Generación del Conocimiento permite al estudiante conocer las características y funcionamiento de los principales recursos y herramientas vinculados con la generación y divulgación del conocimiento, ofreciendo información conceptual e instrumental sobre sus alcances y principales aplicaciones. Es una asignatura obligatoria de la etapa básica, no es necesario haber aprobado una unidad de aprendizaje previa para cursarla, forma parte del tronco común de las DES de Humanas y Ciencias Sociales.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Aplicar las tecnologías de la información, comunicación y colaboración, para la generación y divulgación del conocimiento, mediante el estudio de programas y herramientas que permitan la identificación, organización y categorización de recursos digitales confiables, mostrando responsabilidad, actitud crítica y respeto a la propiedad intelectual.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

1. Portafolio de evidencias que incluya las prácticas y proyectos desarrollados por el estudiante durante el curso.
2. Proyecto de divulgación social de conocimiento científico dirigido al público en general empleando al menos cinco recursos de producción y socialización del conocimiento.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Las Tecnologías de la Información, Comunicación y Colaboración (TICC)

Competencia:

Distinguir los alcances de las tecnologías de información, comunicación y colaboración vinculadas con la generación y difusión del conocimiento, mediante el estudio de sus principales características, funciones y etapas de desarrollo, para la sustentación conceptual de proyectos de producción y socialización del conocimiento empleando diversos recursos, mostrando responsabilidad y capacidad crítica y de análisis.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 1.1. Orígenes de las TICC
- 1.2. Alfabetización digital
- 1.3. Alcances e implicaciones de las tecnologías de información, comunicación y colaboración (TICC)
- 1.4. Conceptos básicos de los sistemas informáticos y sus funciones

UNIDAD II. Ofimática

Competencia:

Emplear los diversos recursos productivos digitales, a través de la comprensión de las técnicas, aplicaciones y herramientas informáticas que se utilizan en la producción informativa, para optimizar, automatizar, mejorar tareas y procedimientos relacionados con la generación y socialización de conocimiento, evidenciando creatividad, rigor y orden.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 2.1. Herramientas para el procesamiento de texto
 - 2.1.1. Microsoft Office
 - 2.1.2. Documentos de Google
 - 2.1.3. Otras herramientas de procesamiento de texto
- 2.2. Herramientas para la creación de hojas de cálculo
 - 2.2.1. Microsoft Excel
 - 2.2.2. Hojas de cálculo de Google
 - 2.2.3. Otras herramientas de creación de hojas de cálculo
- 2.3. Herramientas para creación de presentaciones básicas
 - 2.3.1. Microsoft Powerpoint
 - 2.3.2. Presentaciones de Google
 - 2.3.3. Otras herramientas de presentaciones básicas
- 2.4. Organizadores gráficos
 - 2.4.1. Mindomo
 - 2.4.2. Mindmeister
 - 2.4.3. Otros organizadores gráficos
- 2.5. Producciones audiovisuales
 - 2.5.1. Editores básicos de video *off-line*
 - 2.5.2. Editores básicos de video *on-line*
- 2.6. Presentaciones dinámicas
 - 2.6.1. Prezzi
 - 2.6.2. Genial.ly
 - 2.6.3. Otras herramientas para presentaciones dinámicas

UNIDAD III. Blackboard y plataformas de e-learning

Competencia:

Utilizar plataformas de e-learning, mediante la comprensión de los alcances y funciones de las plataformas de diseño y gestión de cursos semipresenciales y a distancia, para el desarrollo de estrategias de enseñanza-aprendizaje, con una actitud responsable, autónoma y crítica.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 3.1. Políticas de UABC y protección de datos personales
- 3.2. Contenido del curso
 - 3.2.1. Aspectos generales
 - 3.2.2. Módulos de aprendizaje
 - 3.2.3. Actividades
 - 3.2.4. Exámenes
- 3.3. Sesiones en *Blackboard Collaborate*
 - 3.3.1. Sala de curso y sesiones
 - 3.3.2. Funciones generales
 - 3.3.3. Roles de sesión
 - 3.3.4. Exposiciones en *Blackboard*
- 3.3. Grupos
- 3.4. Anuncios
- 3.5. Calendario
- 3.6. Debates
- 3.7. Libro de calificaciones
- 3.8. Debates
- 3.9. Otras plataformas de e-learning
 - 3.9.1. Google Classroom
 - 3.9.2. Edmodo
 - 3.9.3. Moodle

UNIDAD IV. Almacenamiento de información

Competencia:

Organizar información en diversos recursos de almacenamiento digital, estudiando las principales características y condiciones de resguardo y acceso a información en medios físicos y *on-line*, para la disposición segura y ordenada de contenido, de forma honesta, responsable y coherente.

Contenido:

Duración: 4 horas

4.1. Medios físicos

4.1.1. Memorias mecánicas

4.1.2. Memorias ópticas

4.1.3. Memorias en estado sólido

4.1.4. Otras formas de almacenamiento físico de información

4.2. Almacenamiento *on-line*

4.2.1. Google Drive

4.2.2. Microsoft OneDrive

4.2.3. Dropbox

4.2.4. iCloud

4.2.5. Mega

4.2.6. Otras formas de almacenamiento de información *on-line*

UNIDAD V. Herramientas para la producción y difusión de recursos

Competencia:

Producir recursos de socialización de información, mediante la comprensión de aplicaciones de producción y gestión de contenidos así como el uso de herramientas de administración de proyectos, para la construcción y extensión compartida del conocimiento, mostrando una actitud responsable, creativa y honesta.

Contenido:

Duración: 8 horas

5.1. Gestores bibliográficos

5.1.1. Funciones y características

5.1.2. Tipología

5.1.3. Referencias Web

5.1.4. Referencias sociales

5.1.5. De organización del conocimiento

5.1.6. Software propietario

5.1.7. Software libre

5.2. Herramientas de administración de proyectos y colaboración

5.2.1. Google Meet

5.2.2. Wikipedia

5.2.3. Trello

5.2.4. Monday

5.2.5. Asana

5.2.6. Otras herramientas de administración de proyectos y colaboración

5.3. Plataformas de gestión de recursos textuales y gráficos

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	<i>Brochure</i> de tecnologías de información, comunicación y colaboración. (Conceptos, características, evolución, aplicaciones y alcances)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre las características de la práctica y los elementos de contenido vinculados con la generación y difusión del conocimiento mediante TICC. 2. Integra su equipo de trabajo con compañeros de clase. 3. Indaga la información necesaria para el desarrollo de su proyecto. 4. Integra la información y redacta el contenido de su proyecto. 5. Diseña y produce digitalmente el proyecto de <i>Brochure</i>. 6. Presenta el proyecto al grupo. 7. Entrega la evidencia al docente atendiendo las condiciones de tiempo y forma previamente establecidas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos docentes. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Software de producción de contenido textual. • Proyector de video. 	2 horas
UNIDAD II				
4	Procesamiento de texto	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre las características de la práctica y el uso de herramientas de procesamiento de texto. 2. Recibe asignación de información por parte del docente. 3. Indaga e identifica en fuentes 	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos docentes. • Información asignada por el docente para el desarrollo de la práctica. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Software de producción de contenido textual. 	2 horas

		<p>adicionales la información necesaria para el desarrollo de su proyecto.</p> <ol style="list-style-type: none"> Integra la información y redacta el contenido de su proyecto. Entrega la evidencia al docente atendiendo las condiciones de tiempo y forma previamente establecidas. Corrige su propuesta a partir de las observaciones del docente y compañeros. 		
5	Hojas de cálculo	<ol style="list-style-type: none"> Atiende las indicaciones del docente sobre las características de la práctica y el uso de herramientas para elaboración de hojas de cálculo. Recibe asignación de información por parte del docente. Indaga e identifica en fuentes adicionales la información necesaria para el desarrollo de su proyecto. Integra la información y elabora su proyecto. Entrega la evidencia al docente atendiendo las condiciones de tiempo y forma previamente establecidas. Corrige su propuesta a partir de las observaciones del docente y compañeros. 	<ul style="list-style-type: none"> Recursos docentes. Información asignada por el docente para el desarrollo de la práctica. Equipo de cómputo. Conectividad a internet. Aplicación de producción de hojas de cálculo. 	2 horas
	Presentaciones básicas (<i>slideshows</i>)	<ol style="list-style-type: none"> Atiende las indicaciones del docente sobre las características de la práctica y 	<ul style="list-style-type: none"> Recursos docentes. Información asignada por el docente para el desarrollo de 	2 horas

		<p>el uso de herramientas para elaboración de presentaciones básicas.</p> <ol style="list-style-type: none"> Retoma los proyectos producidos en la práctica 2 y práctica 3. Indaga e identifica en fuentes adicionales la información necesaria para el desarrollo de su proyecto. Integra la información y elabora su proyecto. Expone ante el grupo. Entrega la evidencia al docente atendiendo las condiciones de tiempo y forma previamente establecidas. Corrige su propuesta a partir de las observaciones del docente y compañeros. 	<p>la práctica.</p> <ul style="list-style-type: none"> Equipo de cómputo. Conectividad a internet. Software de producción de presentaciones básicas. Proyector de video. 	
6	Mapa conceptual empleando un organizador gráfico	<ol style="list-style-type: none"> Atiende las indicaciones del docente sobre las características de la práctica y el uso de organizadores gráficos. Retoma los proyectos producidos en la práctica 2 y práctica 4. Indaga e identifica en fuentes adicionales la información necesaria para el desarrollo de su proyecto. Integra la información y elabora su proyecto. Entrega la evidencia al docente atendiendo las condiciones de tiempo y forma previamente establecidas. 	<ul style="list-style-type: none"> Recursos docentes. Información asignada por el docente para el desarrollo de la práctica. Equipo de cómputo. Conectividad a internet. Organizador gráfico. Proyector de video. 	2 horas

7	Audiovisual	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre las características de la práctica y el uso de aplicaciones de producción audiovisual. 2. Recibe del docente material audiovisual para el desarrollo de la práctica. 3. Indaga e identifica en fuentes adicionales la información necesaria para el desarrollo de su proyecto. 4. Integra la información y elabora su proyecto. 5. Coloca su proyecto en un reproductor de video <i>on-line</i>. 6. Recibe una crítica constructiva por parte de sus compañeros de clase. 7. Corrige su propuesta a partir de las observaciones de sus compañeros. 8. Entrega la evidencia al docente atendiendo las condiciones de tiempo y forma previamente establecidas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos docentes. • Información asignada por el docente para el desarrollo de la práctica. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Aplicación de producción audiovisual. • Acceso a un reproductor de video <i>on-line</i>. 	4 horas
8	Presentación dinámica	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre las características de la práctica y el desarrollo de presentaciones dinámicas. 2. Integra su equipo de trabajo con compañeros de clase. 3. Retoman material producido en prácticas previas. 4. Indaga e identifica en fuentes adicionales la información necesaria para el desarrollo de 	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos docentes. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Material de prácticas previas. • Aplicación de presentaciones dinámicas. • Proyector de video. 	2 horas

		<p>su proyecto.</p> <p>5. Integra la información y elabora su proyecto.</p> <p>6. Expone ante el grupo el proyecto.</p> <p>7. Entrega la evidencia al docente atendiendo las condiciones de tiempo y forma previamente establecidas.</p>		
UNIDAD III				
9	Portafolio de evidencias de uso de la plataforma Blackboard	<p>1. Atiende las indicaciones del docente sobre las características de la práctica y el uso de plataformas de diseño y gestión de cursos semipresenciales y a distancia.</p> <p>2. Integra su equipo de trabajo con compañeros de clase.</p> <p>3. Indaga e identifica en fuentes adicionales la información necesaria para el desarrollo de su proyecto.</p> <p>4. Integra la información y elabora su proyecto.</p> <p>5. Entrega la evidencia al docente atendiendo las condiciones de tiempo y forma previamente establecidas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos docentes. • Información asignada por el docente para el desarrollo de la práctica. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Organizador gráfico. • Aplicación de presentaciones dinámicas. 	2 horas
10	Almacenamiento <i>on-line</i>	<p>1. Atiende las indicaciones del docente sobre las características de la práctica, así como las características sobre condiciones de resguardo y acceso a información en <i>on-line</i>.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos docentes. • Proyecto de la práctica 2. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Software de producción de contenido textual. • Aplicación de almacenamiento <i>on-line</i>. 	4 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Integra su equipo de trabajo con compañeros de clase. 3. Retoma el proyectos producidos en la práctica 2. 4. Indaga e identifica en fuentes adicionales la información necesaria para el desarrollo de su proyecto. 5. Desarrolla la práctica en el editor compartido. 6. Colabora en línea con el proyecto de los compañeros. 7. Entrega la evidencia al docente atendiendo las condiciones de tiempo y forma previamente establecidas. 		
11	Estrategia de almacenamiento de información	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre las características de la práctica, así como las características sobre condiciones de resguardo y acceso a información en <i>on-line</i> y <i>off-line</i>. 2. Integra su equipo de trabajo con compañeros de clase. 3. Indaga e identifica en fuentes adicionales la información necesaria para el desarrollo de su proyecto. 4. Redacta una estrategia de almacenamiento digital de información en la que se empleen sistemas <i>on-line</i> y <i>off-line</i>. 5. Colabora en línea con el proyecto de los compañeros. 6. Entrega la evidencia al 	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos docentes. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Software de producción de contenido textual. • Aplicación de almacenamiento on-line. 	4 horas

		docente atendiendo las condiciones de tiempo y forma previamente establecidas.		
UNIDAD V				
12	Proyecto de divulgación social de conocimiento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre las características de la práctica y aplicaciones de producción y gestión de contenidos, así como el uso de herramientas de administración de proyectos. 2. Integra su equipo de trabajo con compañeros de clase. 3. Indaga e identifica en fuentes adicionales la información necesaria para el desarrollo de su proyecto. 4. Retoma los proyectos desarrollados en prácticas previas. 5. Redacta un proyecto de divulgación social del conocimiento. 6. Desarrolla el proyecto empleando al menos cinco recursos aprendidos en el curso. 7. Entrega la evidencia al docente atendiendo las condiciones de tiempo y forma previamente establecidas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos docentes. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Software de producción de contenido textual. • Aplicación de gestión de contenidos <i>on-line</i>. 	4 horas
13	Portafolio de evidencias	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre las características de la práctica. 2. Integra los proyectos desarrollados en prácticas 	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos docentes. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Software de producción de contenido textual. 	2 horas

		<p>previas con las correcciones correspondientes a partir de las observaciones del docente o sus compañeros.</p> <ol style="list-style-type: none">3. Redacta una reflexión breve sobre la importancia de las TICC en su futura práctica profesional.4. Entrega la evidencia al docente atendiendo las condiciones de tiempo y forma previamente establecidas.	<ul style="list-style-type: none">• Aplicación de almacenamiento on-line.	
--	--	---	---	--

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Presenta información sobre los conceptos básicos
- Presenta y resuelve ejercicios prácticos relacionados con las temáticas
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y evalúa prácticas y actividades
- Elabora y aplica evaluaciones

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investiga y analiza información sobre conceptos básicos
- Resuelve ejercicios prácticos proporcionados por el profesor
- Realiza las prácticas de taller
- Participa activamente en clase
- Trabaja en equipo
- Elabora y entrega actividades y prácticas en tiempo y forma
- Presenta evaluaciones

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Participación.....	10%
- Exámenes.....	10%
- Prácticas de taller.....	30%
- Portafolio de evidencias.....	20%
- Proyecto de divulgación.....	30%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Arévalo, J. A. (2015). Zotero: : Los Gestores de referencias: software para la gestión y mantenimiento de las referencias bibliográficas en trabajos de investigación (1a. ed.). Scotts Valley, Estados Unidos: Createspace Independent Publishing Platform.</p> <p>Bernstein, J. (2019). <i>Google Apps Made Easy: Learn to work in the cloud;Computers Made Easy</i>. Anaheim, Estados Unidos: SL Editions.</p> <p>Gallegos, M., Peralta, C., & Guerrero, M. (2017). Utilidad de los Gestores BiblioFiguras en la Organización de la Información para Fines Investigativos. <i>Revista Formación Universitaria</i>, 10(5), 77-85. Recuperado de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-50062017000500009&script=sci_arttext&lng=en</p> <p>García-Peñalvo, F. J., & Mendes, J. A. (2018). Exploring the computational thinking effects in pre-university education. <i>Computers in Human Behavior</i>, 80, 407-411. Recuperado de https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563217306854?via%3Dihub</p> <p>Girón, A.T. (2016). <i>Ofimática</i>. Vol. 1. Naucalpan de Juárez, México: Editorial Esfinge.</p> <p>Girón, A.T. (2016). <i>Ofimática</i>. Vol. 2. Naucalpan de Juárez, México: Editorial Esfinge.</p> <p>Hernández, R. M. (2017). Impacto de las TIC en la educación: Retos y perspectivas. <i>Propósitos y Representaciones</i>, 5(1), 325-347. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5904</p>	<p>Alcalá, M. G. (2019). Desigualdad en el acceso a internet en México y la afectación en el ejercicio del derecho humano a la información. <i>Nuevo Derecho</i>, 15(24), 55-70. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7027303</p> <p>Alva de la Selva, A. R. (2015). Los nuevos rostros de la desigualdad en el siglo XXI: la brecha digital. <i>Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales</i>, 60(223), 265-285. Recuperado de http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmcpys/article/view/45387</p> <p>Google. (2021). Manual de ayuda Google Drive. Mountain View, Estados Unidos: Google LLC: Ayuda de Google Drive. Recuperado de https://support.google.com/drive/answer/2424384?co=GENI.E.Platform%3DDesktop&hl=es&oco=1</p> <p>Microsoft. (2021). Ayuda y aprendizaje de Excel. España: <i>Soporte</i>. Recuperado de https://support.microsoft.com/es-es/excel</p> <p>Microsoft. (2021). Ayuda y aprendizaje de Powerpoint. España: <i>Soporte</i>. Recuperado de https://support.microsoft.com/es-es/powerpoint</p> <p>Microsoft. (2021). Ayuda y aprendizaje de Powerpoint. España: <i>Soporte</i>. Recuperado de https://support.microsoft.com/es-es/word</p> <p>Microsoft. (2021). Video de aprendizaje de One Drive. España: <i>Soporte</i>. Recuperado de https://support.microsoft.com/es-es/office/v%3ADdeo-de-aprendizaje-de-onedrive-1f608184-b7e6-43ca-8753-2ff679203132</p>

- La Counte, S. (2019). *The Ridiculously Simple Guide to Google Apps (G Suite): A Practical Guide to Google Drive Google Docs, Google Sheets, Google Slides, and Google Forms*. Anaheim, Estados Unidos: SL Editions.
- Lambert, J., y Frye, C. (2019). *Microsoft Office 2019 Step by Step*. Londres, Reino Unido. Microsoft Press-Pearson Education.
- Samarraie, H. & Saeed, N. (2018). A systematic review of cloud computing tools for collaborative learning: Opportunities and challenges to the blended-learning environment. *Computers & Education*, 124, 77-91. Recuperado de https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0360131518301167?casa_token=bbKvFYtRdSUAAAAA:A:JxBvi9X26EL5qQ6XSh7c6HVBgKrvMF1kKX9kf7kmM1fPS7u4egrWqAPoQIDAwVR1dou8VjxkPrQ
- Viñas, M. (2017). La importancia del uso de plataformas educativas. *Revista Letras*, 6, 157-169. Recuperado de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/61390>
- Vitalaru, B. (2019). Wikis como herramientas de trabajo colaborativo complementario y desarrollo de recursos para la formación en traducción a nivel universitario: Análisis retrospectivo. *Revista de Educación a Distancia*, 1(59), 1-47. Recuperado de <https://revistas.um.es/red/article/view/356501>
- Wood, E. (2018). *E-Learning Department of One*. Alexandria, Estados Unidos: ASTD.

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje debe contar con estudios en ciencias sociales y/o humanidades. Preferentemente con conocimientos en TICC, almacenamiento digital de información, gestión de contenidos *on-line* y divulgación del conocimiento. Que cuente con cursos de capacitación pedagógica. Experiencia profesional y docente mínima de 3 años. Debe ser propositivo, vanguardista, analítico y creativo.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali; y Facultad de Ingeniería y Negocios, Guadalupe Victoria.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Licenciado en Ciencias de la Educación, Licenciado en Psicología y Licenciado en Sociología
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Pensamiento Científico en las Ciencias Sociales y Humanidades
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Básica
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Victoria Elena Santillán Briceño
Cesar Martin Acosta García
Erika Valenzuela Gómez
Alejandra Rodríguez Estrada
Rosa María González Corona

Firma

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya
Gilberto Manuel Galindo Aldana

Firma

Fecha: 22 de enero de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Pensamiento Científico en las Ciencias Sociales y Humanidades tiene como finalidad conocer los fundamentos de la ciencia para desarrollar el pensamiento científico a través del reconocimiento de las diferentes formas de producción del conocimiento (científico y no científico), además de apropiarse de herramientas críticas para abordar y explicar la realidad social de manera objetiva y con rigurosidad. Esta unidad es de carácter obligatorio de la etapa básica y forma parte del Tronco común de las DES Humanas y Ciencias Sociales.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar la generación de conocimientos de las Ciencias Sociales y las Humanidades, mediante el pensamiento crítico, para reconocer su objeto de estudio e identificar su incidencia e intervención de las dinámicas sociales, con responsabilidad social, compromiso y rigor científico.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

1. Elaboración de un documento académico utilizando reflexivamente y de manera crítica los recursos teóricos revisados en la asignatura en relación con el campo disciplinar de su interés.
2. Elaborar el análisis de un artículo científico afín al campo disciplinar de interés, donde identifique las principales ideas, paradigmas, formas de argumentación, falacias, premisas y secuencias lógicas.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Imaginación científica

Competencia:

Contrastar las características del conocimiento científico con otras formas de conocimiento, a través de la discusión de las ciencias sociales y humanidades como ámbitos epistemológicos, para el desarrollo del espíritu y curiosidad científicos, con actitud crítica, interés y rigurosidad.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 1.1. Espíritu y curiosidad científicos
- 1.2. Las Ciencias Sociales y Humanidades como ámbitos del conocimiento
- 1.3. Características del conocimiento científico

UNIDAD II. Pensamiento científico y otras formas de conocimiento

Competencia:

Desarrollar el pensamiento científico, a partir de la diferenciación de distintas formas del conocimiento ordinario y no científico, con el propósito de valorar los objetivos y alcances de la ciencia, mostrando actitud crítica y reflexiva.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 2.1. Conocimiento ordinario y científico
- 2.2. Características de la ciencia
- 2.3. Ciencia Vs. pseudociencia
- 2.4. Clasificación de las ciencias
- 2.5. Obstáculos epistemológicos
- 2.6. Objetivos y alcances de la ciencia

UNIDAD III. Razonamiento para la representación lógica

Competencia:

Desarrollar el razonamiento lógico y la argumentación, mediante el análisis de fenómenos sociales, para explicar e interpretar la realidad, con actitud de tolerancia y respeto.

Contenido:**Duración:** 8 horas

- 3.1. Distinciones entre el pensamiento sistemático y el pensamiento crítico
- 3.2. Lógica deductiva e inductiva
- 3.3. Argumentación y falacias
- 3.4. Sistematización de la representación de la realidad y análisis de los fenómenos
- 3.5. Explicación e interpretación de la realidad

UNIDAD IV. Noción y cambio de paradigmas

Competencia:

Distinguir la estructura y formación de los paradigmas científicos, mediante la identificación de sus características y las crisis epistemológicas que dan lugar a las rupturas en la ciencia, con la finalidad de comprender el proceso de la formación del conocimiento científico, con actitud reflexiva y crítica.

Contenido:

- 4.1. Rupturas y crisis epistemológicas
- 4.2. Paradigma y Ciencia Normal
- 4.3. Formación y Estructura de Paradigmas Científicos

Duración: 10 horas

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Características del conocimiento científico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lee y analiza los textos propuestos para la clase. 2. Abstrae y realiza un listado de las características del pensamiento científico. 3. Entrega tu listado al docente para su retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Textos proporcionados por el docente 	2 horas
2	Explicación científica y no científica	<ol style="list-style-type: none"> 1. Busca un dato de interés científico y una explicación no científica del mismo fenómeno. 2. Contrasta la información que encuentres. 3. Presenta al resto del grupo los hallazgos que obtuviste. 4. Recibe retroalimentación por parte de tus compañeros y docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Proyector • Computadora • Procesador de presentaciones 	4 horas
UNIDAD II				
3	Ciencia Vs Pseudociencia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recibe la información por parte del docente referente a las pseudociencias que se presentan como disciplina científica. 2. Analiza la información recibida. 3. Participa en el debate grupal sobre las pseudociencias que se presentan como disciplina científica, donde el docente será el moderador y seleccionará las posturas de cada estudiante. 4. Reflexiona sobre los argumentos de tus compañeros. 5. Realiza una reflexión individual donde indiques tus pensamientos 	<ul style="list-style-type: none"> • Información otorgada por el docente sobre las pseudociencias • Lugar amplio • Pizarrón • Cronómetro 	6 horas

		<p>sobre lo que distingues de la ciencia y la pseudociencia, mostrando un ejemplo.</p> <p>6. Entrega la reflexión al docente para su retroalimentación.</p>		
4	Clasificación de las ciencias	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analiza la información presentada por el docente referente a las clasificación de las ciencias. 2. Realiza un cuadro comparativo donde se describa la clasificación de las ciencias y sus características, la estructura debe ser de manera creativa. 3. Entrega la actividad al docente para su retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Información sobre la clasificación de las ciencias otorgada por el docente. 	2 horas
UNIDAD III				
5	Razonamiento lógico inductivo y deductivo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Busca 5 enunciados inductivos y 5 enunciados deductivos en diversas fuentes. 2. Entrega al docente los enunciados identificados. 3. Presta atención a la retroalimentación del docente referente a la selección aleatoria de enunciados inductivos y deductivos que le han brindado. 4. Realiza una reflexión para confirmar los componentes del razonamiento lógico inductivo y deductivo. 5. Presenta tu reflexión al grupo para su retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Internet ● Libros y revistas especializados 	4 horas
6	Falacias	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica distintas falacias en diversos medios de comunicación. 2. Redacta al menos 3 falacias identificadas. 3. Presenta las falacias al resto del 	<ul style="list-style-type: none"> ● Internet ● Libros y revistas especializados 	2 horas

		grupo y recibe retroalimentación por parte de tus compañeros y docente.		
UNIDAD IV				
7	Rupturas epistemológicas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Indaga e identifica casos históricos donde se reflejen rupturas epistemológicas. 2. Forma un equipo entre 3-4 integrantes. 3. Comparen las rupturas epistemológicas que encontraron. 4. Seleccionen un caso de ruptura epistemológica. 5. Presenten al resto del grupo los hallazgos obtenidos mediante una dramatización de los mismos (esta puede ser mediante un video). 6. Reciban retroalimentación por parte de sus compañeros y docente. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Internet ● Material de apoyo para dramatización a elección del equipo ● Programas para edición de videos 	8 horas
8	Análisis de artículo científico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Buscar un artículo científico de tu interés. 2. Identifica el paradigma epistemológico y los componentes del mismo. 3. Realiza una presentación frente al grupo sobre los elementos identificados del en el artículo analizado. 4. Recibe y brinda retroalimentación a tus compañeros. 5. Recibe retroalimentación por parte del docente. 6. Entrega al docente el análisis desarrollado con las debidas correcciones. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Proyector ● Internet ● Computadora ● Programa de presentación de información ● Bases de datos institucionales 	4 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Técnica expositiva
- Lecturas guiadas
- Fomentar el trabajo colaborativo
- Moderador de debates
- Retroalimentar
- Estudio de casos

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Trabajo colaborativo
- Exposiciones
- Debates
- Autoevaluación
- Coevaluación
- Dramatización
- Diseño de organizadores gráficos
- Análisis de lecturas
- Estudio de casos
- Resolución de exámenes
- Búsqueda de información

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Prácticas de taller.....	30%
- Exámenes.....	20%
- Documento académico.....	10%
- Análisis de artículo científico.....	40%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Alfaraz, C. (2004), Reseña de El oficio del científico. Ciencia de la ciencia y reflexividad de Pierre Bourdieu. <i>Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad - CTS</i>, abril, 221-225. [clásica]</p> <p>Bachelard, G. (2000). <i>La formación del espíritu científico</i>. México DF: Siglo XXI. Recuperado de: http://www.posgrado.unam.mx/musica/lecturas/LecturaIntroduccionInvestigacionMusical/epistemologia/Bachelard%20Gaston-La-formacion-del-espiritu-cientifico.pdf [clásica]</p> <p>Ben-David, J. (1974). <i>El papel de los científicos en la sociedad. Un estudio comparativo</i>. México: Trillas. [clásica]</p> <p>Bourdieu, P. (2001). <i>Los usos sociales de la ciencia</i>. Buenos Aires: INRA. [clásica]</p> <p>Bunge, M. (1998), <i>La sociología de la ciencia</i>, Buenos Aires: Sudamericana. [clásica]</p> <p>Bunge, Mario (1997). <i>La ciencia, su método y su filosofía</i>. Buenos Aires: Sudamericana. [clásica]</p> <p>Chalmers, A. (1998). <i>¿Qué es esa cosa llamada ciencia?</i>. Argentina: Siglo veintiuno editores. [clásica]</p> <p>Feyerabend, P. (1982). <i>La ciencia en una sociedad libre</i>. México: Siglo veintiuno editores. [clásica]</p> <p>Heller, A. (2005), The Three Logics of Modernity and the Double Bind of the Modern Imagination. <i>Thesis Eleven</i>: (81) 63 p. 63-79. [clásica]</p>	<p>Becher, T. (2001). <i>Tribus y territorios académicos. La indagación intelectual y las culturas de la disciplina</i>. Barcelona: Gedisa. [clásica]</p> <p>Berger, P. y Luckman, T. (1966). <i>La construcción social de la realidad</i>. Buenos Aires: Amorrortu. [clásica]</p> <p>Bourdieu, P. (1988). <i>Campo del poder y campo intelectual</i>. Buenos Aires: Folios Ediciones.[clásica]</p> <p>Bourdieu, P. (1999). <i>Intelectuales, política y poder</i>. Buenos Aires: EUDBA. [clásica]</p> <p>Bourdieu, P. (2000) <i>La distinción</i>. Taurus: España. [clásica]</p> <p>Crane, D. (1972). <i>Invisible Colleges</i>. Chicago: The University of Chicago Press. [clásica]</p> <p>Díaz Salazar, R. (1992). <i>El proyecto de Gramsci</i>. Barcelona: Editorial Anthropos. [clásica]</p> <p>Ferreira, M. (2007). La nueva sociología de la ciencia: el conocimiento científico bajo una óptica post-positivista. <i>Nómadas: Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas</i>. 15, 105-126. [clásica]</p> <p>Foucault, M. (1979). <i>Microfísica del poder</i>. Madrid: Las Ediciones de la Piqueta. [clásica]</p> <p>Fuchs, S. (1993), A sociological theory of scientific change, <i>Social Forces</i>, 71(4), June 1993, 933-953. [clásica]</p> <p>Kreimer, P. (2009). <i>El científico también es un ser humano</i>.</p>

Iranzo, J. y Blanco, J. (1999). *Sociología del conocimiento científico*. Madrid: CIS. [clásica]

Knorr, K. (2005). *La fabricación del conocimiento*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes. [clásica]

Kuhn, T. (2010). *La estructura de las revoluciones científicas*. México: Fondo de Cultura Económica.

Latour, B. y Woolgar, S. (1995). *La vida en el laboratorio. La construcción de los hechos científicos*. Madrid: Alianza Editorial. [clásica]

Olivé, L. (1988). *Conocimiento, sociedad y realidad. Problemas del análisis del conocimiento y el realismo científico*. México: Fondo de Cultura Económica. [clásica]

Pacheco, T. (2006). Aportes de la sociología al estudio de la ciencia como proceso social y producto cultural. *Ludus Vitalis* 14 (25):95-104. [clásica]

Pérez Tamayo, R. (2008). *La estructura de la ciencia*. México: Fondo de Cultura Económica. [clásica]

Popper, K. (2018). *Conjeturas y Refutaciones. El desarrollo del conocimiento científico*. Buenos Aires: Paidós.

Wallerstein, I. (1999). *Impensar las ciencias sociales*. México: Siglo XXI. [clásica]

Argentina: Siglo veintiuno editores. [clásica]

López, J., Valdés, C., Muñoz, L. & Polonio, C. (2009). *Introducción: percepción de la ciencia y cultura científica en Iberoamérica*. En M. Albornoz, *Cultura Científica en Iberoamérica* (págs. 15-36). FECYT, OEI, RICYT. [clásica]

Maturana, H. (1996). *La realidad: ¿objetiva o construida?: Fundamentos biológicos de la realidad*. Barcelona: Editorial Anthropos. [clásica]

Mendelsonhn, E. (1977). *The Social production of scientific knowledge: Sociology of the sciences*, Estados Unidos, Springer Science & Business. [clásica]

Méndez, T. (2006). Aportes de la Sociología al estudio de la ciencia como proceso social y como producto cultural. *Ludus Vitalis*. 14(25), 95-104. [clásica]

Merton, R. (1985), *La sociología de la ciencia 1*. Madrid: Alianza Universidad. [clásica]

Monteiro, S., Sherbino, J., Sibbald, M., & Norman, G. (2020). Critical thinking, biases and dual processing: The enduring myth of generalisable skills. *Medical education*, 54(1), 66-73.

Quatman, C. (2006). *The social construction of knowledge in the field of sport management: a social network perspective*. Dissertación de The Ohio State University. [clásica]

Villoro, L. (1992). *El pensamiento moderno: filosofía del renacimiento. Cuadernos de La Gaceta*. México: El Colegio Nacional. [clásica]

Weber, M. (2019). *Economía y Sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica.

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Pensamiento Científico en las Ciencias Sociales y Humanidades debe contar con licenciatura en el área de las Ciencias Sociales o afín, con conocimientos avanzados de la ciencia, su estudio y su método; preferentemente con estudios de posgrado y dos años de experiencia docente; privilegiando que haya tenido publicaciones, experiencia en revisión de literatura y su sistematización, así como trabajo de campo y reporte de resultados. Debe ser crítico, analítico, responsable, con rigor científico y que fomente el trabajo en equipo.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali; y Facultad de Ingeniería y Negocios, Guadalupe Victoria.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Licenciado en Ciencias de la Educación, Licenciado en Psicología y Licenciado en Sociología
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Introducción a las Ciencias Sociales
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Básica
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

César Martín Acosta García
Moisés Hussein Chávez Hernández
Elsa De Jesús Hernández Fuentes
Alejandra Rodríguez Estrada
Margareth Melina Rangel Cárdenas
Victoria Elena Santillán Briceño

Fecha: 22 de enero de 2021

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya
Gilberto Manuel Galindo Aldana

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Introducción a las Ciencias Sociales es obligatoria dentro de la etapa básica y pertenece al Tronco Común de la DES Humanas y Ciencias Sociales.

Esta unidad de aprendizaje permite al estudiante ubicar en tiempo y espacio el desarrollo de las escuelas de pensamiento en las ciencias sociales, así como distinguir los posicionamientos teóricos conceptuales de las ciencias sociales para comprender la realidad social. En ese sentido, el estudiante reflexiona con base en estos referentes teóricos conceptuales, los procesos y prácticas sociales que en el recorrido histórico han transformado las sociedades, con actitud receptiva, crítica y reflexiva.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Aplicar las teorías de las escuelas de pensamiento dominantes de las ciencias sociales, a través de los fundamentos epistemológicos y conceptuales para el abordaje de los fenómenos y la dinámica de la realidad social en todos los ámbitos de la interacción humana con actitud receptiva, reflexiva y compromiso.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

- Exámenes escritos en el que el alumno identifique la división disciplinaria en las ciencias sociales, las principales escuelas de pensamiento, y sus teorías.
- Ensayo final que aborde elementos sobre la construcción del conocimiento de las ciencias sociales, tomando en consideración distintas escuelas de pensamiento y conceptos de las ciencias sociales, así como procesos y prácticas sociales.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. El origen de las ciencias sociales

Competencia:

Identificar el contexto histórico del surgimiento de las ciencias sociales y su clasificación, a través del análisis crítico las distintas disciplinas que las conforman y la relación existente entre ellas, para comprender el origen de las ciencias sociales y su proceso de institucionalización con interés, compromiso y pensamiento crítico.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 1.1. El contexto histórico del surgimiento de las ciencias sociales
 - 1.1.1. Revoluciones democráticas (francesa y estadounidense)
 - 1.1.2. La ilustración
 - 1.1.3. La revolución industrial
- 1.2. Clasificación de las disciplinas que conforman a las ciencias sociales
 - 1.2.1. Psicología
 - 1.2.2. Sociología
 - 1.2.3. Antropología
 - 1.2.4. Historia
 - 1.2.5. Economía
 - 1.2.6. Ciencia política
 - 1.2.7. Geografía
 - 1.2.8. Derecho

UNIDAD II. Corrientes de pensamiento de las ciencias sociales

Competencia:

Distinguir las corrientes de pensamiento fundamentales de las ciencias sociales, mediante el análisis de los postulados propios de cada uno de estos enfoques, para comprender la complejidad de la realidad social con actitud crítica y reflexiva.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 2.1. Estructural-funcionalismo
- 2.2. Teoría marxista
- 2.3. Teoría comprensiva
- 2.4. Teoría crítica
- 2.5. Escuela de Chicago

UNIDAD III. Conceptos de las ciencias sociales

Competencia:

Discutir los conceptos centrales de las ciencias sociales, con base en las distintas corrientes de pensamiento, para comprender la complejidad de la realidad social, con actitud crítica y reflexiva.

Contenido:**Duración:** 8 horas

- 3.1. Comunidad
- 3.2. Individuo- Sociedad
- 3.3. Cultura e identidad
- 3.4. Clases sociales
- 3.5. Raza, etnia y género
- 3.6. Poder
- 3.7. Estado
- 3.8. Instituciones (familia, religión, educación y gobierno)

UNIDAD IV. Procesos y prácticas sociales

Competencia:

Aplicar los conceptos centrales de las ciencias sociales, a través de la problematización de los procesos y prácticas sociales, para explicar la realidad social en todos los ámbitos de la interacción humana, con tolerancia y respeto.

Contenido:

Duración: 10 horas

4.1. Procesos sociales

- 4.1.1. Globalización
- 4.1.2. Diversidad cultural
- 4.1.3. Diversidad sexual
- 4.1.4. Movilidad social
- 4.1.5. Cambio social
- 4.1.6. Exclusión social
- 4.1.7. Vulnerabilidad social

4.2. Prácticas sociales

- 4.2.1. Eurocentrismo
- 4.2.2. Apropiación cultural
- 4.2.3. Movimientos sociales (manifestaciones políticas y comunidades virtuales)
- 4.2.4. Prácticas contemporáneas (religiosas, de consumo, culto al cuerpo, imagen, el gusto, la moda y las tendencias)

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Línea del tiempo de las ciencias sociales	1. Elabora una línea del tiempo donde se incluyan las fechas y acontecimientos que dan origen a las ciencias sociales.	<ul style="list-style-type: none"> • Material bibliográfico. • Recursos electrónicos académicos. 	4 horas
2	Línea del tiempo del surgimiento de las disciplinas	1. Elabora una línea del tiempo donde se muestre el surgimiento y características de las distintas disciplinas que conforman a las ciencias sociales.	<ul style="list-style-type: none"> • Material bibliográfico. • Recursos electrónicos académicos. • Internet. 	4 horas
UNIDAD II				
3	Cuadro comparativo de las corrientes de pensamiento	1. Elabora un cuadro comparativo de las corrientes de pensamiento donde se identifiquen los autores, conceptos y contexto histórico-social en el que surgió.	<ul style="list-style-type: none"> • Material bibliográfico. • Recursos electrónicos académicos. • Internet 	8 horas
UNIDAD III				
4	Debate grupal de los conceptos sociales.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se divide al grupo por equipos (uno por cada concepto social). 2. Se presenta un fenómeno social propuesto por el docente, para ser analizado a partir de los conceptos sociales y las corrientes de pensamiento. 3. Finalmente, se realiza una conclusión grupal considerando la presentación de cada uno de los equipos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Moderador • Material bibliográfico. • Recursos electrónicos académicos. • Internet. 	8 horas

UNIDAD IV				
5	Presentación de procesos y prácticas sociales	<ol style="list-style-type: none"> 1. De manera individual, selecciona un ejemplo del contexto real de un proceso o práctica social que pueden visualizarse en periódicos, noticias, películas, historietas, etc. 2. Exposición ante el grupo del mismo y su análisis desde el enfoque de los conceptos sociales y las corrientes de pensamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Computadora • Cañón. • Software para diseñar presentaciones. 	8 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Técnica expositiva
- Foros de discusión
- Retroalimentación individual y grupal.
- Fomentar la participación.

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Trabajo individual y en equipo
- Búsqueda de fenómenos sociales.
- Debates
- Exposiciones
- Organizadores gráficos (cuadros comparativos, líneas de tiempo, infografías, etc.)
- Análisis de material audiovisual.
- Elaboración de ensayos.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Exámenes escritos.....	30%
- Tareas y trabajos.....	20%
- Exposiciones.....	20%
- Ensayo final.....	30%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Arellano, C. A. (2018). <i>Introducción a las ciencias sociales</i>. Grupo Editorial Patria.</p> <p>Ariztía, T. (2017). La teoría de las prácticas sociales: particularidades, posibilidades y límites. <i>Cinta de moebio</i>, (59), 221-234.</p> <p>Berger P. y Luckman T. (1966). <i>La construcción social de la realidad</i>. Buenos Aires: Amorrortu. [clásica]</p> <p>Bourdieu, P. (1999). <i>El campo científico en Intelectuales, política y poder</i>. Buenos Aires: EUDBA. [clásica]</p> <p>Crane, D. (1972). <i>Invisible Colleges</i>. Estados Unidos: The University of Chicago Press. [clásica]</p> <p>De la Rosa, G. (1984). La acción colectiva en la psicología social. <i>Revista de ciencias sociales y humanidades</i>. (10). México. [clásica]</p> <p>Gastelum, L. (2019). El contexto de las luchas de los activistas sociales en México. <i>Revista CEPREVIDE: Cultura de paz y derechos humanos</i>, 1(4). http://www.ceprevide.gob.mx/wp-content/uploads/sites/15/2019/11/Cevpride-no-4-DIC-2019-ISSUU.pdf#page=50</p> <p>Giddens, A. (2000) Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas. Traducción de Pedro Cifuentes. España: Taurus. [clásica]</p> <p>Liceras, Á. y Romero, G. (2016). <i>Didáctica de las Ciencias Sociales</i>: Comercial Grupo ANAYA, SA.</p>	<p>Bourdieu, P. (2000). La distinción. España: Taurus. [clásica]</p> <p>Fernández, A. S. (2019). La enseñanza de las Ciencias Sociales a partir de problemas sociales o temas controvertidos: estado de la cuestión y resultados de una investigación. <i>El futuro del pasado</i>, 10, 57-79. https://elfuturodelpasado.com/ojs/index.php/FdP/article/view/344</p> <p>Mu, G. M. (2020). Sociologising resilience through Bourdieu's field analysis: Misconceptualisation, conceptualisation, and reconceptualisation. <i>British Journal of Sociology of Education</i>, 1-17.</p> <p>Sánchez, W. y Montes, J. F. (2017). La libertad como problema ético-político en la construcción de nuevas prácticas sociales. <i>Criterio Libre Jurídico</i>, 13(1). https://core.ac.uk/download/pdf/229928294.pdf</p> <p>Serpa, S., y Ferreira, C. M. (2020). Heuristic potentials of the sociological imagination. <i>Journal of Educational and Social Research</i>, 10(4), 11-16.</p> <p>Wallerstein, I. (1999). <i>Impensar las ciencias sociales</i>. México: Siglo XXI. [clásica]</p>

Luhmann, N. (1991). *Sistemas sociales*. México: Alianza. Universidad Iberoamericana. [clásica]

Touraine, A. (2005). *Un nuevo paradigma para comprender el mundo de hoy*. España: Paidós. [clásica]

Wallerstein, I. (1997). *Abrir las ciencias sociales. Comisión Gulbekian para la reestructuración de las ciencias sociales*. México: Siglo XXI. [clásica]

Weber, M. (1977). *Economía y Sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica. [clásica]

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la asignatura de Introducción a las Ciencias Sociales debe de contar con un título afín a las ciencias sociales con conocimientos teóricos y empíricos relacionados con los fundamentos de las ciencias sociales, preferentemente con estudios de posgrado y dos años de experiencia docente. El docente deberá tener una actitud reflexiva y crítica.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali; y Facultad de Ingeniería y Negocios, Guadalupe Victoria.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Licenciado en Ciencias de la Educación, Licenciado en Psicología y Licenciado en Sociología
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Estrategias de Comunicación Oral
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Básica
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Erika Valenzuela Gómez
Diana Denisse Merchant Ley

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya
Gilberto Manuel Galindo Aldana

Fecha: 22 de enero de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje Estrategias de Comunicación Oral es que el estudiante aplique las herramientas de la comunicación verbal y no verbal de manera adecuada y responsable en su vida cotidiana, académica y profesional.

Su utilidad radica en que le permite al estudiante comunicarse de forma clara, eficaz y respetuosa con sus semejantes, así como realizar las presentaciones orales de sus productos académicos de manera eficiente.

Se imparte en la etapa básica con carácter obligatorio y forma parte del tronco común de los programas educativos de DES Humanas y Ciencias Sociales.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Emplear el lenguaje oral, mediante el uso de estrategias de comunicación verbal y no verbal, para la expresión de mensajes, así como la exposición oral de productos académicos, de manera empática, elocuente y efectiva.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

1. Realiza una exposición oral de productos académicos a través de estrategias de comunicación verbal y no verbal que den cuenta de las habilidades para la presentación de mensajes e ideas de forma clara y precisa dentro de la presentación de trabajos finales con respeto, seguridad y asertividad.
2. Presenta una videograbación de una entrevista, autobiografía, reseña, historia corta, etc. a través de estrategias de comunicación verbal y no verbal empleando los principios básicos contenidos en la unidad de aprendizaje con objetividad.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. El proceso de la comunicación

Competencia:

Analizar el proceso de comunicación, a partir de la identificación de sus elementos principales, para comunicarse de forma adecuada, con empatía y disposición al diálogo.

Contenido:

Duración: 7 horas

- 1.1. Definición de la comunicación
- 1.2. Elementos del proceso
 - 1.2.1. Emisor
 - 1.2.2. Receptor
 - 1.2.3. canal, mensaje, contexto, código, feedback
- 1.3. Escucha activa
- 1.4. Empatía
- 1.5. Retroalimentación
- 1.6. Mediación y diálogo

UNIDAD II. Comunicación verbal

Competencia:

Analizar la comunicación verbal, mediante la revisión de las bases de la organización del discurso oral, así como los elementos extralingüísticos que lo acompañan, para lograr una comunicación verbal clara y precisa, con responsabilidad y asertividad.

Contenido:

Duración: 7 horas

- 2.1. Bases conceptuales de la expresión oral.
 - 2.1.1. Comprensión y uso de símbolos
 - 2.1.2. Organización de enunciados y palabras
 - 2.1.3. Uso de la voz: ritmo, tono, entonación
 - 2.1.4. Contexto lingüístico y extralingüístico
 - 2.1.5. Motivación de la comunicación
 - 2.1.6. Argumentación

UNIDAD III. Comunicación no verbal

Competencia:

Analizar la comunicación no verbal, mediante los elementos kinésicos y proxémicos que lo acompañan, para lograr una comunicación no verbal clara y precisa, con responsabilidad y asertividad.

Contenido:

- 3.1. Apariencia
- 3.2. Posturas
- 3.3. Expresiones faciales, gestos
- 3.4. Lenguaje corporal
- 3.5. Contacto visual

Duración: 6 horas

UNIDAD IV. Elaboración y presentación de productos académicos

Competencia:

Elaborar productos académicos, a partir de la distinción de sus presentaciones y formatos, con la finalidad de exponerlos poniendo en práctica las herramientas de comunicación verbal y no verbal, con responsabilidad y ética profesional.

Contenido:

- 4.1. Entrevista videograbada
- 4.2. Exposición oral
- 4.3. Debate
- 4.4. Discurso

Duración: 12 horas

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Análisis del proceso de comunicación en una película.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente para el análisis del proceso de comunicación. 2. Ver el video proyectado 3. Identificar los elementos del proceso de comunicación. 4. Se reúne en equipo y compara sus resultados. 5. Presenta en exposición oral los resultados del análisis grupal. 6. Recibe retroalimentación por parte del docente y sus compañeros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Proyector • Video 	4 horas
UNIDAD II				
2	Análisis del discurso de un personaje famoso	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente para el análisis del discurso de un personaje famoso 2. Ve y escucha el discurso del personaje elegido 3. Identificar los elementos de la expresión oral 4. Se reúne en equipo y compara sus resultados. 5. Presenta en exposición oral los resultados del análisis grupal. 6. Recibe retroalimentación por parte del docente y sus compañeros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Proyector • Video 	4 horas
UNIDAD III				
3	Análisis de la comunicación no verbal en situaciones hipotéticas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente para el análisis de la comunicación no verbal en situaciones hipotéticas 2. Se reúne en equipo para trabajar en la situación hipotética seleccionada por el 	<ul style="list-style-type: none"> • Casos de situaciones hipotéticas • Bibliografía relacionada 	6 horas

		<p>docente.</p> <p>3. Interpreta con su equipo la situación hipotética prestando atención a los aspectos de la comunicación no verbal.</p> <p>4. Ve y escucha atentamente las situaciones hipotéticas del resto del grupo</p> <p>5. Identifica los elementos de la comunicación no verbal de las situaciones hipotéticas</p> <p>6. Recibe retroalimentación por parte del docente y sus compañeros.</p>		
UNIDAD IV				
4	Exposición oral	<p>1. Atiende las orientaciones del docente para la realización de la exposición oral implementando las estrategias de comunicación verbal y no verbal</p> <p>2. Se reúne en equipo para seleccionar el tema de la exposición.</p> <p>3. Aplica las estrategias de la comunicación verbal y no verbal</p> <p>4. Expone frente a sus compañeros y el docente</p> <p>5. Recibe retroalimentación por parte del docente y sus compañeros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Proyector • Procesador de texto • Recursos bibliográficos relacionados 	9 horas
5	Elaboración y presentación de videograbación	<p>1. Atiende las orientaciones del docente para la elaboración y presentación de la videograbación</p> <p>2. Se reúne en equipo para seleccionar el producto a elaborar (entrevista, autobiografía, reseña, historia corta, etc.)</p> <p>3. Realiza el producto seleccionado y aplica las estrategias de la comunicación verbal y no verbal</p> <p>4. Presenta la videograbación frente a sus compañeros y el docente</p> <p>5. Recibe retroalimentación por parte del docente y sus compañeros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Proyector • Procesador de texto • Recursos bibliográficos relacionados • Videocámara, celular, grabadora 	9 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Estudio de caso
- Aprendizaje basado en problemas
- Técnica expositiva
- Debates
- Ejercicios prácticos, entre otras

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Organizadores gráficos
- Resúmenes
- Cuadros comparativos
- Diseño de estrategias comunicativas
- Documentación audiovisual
- Producción de estrategias comunicativas

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales.....	45%
Prácticas de taller	
- Tareas.....	10%
- Participación.....	10%
- Evidencias de aprendizaje.....	35%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Araya, E. (2013). <i>Abecé de redacción. Una guía accesible y completa para escribir bien</i>. México: Océano. [clásica]</p> <p>Campos, A. (2013) La escritura académica en la universidad. <i>Revista de Docencia Universitaria</i>. 11 (1), 17-36. Recuperado de https://polipapers.upv.es/index.php/REDU/article/view/5590/5580 [clásica]</p> <p>Ceberio, M. (2006). <i>La buena comunicación. Las posibilidades de la interacción humana</i>. Barcelona: Paidós. [clásica]</p> <p>De Castro, A. (2014). <i>Comunicación Oral-técnicas y estrategias</i>. Colombia: Universidad del Norte. [clásica]</p> <p>Levis, J.M. (2018). <i>Intelligibility, Oral Communication, and the Teaching of Pronunciation</i>. Reino Unido: Cambridge University Press.</p> <p>Marcos, S. y Garrán, M.L. (2017). La comunicación oral. Actividades para el desarrollo de la expresión oral. <i>Ogigia</i>, (21), pp. 47-66.</p> <p>Martín, T. (2017). <i>La escritura académica: pautas</i>. Recuperado de https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/publicaciones centros/PDF/napoles 2015/17 martin.pdf</p> <p>Palomo, M. (2017). <i>Técnicas de comunicación en restauración</i>. España: Paraninfo.</p> <p>Watzlawick, P., Beavin, J., Jackson, Don, D. (1971) (2002) <i>Teoría de la comunicación humana</i>. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo. [clásica].</p>	<p>Cladis, A. E. (2020). A Shifting Paradigm: An Evaluation of the Pervasive Effects of Digital Technologies on Language Expression, Creativity, Critical Thinking, Political Discourse, and Interactive Processes of Human Communications. <i>E-Learning and Digital Media</i>, 17(5), 341–364. Recuperado de http://libcon.rec.uabc.mx:2051/login.aspx?direct=true&db=eric&AN=EJ1260987&lang=es&site=ehost-live</p> <p>García, C. L. B. (2000). El desarrollo de la interacción oral mediante las estrategias de comunicación:(Algunas propuestas para trabajar la fluidez oral en clase dentro del español con fines específicos). En <i>¿Qué español enseñar?: norma y variación lingüísticas en la enseñanza del español a extranjeros: actas del XI Congreso Internacional ASELE, Zaragoza 13-16 de septiembre de 2000</i> (pp. 175-180). Asociación para la Enseñanza del Español como Lengua Extranjera. [clásica]</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta esta unidad de aprendizaje deberá contar con título de licenciatura en ciencias de la comunicación, lingüística, literatura y áreas afines. Conocimientos en bases conceptuales y reglas de la expresión oral, así como en comunicación verbal y no verbal. Que cuente con cursos de capacitación pedagógica. Experiencia profesional y docente mínima de 3 años. Ser proactivo, tolerante con los estudiantes y comprometido con su labor docente.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali; y Facultad de Ingeniería y Negocios, Guadalupe Victoria.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Licenciado en Ciencias de la Educación, Licenciado en Psicología y Licenciado en Sociología
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Ética y Responsabilidad Social
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Básica
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Brenda Imelda Boroel Cervantes
Ana María Soto Rodríguez
César León Horta
Ricardo Soto de la Cruz

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya
Gilberto Manuel Galindo Aldana

Fecha: 28 de enero de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Ética y Responsabilidad Social, tiene como propósito aportar en el alumno la capacidad de reconocer y reflexionar los principios de la formación ética y de responsabilidad social, en el marco del entorno social y global. Además de fortalecer los atributos de la formación integral universitaria en las dimensiones: científica y profesional y humana y social, que le permitan la adquisición de conocimientos, habilidades, valores y actitudes que orienten a la consolidación de su escala de valores, proyecto de vida y profesional, así como su contribución al desarrollo de una sociedad más justa, equitativa e igualitaria. Se ubica en la etapa básica, con carácter obligatoria, y forma parte del grupo de unidades de aprendizaje del tronco común de las DES Humanas y Ciencias Sociales.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar los fundamentos éticos, morales y axiológicos, mediante la reflexión de los principios de la formación ética y de responsabilidad social en el marco de la formación integral universitaria, para la toma de decisiones con criterio propio e incidir en el bienestar y mejoramiento de las condiciones de vida personal y social, con compromiso, justicia y empatía.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Diseño de propuesta que integre: 1) fase diagnóstica en la que identifique una problemática social en el marco de la ética y, 2) propuesta de estrategia de solución a partir del diagnóstico de necesidades.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Aproximación a la ética

Competencia:

Analizar los fundamentos teóricos de la ética, su relación con el ser humano y la moral, mediante el estudio y reflexión de estos elementos fundamentales como disciplina aplicada, para fortalecer la formación de profesionistas éticos y comprometidos con las exigencias y necesidades sociales, con actitud crítica y responsabilidad social.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 1.1. Ser humano y ética
- 1.2. Origen y desarrollo conceptual de la ética
- 1.3. Ética y deontología
- 1.4. Ética y moral
- 1.5. Ética y valores
- 1.6. Relación de la ética con otras ciencias
- 1.7. Principales problemas que se plantean en la ética
- 1.8. Ética profesional como ética aplicada

UNIDAD II. Esencia de lo moral

Competencia:

Analizar la importancia de la moral, su definición y objeto de estudio, así como su relación con el individuo en sociedad, a partir de la revisión de las normas y costumbres de las sociedades, para reconocer su importancia en la formación profesional, mediante la reflexión y responsabilidad.

Contenido:

- 2.1. La moralidad
- 2.2. El acto moral como presupuesto de la ética
- 2.3. Elementos constitutivos del acto moral
- 2.4. Tipos de normas
- 2.5. Concepto de persona e individuo
- 2.6. Concepto de deber y responsabilidad

Duración: 8 horas

UNIDAD III. Axiología y valores profesionales

Competencia:

Analizar los principios axiológicos del valor, a partir de su caracterización, objetivación y problematización, que permita entender los actos individuales y sociales, para tomar conciencia de la dualidad de las dimensiones objetivas y subjetivas, con responsabilidad y compromiso social.

Contenido:**Duración:** 8 horas

- 3.1. Concepto y definición de valor
- 3.2. Distinción entre valores y bienes
- 3.3. Posturas frente al problema del valor
- 3.4. Características de los valores
- 3.5. Jerarquía de los valores
- 3.6. Clasificación de valores y la práctica profesional
- 3.7. Importancia de los valores en la vida humana

UNIDAD IV. Responsabilidad social en las organizaciones

Competencia:

Analizar la importancia de la responsabilidad social y su papel dentro de las organizaciones, a partir de la identificación del desarrollo de las estrategias de gestión, para detectar y proponer acciones que beneficien la construcción de comunidades democráticas y sostenibles, asumiendo una actitud crítica de respeto y tolerancia.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 4.1. Origen y desarrollo histórico de la responsabilidad social
- 4.2. Ámbitos de aplicación (interno y externo) y su relación con otros conceptos
- 4.3. Diferentes aspectos, sectores y ámbitos de gestión de la RS en las organizaciones
- 4.4. Compromisos de sostenibilidad, códigos éticos y otros protocolos
- 4.5. Códigos de conducta: concepto, características y verificación
- 4.6. La acción social como parte de la RS

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD II				
1	Normas y costumbres	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para la práctica. 2. Analiza las normas y costumbres. 3. Reconoce la moral de las sociedades. 4. Distingue y compara las normas y costumbres de cada sociedad. 5. Explica el origen de los diferentes comportamientos sociales. 6. Entrega reporte de práctica. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.) ● Computadora ● Internet 	10 horas
UNIDAD III				
2	Valores profesionales y plan de vida	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para la práctica. 2. Identifica su jerarquía de valores morales y profesionales. 3. Reflexiona su contexto de vida personal y profesional los próximos cinco años. 4. Diseña un proyecto de vida mediante la incorporación de los aspectos conductuales y valores morales. 5. Entrega el reporte de práctica. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.) ● Computadora ● Internet 	10 horas
UNIDAD IV				

3	La responsabilidad social en las organizaciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para la práctica. 2. Reflexiona y analiza la importancia de la responsabilidad social y la sustentabilidad 3. Analiza estudios de caso en organizaciones para identificar estrategias de responsabilidad social. 4. Realiza un diagnóstico situacional respecto a los atributos de la responsabilidad social. 5. Propone acciones para el beneficio de la consolidación de comunidades democráticas y sostenibles. 6. Entrega el reporte de práctica. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.) ● Computadora ● Internet 	12 horas
---	---	--	---	----------

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Exposición interactiva de temas
- Asignación de estudios de caso
- Dilemas morales
- Explicación de metodologías para la elaboración de ensayos
- Presentación de estrategias de enseñanza situada apoyadas en tecnología de la información y comunicación
- Definición de criterios para la comunicación oral en espacios como mesas redondas y foros de discusión
- Selección de lecturas para cada unidad
- Definición de estructura de prácticas y de evidencias de evaluación

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Realización de lecturas guiadas
- Elaboración de controles de lectura
- Exposiciones de temas
- Investigación y análisis de estudios de caso
- Elaboración de ensayos
- Participación en mesas redondas y foros de discusión
- Presentación de exámenes escritos
- Vinculación de prácticas en escenarios reales
- Así como la presentación por escrito de argumentaciones de opiniones o puntos de vista presentados en cada espacio de comunicación oral

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Cumplir con los porcentajes de asistencia para presentar el examen ordinario y examen extraordinario, de acuerdo con el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

-Evidencias de aprendizaje (propuesta de diseño).....	30%
-Exposición en clase.....	10%
-Participaciones.....	10%
-Prácticas de taller.....	30%
-Tareas.....	10%
-Exámenes.....	10%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Hernández, M.A. (2017). <i>La educación para la ciudadanía global: Buenas teorías que orientan buenas prácticas</i>. España: Edit.um</p> <p>Tilbury, D. (2011). Higher education for sustainability: A global overview of commitment and progress. Tilbury, Daniella. (2011). Higher Education's Commitment to Sustainability: From Understanding to Action., 18-28. [clásica]</p> <p>Toro, B. y Tallone, A. (2011). <i>Educación, valores y ciudadanía. Metas educativas 2021. La educación que queremos para la educación de bicentenarios. Organización de estados iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura</i>. Barranquillas, Colombia: Universidad Simón Bolívar. [clásica]</p> <p>Vallaey, F. (2018). Las diez falacias de la Responsabilidad Social Universitaria. Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria , 34-58.</p> <p>Vallaey, F. (26 de septiembre de 2019). 4to Foro URSULA. Las universidades como palanca de los Objetivos del Desarrollo Sostenible. Panel: ¿Cómo fortalecer o crear universidades saludables, solidarias y sostenibles (U3S) frente al colapso planetario? Porto Alegre, Brasil.</p> <p>Vallaey, F. (2020). ¿Por qué la Responsabilidad Social Empresarial no es todavía transformadora? Una aclaración filosófica. Andamios, 17(42), 309-333.</p> <p>Vallaey, F., & Álvarez, J. (2019). Hacia una definición latinoamericana de responsabilidad social universitaria. Aproximación a las preferencias conceptuales de los</p>	<p>Montoya, C., Flores, G., Llanes, M, González, G. y Armenta, L. (2012). <i>Formación Ciudadana</i>. México: Once Ríos. [clásica]</p> <p>Téran, G. J., Montenegro, B. L., Realpe, I. A., Villareal, F. J., y Fernández, A. (2017). Análisis crítico de la responsabilidad social en entidades de salud. Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas, 36(1).</p>

universitarios. Educación XXI, doi:
10.5944/educXX1.19442, 93-116.

Vallaes, F., de la Cruz, C., y Sasia, P. M. (2009). *Responsabilidad Social Universitaria: Manual de primeros pasos*. Ciudad de México: McGraw-Hill Interamericana. [clásica]

Vallaes, F., Botero, A. M., Ojea, B., Álvarez, J., Solano, D., Oliveira, D. y Jara, B. (2019). *Responsabilidad Social Universitaria. El modelo URSULA*. Lima, Perú: Unión de Responsabilidad Social Universitaria Latinoamericana (URSULA). Banco de Desarrollo de América Latina

Walters, S., & James, A. (2017). Forging Solidarity 'Glocally': Engaging Institutions, Faculty Students. En G. U. Innovation, Higher Education in the World 6 Towards a Socially Responsible University: Balancing the global with local (págs. 368-379). Girona: GUNI.

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje debe contar con Licenciatura en las ciencias sociales y humanidades, de preferencia con estudios de posgrado en temas de responsabilidad social, sustentabilidad, ética y deontología profesional. Dos años de experiencia docente. Además debe ser propositivo, vanguardista, analítico y creativo.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali; y Facultad de Ingeniería y Negocios, Guadalupe Victoria.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Licenciado en Ciencias de la Educación, Licenciado en Psicología y Licenciado en Sociología
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Investigación Documental
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Básica
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Jaime Olivera Hernández
Diana Dennisse Merchant Ley
Nelly Calderón de la Barca Guerrero

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya
Gilberto Manuel Galindo Aldana

Fecha: 28 de enero de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje permite conocer las características y funcionamiento de las herramientas de investigación documental en todas sus modalidades, permitiendo al alumno utilizar dichas herramientas en los procesos de elaboración de textos académicos. Se ubica en la etapa básica, con carácter obligatoria, y forma parte del grupo de unidades de aprendizaje del tronco común de las DES Humanas y Ciencias Sociales.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Aplicar las herramientas de investigación documental, a través de fuentes tradicionales, digitales y recursos tecnológicos en entornos físicos, hipertextuales y multímodales disponibles, para la socialización del conocimiento científico, con una actitud crítica, ética y responsable.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Realiza un portafolio digital de evidencias a partir de la revisión crítica de fuentes tradicionales, digitales y recursos electrónicos en distintos formatos y ubicaciones que de cuenta de las habilidades de indagación documental para la socialización del conocimiento científico con curiosidad intelectual, apertura mental e innovadora.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. La Información y los sistemas de información

Competencia:

Distinguir las distintas fuentes y sistemas de información, a través de la revisión de motores de búsqueda especializados y bases de datos, para reconocer sus alcances como fuentes de información, con objetividad y actitud crítica.

Contenido:

Duración: 10 horas

1.1. Concepto y tipos de información

- 1.1.1. Qué es la información y los usuarios de la información
- 1.1.2. Tipos de información y calidad en la información
- 1.1.3. Elementos y ciclos de la información
- 1.1.4. Información primaria e información secundaria

1.2. Herramientas de búsqueda de información científica

- 1.2.1. Motores de búsqueda especializados (SCIELO, Redalyc, Google académico, Google libros, Microsoft Academic, WorldWideScience.org, Recolecta, Wolfram Alpha, BASE, Bielefeld Academic Search Engine, entre otros).
- 1.2.2. Bases de datos de información científica (Scopus, Web of Science, Dialnet, CSIC, ERIC, Sci-Hub, entre otros).

UNIDAD II. La sociedad de la información y sus tecnologías

Competencia:

Analizar la sociedad y tecnologías de la información, para reconocer sus elementos, a través de la identificación de sus principales conceptos y teorías, con actitud crítica y reflexiva.

Contenido:

Duración: 6 horas

2.1. La sociedad de la información

2.1.1. La Globalización

2.1.2. La red global

2.2 Las Tecnologías de información

2.2.1. Redes locales y globales

2.2.2. La web

UNIDAD III. Estrategias de indagación y documentación

Competencia:

Aplicar las fuentes bibliográficas e infográficas, a través de la revisión de los manuales de la APA vigentes, para la citación correcta de la información en documentos académicos, con ética, honestidad y pensamiento crítico.

Contenido:**Duración:** 8 horas

- 3.1. Fuentes bibliográficas e infográficas de información científica.
- 3.2. Referencias y citas bibliográficas
 - 3.2.1. Estrategias de búsqueda, evaluación, documentación, resguardo y clasificación de información.
 - 3.2.2. Características generales de citación en estilo APA
 - 3.2.3. Otros estilos de publicaciones científicas: Vancouver, Chicago, Harvard, Modern Language Association (MLA).
 - 3.2.4. Formas correctas de citar y referenciar

UNIDAD IV. Recursos informativos en UABC y la ética y responsabilidad en el manejo de la información

Competencia:

Identificar los distintos recursos informativos de la UABC, a través de su consulta, para un manejo adecuado de la información, con ética y responsabilidad.

Contenido:

Duración: 8 horas

4.1. Recursos Informativos UABC

- 4.1.1. Departamento de Información Académica
- 4.1.2. Bibliotecas electrónicas, digitales y virtuales.
- 4.1.3. Bases de datos y plataformas de Internet

4.2. Ética y responsabilidad en el uso de información

- 4.2.1. El derecho a la información
- 4.2.2. Ética en el manejo y uso de la información
- 4.2.3. Tipos de plagio y cómo evitarlo

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Herramientas de búsqueda de información científica	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Ubica los diferentes motores de búsqueda especializados y sus características. 3. Navega en los diferentes motores de búsqueda especializados. 4. Realiza búsquedas en las diferentes plataformas especializadas. 5. Entrega reporte de práctica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	6 horas
2	Bases de datos de búsqueda de información científica	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Ubica las diferentes bases de datos de información científica de y sus características. 3. Navega en las diferentes bases de datos de información científica. 4. Realiza búsquedas en las diferentes bases de datos de información científica. 5. Entrega reporte de práctica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	6 horas
UNIDAD III				
3	Fuentes bibliográficas e infográficas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Reconoce las diferentes fuentes bibliográficas e infográficas. 3. Realiza búsquedas de fuentes 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). • Software de citación y editor 	5 horas

		<p>bibliográficas e infográficas.</p> <p>4. Realiza reporte de práctica.</p>	<p>de texto.</p>	
4	Referencias y citas bibliográficas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Reconoce las diferentes formas de referenciar y estilos de citación. 3. Realiza citas textuales y de paráfrasis con estilo de citación APA. 4. Reconoce las características generales de otros estilos de citación. 5. Realiza reporte de práctica 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). • Software de citación y editor de texto. 	5 horas
UNIDAD IV				
5	Recursos Informativos en UABC	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Reconoce los diferentes recursos informativos de la UABC. 3. Realiza búsquedas en las distintas bibliotecas electrónicas, digitales y virtuales. 4. Realiza búsquedas en bases de datos y plataformas de internet. 5. Realiza reporte de práctica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). • Software de citación y editor de texto. 	5 horas
6	Ética y responsabilidad en el manejo de la información	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Identifica los criterios éticos a seguir en el uso de la información. 3. Reconoce los diferentes tipos de plagio y cómo evitarlo. 4. Realiza reporte de práctica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). • Software de citación y editor de texto. 	5 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Presenta información sobre los conceptos básicos
- Presenta y resuelve ejercicios prácticos relacionados con las temáticas
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y evalúa reportes de prácticas y actividades
- Elabora y aplica evaluaciones

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investiga y analiza información sobre conceptos básicos
- Resuelve ejercicios prácticos proporcionados por el profesor
- Realiza las prácticas de taller
- Participa activamente en clase
- Elabora y entrega reportes de prácticas
- Trabaja en equipo
- Elabora y entrega actividades y prácticas en tiempo y forma
- Presenta evaluaciones

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Tareas.....	10%
- Participación fundamentada en clase.....	10%
- Prácticas de taller.....	40%
- Portafolio.....	40%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Aparicio, O. y Ostos, O. (2018). <i>Las TIC como herramientas cognitivas para la investigación</i>. España: Revista interamericana de investigación, educación y pedagogía. .</p> <p>Area, M., Gros, B. y Marzarl, M. (2008). <i>Alfabetizaciones y tecnologías de la información y la comunicación</i>. Madrid: Síntesis. ISBN:978-84-975659-4-3. [clásica]</p> <p>Cortés-Vera, J. (2016). <i>Plagio académico, razones para evitarlo</i>. México: Cuadernos fronterizos.</p> <p>García, B., Gutierrez, C. y Mujica, M. (2016). <i>Paradojas, contrastes y aproximación ética en el uso de las TIC desde la educación superior</i>. Venezuela: REXE Revista de estudios y experiencias en educación superior.</p> <p>Ordoñez, E., Vazquez-Cano, E.; Arias-Sanchez, S.; Lopez-Meneses, E. (2021). <i>Las competencias en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en el alumnado universitario</i>. España: Revista de medios y educación.</p> <p>Padilla-Santamaría, F. y Leandro, C. (2017). <i>Escribiendo con ético: el plagio y sus consecuencias</i>. México: Revista Cadena de Cerebros.</p> <p>Ramos, D. y Arevalo, M. (2018). <i>La prevalencia de la sociedad del conocimiento o la sociedad de la información como elementos de estructuras del sistema social</i>. Ecuador: Prisma social: revista de investigación social.</p> <p>Tesone, P. (2020). <i>¿Qué tipos de información existen y cómo diferenciarlos?</i>. Facultad de Bellas Artes, Universidad Nacional de la Plata. Argentina.</p>	<p>Abio, G. (2017). <i>Estrategias para la indagación continuada de trabajos académicos utilizando herramientas de Google. El caso de una investigación sobre infografías en educación</i>. Brasil: EDMETIC.</p> <p>Arellano, J.; Avendaño, A. y Paz, G. (2018). <i>Capítulo 8: Herramientas metodológicas para la investigación transdisciplinaria en las ciencias sociales en Transdisciplinaridad y desarrollo del conocimiento en las humanidades y las ciencias sociales</i>. México.</p> <p>Buckland, M. (2017). <i>Information and Society</i>. Londres Inglaterra: The MIT Press.</p> <p>Castells, M. (2004). <i>La era de la información: economía, sociedad y cultura. Vol. 3 "Fin del milenio"</i>. México: Siglo XXI [clásica]</p> <p>Fuchs, C. y Sandoval, M. (2014) <i>Critique, Social Media and Information Society</i>. Londres, Inglaterra: Routledge.</p> <p>Martin, S. y Lafuente, V. (2015). <i>Referencias bibliográficas: indicadores para su evaluación en trabajos científicos</i>. México.</p> <p>Mattelard, Armand. (2002). <i>Historia de la sociedad de la información</i>. Barcelona: Paidós [clásica]</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje debe contar con estudios en ciencias sociales y/o humanidades. Preferentemente con conocimientos en bases de datos, fuentes bibliográficas tradicionales, digitales y recursos electrónicos así como en hábitos de estudio. Que cuente con cursos de capacitación pedagógica. Experiencia profesional y docente mínima de 3 años. Debe ser propositivo, vanguardista, analítico y creativo.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali; y Facultad de Ingeniería y Negocios, Guadalupe Victoria.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Licenciado en Ciencias de la Educación, Licenciado en Psicología y Licenciado en Sociología
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Formación Ciudadana y Diversidad
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Básica
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Alma Arcelia Ramírez Iñiguez
Brenda Imleda Boroel Cervantes
Denys Serrano Arenas

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya
Gilberto Manuel Galindo Aldana

Fecha: 22 de enero de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje de Formación Ciudadana y Diversidad tiene como propósito introducir al estudiante en el análisis de los fundamentos teóricos y prácticos de la ciudadanía en relación con las diversas dimensiones que caracterizan la realidad social y cultural en la actualidad, identificando los movimientos por los derechos humanos y las metodologías para fomentar la expresión, la toma de decisiones y la acción en su cotidianidad, con la finalidad de contribuir al desarrollo de una sociedad participativa.

Esta asignatura se imparte en la etapa de básica del tronco común de la DES de Humanas y Ciencias Sociales es de carácter obligatorio.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar proyectos de intervención en relación con los derechos humanos, la diversidad cultural, socioeconómica o de género, a partir del análisis de los fundamentos sociales y humanistas de la práctica social, con la finalidad de propiciar el ejercicio de una ciudadanía responsable y participativa, con compromiso social y respeto por el entorno

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Diseño de un proyecto de intervención en la que se proponga una solución a una problemática identificada que integre una de las metodologías de diseño de proyectos para la identificación de la población participante, el desarrollo del diagnóstico y la propuesta intervención.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Naturaleza de la ciudadanía

Competencia:

Analizar los fundamentos teóricos de la ciudadanía, mediante el estudio de su relación con el ser humano, sus valores y derechos en el marco de las sociedades democráticas, con la finalidad de reconocerse como agente de cambio en la sociedad, con pensamiento crítico, autonomía y solidaridad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 1.1. Significados y características de la ciudadanía
 - 1.1.1. Ser humano y tipos de ciudadanía
 - 1.1.2. Participación y la construcción de ciudadanía
- 1.2. La formación de la ciudadanía hacia la sostenibilidad
- 1.3. Ciudadanía, democracia y derechos humanos
 - 1.3.1. Valores reactivos: Individualismo, competitividad, exterioridad, gregarismo, consumismo
 - 1.3.2. Valores proactivos: libertad, derecho colectivo, interioridad, autoestima, sociabilidad, compasión
- 1.4. Deberes cívicos (valores democráticos)

UNIDAD II. Análisis de la realidad social y cultural

Competencia:

Analizar los retos y las problemáticas de la vida contemporánea, mediante la identificación de los múltiples reconocimientos de las realidades sociales, para problematizar la legitimidad y la legalidad, con actitud crítica y empatía.

Contenido:

Duración: 16 horas

- 2.1. La legitimidad y la legalidad en las sociedades democráticas
- 2.2. Dimensiones de la desigualdad
 - 2.2.1. Desigualdad social
 - 2.2.2. Desigualdad cultural
 - 2.2.3. Desigualdad económica
 - 2.2.4. Desigualdad de género
- 2.3. Luchas sociales contra la desigualdad y democracia
 - 2.3.1. Feminismos
 - 2.3.2. Diversidad de identidades culturales
 - 2.3.3. Matrimonio igualitario
 - 2.3.4. Derechos laborales
 - 2.3.5. Derechos raciales y étnicos
- 2.4. Equidad y ciudadanía
 - 2.4.1. Inclusión
 - 2.4.2. Justicia social
 - 2.4.3. Diversidad cohesiva
- 2.5. Enfoques críticos desde las Ciencias Sociales: género, interculturalidad e intersaberes

UNIDAD III. Metodologías de intervención y planeación de proyectos

Competencia:

Elaborar propuestas de intervención, mediante el estudio de las metodologías participativas, que coadyuven en la generación de propuestas de transformación en sus entornos sociales, con responsabilidad y respeto hacia los demás.

Contenido:**Duración:** 8 horas

- 3.1. Metodología de diseño participativo de proyectos
- 3.2. Metodologías secuenciales: Método de Camino Crítico (CPM) y Gestión de Proyectos de Cadena Crítica (CCPM)
- 3.3. Metodología Aprendizaje-Servicio
- 3.4. Administración de recursos

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Tipos de ciudadanía	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para identificar los tipos de ciudadanía. 2. Se organizan equipos. 3. A partir del análisis documental previo, distinguen las características de los diferentes tipos de ciudadanía. 4. Participa en el debate organizado por el profesor donde se expongan las diferentes posturas en relación con los tipos de ciudadanía. 5. De manera individual, cada estudiante realizará una tabla de análisis de contenido donde se comparen los tipos de ciudadanía. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lecturas • Pizarrón • Internet 	4 horas
2	Formación ciudadana y democracia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente. 2. A partir del análisis documental previo, se debatirán las ideas clave sobre la relación entre los derechos humanos y la vida en democracia. 3. De manera individual, realizarán un reporte de síntesis en el que se vinculen los significados entre ciudadanía, derechos humanos y democracia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lecturas • Pizarrón • Internet 	4 horas
3	Valores que coexisten en la vida democrática	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lecturas • Pizarrón 	4 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 2. A partir de una investigación previa, se presentan ejemplos de realidades sociales en los que se practiquen los valores proactivos y reactivos. 3. De manera grupal, se problematiza sobre los valores que predominan en las sociedades actuales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Videos 	
UNIDAD II				
4	Legitimidad, legalidad y movimientos sociales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para distinguir la relación entre legitimidad y legalidad. 2. Se organizan equipos. 3. A partir del análisis documental previo, distinguen las dimensiones de las desigualdades sociales. 4. Participa en el debate organizado por el profesor donde se expongan los retos y las problemáticas que plantean los movimientos sociales. 5. De manera individual, cada estudiante realizará un mapa conceptual en el que se relacionen las características que legitiman a los movimientos sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lecturas • Pizarrón • Internet • Proyector 	5 horas
5	Equidad, ciudadanía y enfoques críticos de análisis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para identificar los vínculos entre la equidad, la ciudadanía y los enfoques críticos para su análisis. 2. En pequeños grupos de trabajo se discuten casos de análisis 	<ul style="list-style-type: none"> • Lecturas • Pizarrón • Internet • Proyector • Software de acceso libre 	5 horas

		<p>que ejemplifiquen la formación ciudadana desde el marco de la equidad.</p> <p>3. De manera grupal, presentar un recurso digital (video, infografía, blog) que explique una experiencia desde un abordaje crítico.</p>		
UNIDAD III				
6	Propuesta de intervención	<ol style="list-style-type: none"> 1. A partir del conocimiento de las metodologías de intervención, desarrollar los elementos de la propuesta. 2. En grupos de trabajo, investigarán y seleccionarán la población participante en fuentes documentales. Retroalimentación continua por parte del profesor. 3. Elaborar un diagnóstico situacional (detección y jerarquización de la problemática). Retroalimentación continua por parte del profesor. 4. Justificar la pertinencia de la propuesta de acción (costo-beneficio). Retroalimentación continua por parte del profesor. 5. Desarrollar la propuesta de acción (título, objetivos, contenidos, actividades, tiempos, recursos). Retroalimentación continua por parte del profesor. 6. Presentación en plenaria al grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pizarrón • Internet • Proyector • Fuentes de consulta electrónicas e impresas 	10 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Exposición interactiva de temas
- Asignación de estudios de caso
- Dilemas morales
- Explicación de metodologías de intervención participativa
- Presentación de estrategias de enseñanza situada apoyadas en tecnología de la información y comunicación
- Definición de criterios para la comunicación oral en espacios como mesas redondas y foros de discusión
- Selección de lecturas para cada unidad
- Definición de estructura de proyectos y de evidencias de evaluación

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Análisis crítico de lecturas básicas y complementarias que le permitan debatir sobre los problemas del entorno
- Análisis de casos en los que se relacionan los referentes conceptuales con problemas sociales
- Organización de foros y debates
- Elaboración de reportes analíticos
- Elaboración de proyecto
- Elaboración de recursos digitales
- Resolución de evidencias de evaluación

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evidencias de desempeño (reportes de reflexión y análisis, videos)...	30%
- Foros de discusión y debates.....	30%
- Participaciones.....	10%
- Proyecto de intervención.....	20%
- Examen.....	10%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Aguilar, M. E y Gutiérrez, H. (enero-junio, 2017). Desigualdad de género y cambios sociodemográficos en México. <i>Revista de Ciencias Sociales y Humanidades</i>, 26 (51), 2-19. Recuperado de: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5480852</p> <p>Álvarez, C; Olavarría, R.M y Parisi, R. (diciembre, 2017). Repensando el feminismo: el debate de la gestación subrogada en México, España e Italia. <i>Dada Rivista di Antropologia post-globale</i>, (2) ,7-42. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/327052181_Repensando_el_feminismo_el_debate_de_la_gestacion_subrogada_en_Mexico_Espana_e_Italia</p> <p>Beaudin, L. (2017). Marriage equality and interstate migration. <i>APPLIED ECONOMICS</i>, 49(30), 2956–2973. Recuperado de la base de datos: http://libcon.rec.uabc.mx:3018/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=10&sid=1e29a623-3d60-44a8-bc51-fddadc733026%40sessionmgr101</p> <p>Cortina, A. (1998). <i>Ciudadanos de mundo. Hacia una teoría de la ciudadanía</i>. Madrid: Alianza Editorial</p> <p>Dussel, E. (2010). Derechos vigentes, nuevos derechos y derechos humanos. <i>Crítica jurídica. Revista latinoamericana de política, filosofía y derecho</i>, (29).</p> <p>Fernández, J. (2016). Ciudadanía y desarrollo de las ciudades del siglo XXI: ¿polis y civitas o sólo urbs? <i>Andamios</i>, 13(32), 131-160.</p> <p>Fuica-García, F. (enero-marzo, 2020). La posibilidad de una Ética Intercultural, <i>Revista Internacional de Filosofía y</i></p>	<p>Brooks, J. S. (2017). Design features and project age contribute to joint success in social, ecological, and economic outcomes of community-based conservation projects. <i>Conservation Letters</i>, 10(1), 23-32. Recuperado de https://conbio.onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/conl.12231</p> <p>Chou, D. C. (2018). Applying design thinking method to social entrepreneurship project. <i>Computer Standards & Interfaces</i>, 55, 73-79. Recuperado de https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0920548917300387?via%3Dihub</p> <p>Grzeszczyk, T. A., & Klimek, D. (2018, June). The model of social innovation project evaluation. In <i>Asia-Pacific Social Science and Modern Education Conference (SSME 2018)</i>. Atlantis Press.</p> <p>World Bank (2012). <i>Environmental and Social Management System (ESMS) Implementation Handbook</i>. International Finance Corporation, World Bank. Recuperado de https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/4c41260d-1ba8-4d10-a77d-f762d60a1380/ESMS+Handbook+General+v2.1.pdf?MOD=AJPERES&CVID=nn29AWV</p> <p>World Bank (s.f). World Bank. World Bank Project Cycle. Recuperado de https://www.worldbank.org/en/projects-operations/products-and-services/brief/projectcycle</p>

Teoría Social, (88), 115-122. Recuperado de la base de datos:

<http://libcon.rec.uabc.mx:3017/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=33&sid=c542c961-d899-43cd-bfa7-53260045debb%40sdc-v-sessmgr01>

Gelis, J., Simó, N., Serra, C., Canimas, J. (2016). Dimensiones, características e indicadores para una escuela democrática. *Estudios pedagógicos*, 42(3), 449-465. <https://doi.org/10.4067/S0718-07052016000400024>

Hernández, M.A. (2017). *La educación para la ciudadanía global: Buenas teorías que orientan buenas prácticas*. Edit.um

Herrera, M., Salituri, M. (2018). El derecho de las familias desde y en perspectiva de géneros. *Revista de Derecho*, 49, 42-75.

Kerzner, H. (2017). *Project management: a systems approach to planning, scheduling, and controlling*. John Wiley & Sons.

O'Connor, C. (September, 2017). 'Appeals to nature' in marriage equality debates: A content analysis of newspaper and social media discourse. *The British journal of social psychology*, (56), 493–514. Recuperado de la base de datos: <http://libcon.rec.uabc.mx:3017/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=7&sid=c542c961-d899-43cd-bfa7-53260045debb%40sdc-v-sessmgr01>

Pausch, M. (2016): *Citizenship Education in Times of Crisis*. *Foro de Educación*, 14(20), 3-9.

Pérez-Coronado, I. A. (marzo, 2017). Familia “natural” contra matrimonio igualitario: un fenómeno social que se

repite. Cultura y representaciones sociales, 11(22) 278-311. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-81102017000100278

Puig, J. M., Batlle, R., Bosch, C., & Palos, J. (2007). Aprendizaje servicio. Educar para la ciudadanía. Barcelona: Octaedro.

Ramos, H.A. (2015). Información y ciudadanía, una propuesta desde la gobernanza. Investigación bibliotecológica, 29(67), 113-140.

Romeu, V; Álvarez, M y Pech, C. (julio, 2018) Desigualdad social y cultural Consumo cultural y representaciones sociales en niños, adolescentes y jóvenes en la Ciudad de México. Política y cultura (50) 203-224. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-77422018000200203&script=sci_abstract

Sandia, C.M., Manríquez, P.S. (2015). La configuración de los nuevos movimientos sociales frente a la crisis de lo social. Revista Brasileira de Ciências Sociais, 30(89), 539-550. <https://doi.org/10.17666/3089159-170/2015>

Sapriza, G. (2015). "Nos habíamos amado tanto". Años revueltos. Mujeres, colectivos y la pelea por el espacio público. Revista Estudios Femsitas, 23(3), 939-958. <https://doi.org/10.1590/0104-026X2015v23n3p933>

Sassen, S. (2016): Incompletud y la posibilidad de hacer ¿Hacia una ciudadanía desnacionalizada? Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, LXI(226), 107-139.

Spolander, G., & Martin, L. (2012). Successful project management in social work and social care: managing resources, assessing risks and measuring outcomes.

Jessica Kingsley Publishers.

Sturla, C. E. (julio, 2020). Feminismos, ética y reciprocidad, Humanistas, (94), 268 – 285. Recuperado de la base de datos:

<http://libcon.rec.uabc.mx:3017/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=36&sid=c542c961-d899-43cd-bfa7-53260045debb%40sdc-v-sessmgr01>

Toca, C.E. (mayo-agosto, 2017) Aportes de la responsabilidad social. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, 62 (230), 393-407. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0185191817300338>

Trimiño, C.J. (2015). Género(s) y educación: Aproximaciones al contexto de América Latina y el Caribe. Revista Historia de la Educación Latinoamericana, 17(24), 55-72.

UNESCO. (2016). Educación para la ciudadanía mundial. Preparar a los educandos para los retos del siglo XXI. Paris: UNESCO.

Vélez, X.A y Cano, E.D. (diciembre, 2016). Los diferentes tipos de responsabilidad social y sus implicaciones éticas. Ciencias Sociales y Políticas, 2 (3) ,117-126. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5802930>

Vilas, X., Alzate, M., Sabucedo, J.M. (2016). Mobilized citizenship: motives, emotions and contexts. Diversitas: Perspectivas en Psicología, 12(2), 167-181.

Zuzulich, M.F. (2015). Una perspectiva de género en consonancia con los aportes del giro decolonial en Ciencias Sociales. Margen: revista de trabajo social y ciencias sociales, 78, 1-6.

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la asignatura debe contar con título universitario en el área de las Ciencias Sociales y Humanas, de preferencia con estudios de posgrado y experiencia docente en temas de democracia, ciudadanía, equidad, justicia y responsabilidad social. Debe ser propositivo, vanguardista, analítico y creativo.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali; y Facultad de Ingeniería y Negocios, Guadalupe Victoria.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Licenciado en Ciencias de la Educación, Licenciado en Psicología y Licenciado en Sociología
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Estadística para las Ciencias Sociales
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Básica
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Victoria Elena Santillán Briceño
Karina Alicia Bermúdez Rivera
Javier Tadeo Sánchez Betancourt
Moisés Hussein Chávez Hernández

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya
Gilberto Manuel Galindo Aldana

Fecha: 28 de enero de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Proporcionar a los estudiantes conocimientos y procedimientos de la probabilidad y la estadística para medir, representar e interpretar el comportamiento de variables en una población y la comprensión de la realidad a partir de datos cuantitativos, así mismo coadyuvar a la interpretación del conocimiento generado en su área disciplinar. Esta asignatura es de carácter obligatorio de la etapa básica y forma parte del tronco común de los programas educativos de la DES Humanas y Ciencias Sociales.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Utilizar los números y el razonamiento lógico matemático en el desarrollo de operaciones básicas, mediante el manejo de símbolos como formas de expresión, para la creación, interpretación y comprensión de la realidad, con rigor científico.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

- Exámenes escritos que verifique el dominio de los contenidos establecidos en la unidad de aprendizaje y su aplicación.
- Reportes de diversos análisis estadísticos con base en datos recolectados por los estudiantes.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Probabilidad

Competencia:

Aplicar los principios de la probabilidad, a partir de operaciones de conjunto, permutaciones y combinaciones, para representar distribuciones de probabilidad, con objetividad y pensamiento crítico.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 1.1. Probabilidad (conceptualizaciones básicas)
- 1.2. Operaciones de conjunto
- 1.3. Conteo, permutaciones y combinaciones
- 1.4. Distribuciones de probabilidad

UNIDAD II. Estadística

Competencia:

Analizar los componentes de la estadística, a partir de sus antecedentes y aplicaciones, para desarrollar representaciones de los fenómenos sociales, con disciplina y sistematicidad.

Contenido:**Duración:** 4 horas

- 2.1. Estadística (conceptualizaciones básicas)
- 2.2. Antecedentes y aplicaciones de la estadística
- 2.3. La estadística en estudios sociales y humanistas

UNIDAD III. Medición

Competencia:

Realizar operaciones de medición de variables, a partir de escalas o niveles de medición, para representar gráficamente datos de fenómenos sociales, con objetividad y honestidad.

Contenido:

Duración: 10 horas

- 3.1. Medición
- 3.2. Validez y confiabilidad
- 3.3. Niveles o escalas de medición
 - 3.3.1. Nominal
 - 3.3.2. Ordinal
 - 3.3.3. Intervalo
 - 3.3.4. Razón
- 3.4. Variables
- 3.5. Ordenamiento de datos y distribución de frecuencias
- 3.6. Representación gráfica de datos
 - 3.6.1. Tipos de gráficas
 - 3.6.2. Interpretación de gráficas

UNIDAD IV. Medidas de tendencia central y dispersión

Competencia:

Determinar las medidas de tendencia central y dispersión de datos, recolectado en campo, para describir variables del comportamiento de una población, con sentido de responsabilidad y honestidad.

Contenido:

Duración: 8 horas

4.1. Medidas de tendencia central

4.1.1. Media

4.1.2. Mediana

4.1.3. Moda

4.2. Medidas de dispersión

4.2.1. Rango

4.2.2. Desviación estándar

4.2.3. Varianza

UNIDAD V. Distribución normal

Competencia:

Reconocer las aplicaciones de la curva de normal o campana de Gauss en las ciencias sociales, a partir de sus características y propiedades, para interpretar y explicar el comportamiento de una población en relación a un conjunto de variables, con rigurosidad científica.

Contenido:

- 5.1. Características de la curva normal o campana de Gauss
- 5.2. Aplicaciones

Duración: 6 horas

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Combinaciones y probabilidad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarse en equipo. 2. Recolecta datos de una población a partir de trabajo empírico o documental. 3. Realiza ejercicios de combinaciones de los datos 4. Identifica la probabilidad y ocurrencias de las combinaciones. 5. Presenta los resultados ante el grupo para retroalimentación. 6. Entrega el reporte de práctica al profesor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Instrumentos de recolección de datos • Programa estadístico 	4 horas
UNIDAD III				
2	Medición de variables en diferentes niveles	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarse en equipos 2. Identifica las variables a medir en una población 3. Diseña o adaptar un cuestionario 4. Levanta datos de una población 	<ul style="list-style-type: none"> • Programa estadístico 	8 horas
3	Elaboración de gráficas de acuerdo a escala de medición	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseña una base de datos recolectados del cuestionario 2. Aplica técnicas de distribución de frecuencias 3. Representación gráfica de los datos 4. Elabora informe 5. Presenta al grupo 6. Entrega informe al profesor para retroalimentación 	<ul style="list-style-type: none"> • Programa estadístico 	6 horas
UNIDAD IV				

4	Medidas de tendencias central	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarse en equipo. 2. Recolectar datos de una población a partir de trabajo empírico o documental. 3. Realizar ejercicios de medidas de tendencias central de los datos. 4. Interpretación de resultados 5. Presentar los resultados ante el grupo para retroalimentación. 6. Entregar el reporte de práctica al profesor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Instrumentos de recolección de datos • Programa estadístico 	4 horas
5	Medidas de dispersión	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarse en equipo. 2. Recolecta datos de una población a partir de trabajo empírico o documental. 3. Realiza ejercicios de medidas de dispersión de los datos. 4. Interpretación de resultados 5. Presenta los resultados ante el grupo para retroalimentación. 6. Entrega el reporte de práctica al profesor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Instrumentos de recolección de datos • Programa estadístico 	4 horas
UNIDAD V				
6	Curva normal en datos recolectados para describir el comportamiento de una población de acuerdo a variables de interés	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarse en equipo. 2. Recolecta datos de una población a partir de trabajo empírico o documental. 3. Determina la normalidad de la población de acuerdo a variables de interés. 4. Interpreta y explicar el comportamiento de una población 5. Presenta los resultados ante el grupo para retroalimentación. 6. Entrega el reporte de práctica al profesor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Instrumentos de recolección de datos • Programa estadístico 	6 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Técnica expositiva
- Analizar artículos de investigación para identificar tipo de variables
- Aplicación de procesos estadísticos en investigación
- Instrucción guiada

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Técnica expositiva
- Desarrollo de ejercicios estadísticos
- Organizadores gráficos
- Trabajo de campo
- Diseño de instrumentos
- Investigación documental
- Trabajo en equipo

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Participación	20%
- Tareas	20%
- Exámenes escritos	30%
- Reportes de análisis estadísticos.....	30%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas

Kerlinger, F. (2008) *Investigación del comportamiento*. México: McGrawHill. [clásica]

Pagano, R. R. (2011). *Estadística para ciencias sociales* (9^a ed.). México: Cengage Learning.

Romero Martínez, S. J. y Ordoñez, Camacho, X. G. (2014). *Estadística Descriptiva e Inferencial*. Madrid: Centro de Estudios Financieros – Universidad a Distancia de Madrid.

Rincón, L. (2017). *Estadística descriptiva*. México: Prensas de Ciencias- Universidad Nacional Autónoma de México.

Spiegel, M. R. (2009) *Estadística*. México: McGrawHill. [clásica]

Complementarias

Canavos, G. (1988). *Probabilidad y Estadística: Aplicaciones y Métodos*. México: Mc Graw Hill. [clásica]

Pérez Tejada, H. E. (2008). *Estadística para las ciencias sociales, del comportamiento y de la salud*. (3^a ed.). México: Cengage. [clásica]

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje debe contar con título de Licenciado con formación en Ciencias Sociales (Psicología, Sociología, Educación o área afín) con conocimientos de probabilidad y estadística aplicados en estudios empíricos en ciencias sociales; preferentemente con posgrado y con dos años de experiencia docente. Ser responsable, con compromiso y disciplina.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali; y Facultad de Ingeniería y Negocios, Guadalupe Victoria.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Licenciado en Ciencias de la Educación, Licenciado en Psicología y Licenciado en Sociología
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Comprensión y Redacción de Textos Académicos
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Básica
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Jaime Olivera Hernández
Elsa de Jesús Hernández Fuentes
Diana Denisse Merchant Ley
Nelly Calderón De la Barca Guerrero
Armando Gutiérrez Ortega

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya
Gilberto Manuel Galindo Aldana

Fecha: 22 de enero de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de esta unidad de aprendizaje es la comprensión de los planteamientos de textos académicos mediante las habilidades de lecto-escritura y el conocimiento de la estructura de cada uno de éstos. Su utilidad radica en que le brinda al estudiante las reglas y procedimientos de redacción, ortografía y sintaxis, que permiten la interpretación y redacción de textos académicos con objetividad y claridad.

Se imparte en la etapa básica con carácter obligatorio y forma parte del tronco común de los programas educativos de DES Humanas y Ciencias Sociales.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Explicar los planteamientos de textos académicos, a través de la lecto-escritura de materiales de divulgación científica aplicando reglas y procedimientos de redacción, ortografía y sintaxis, para la aprehensión, interpretación y redacción de ideas y posturas, con objetividad, claridad y actitud reflexiva.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Realiza un ensayo reflexivo a partir de la lectura crítica de diferentes textos de las ciencias humanas y sociales que dé cuenta de las habilidades de comprensión de textos académicos para la aprehensión e interpretación de ideas, posturas y teorías.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Fases del proceso lector y estrategias cognitivas

Competencia:

Analizar el proceso lector y las estrategias cognitivas, a través de la identificación de sus distintas fases y elementos, para aplicarlos en la aprehensión e interpretación de ideas, posturas y teorías, con objetividad y claridad.

Contenido:

Duración: 12 horas

- 1.1. Fases del proceso lector
 - 1.1.1. Prelectura
 - 1.1.2. Lectura
 - 1.1.3. Poslectura
 - 1.1.4. Destrezas cognitivas y metacognitivas
- 1.2. Estrategias cognitivas
 - 1.2.1. Género textual
 - 1.2.2. Propósito de la lectura
 - 1.2.3. Clarificación del significado de palabras
 - 1.2.4. Decodificación de mensajes
 - 1.2.5. Elaborar inferencias
 - 1.2.6. Autocuestionamiento

UNIDAD II. Textos académicos

Competencia:

Distinguir las características y tipologías de los textos académicos, a través de la revisión de su estructura, para su aplicación en la vida cotidiana, académica y profesional, con rigor científico, creatividad y actitud analítica.

Contenido:

- 2.1. Reseña
- 2.2. Reporte de investigación
- 2.3. Artículo científico
- 2.4. Ensayo científico
- 2.5. Cartel
- 2.6. Ponencia
- 2.7. Infografía

Duración: 8 horas

UNIDAD III. Pautas para la expresión escrita

Competencia:

Utilizar el lenguaje escrito, a partir de la aplicación de reglas y procedimientos de la ortografía y sintaxis, para la comunicación de mensajes y elaboración de textos, de manera coherente, congruente y honesta.

Contenido:

Duración: 12 horas

- 3.1. Bases conceptuales de la expresión escrita
 - 3.1.1. Reglas básicas de ortografía y redacción, gramática y sintaxis
 - 3.1.2. Puntuación
 - 3.1.3. Adhesión
 - 3.1.4. Cohesión
- 3.2 Redacción y elaboración de textos académicos
 - 3.2.1. Monografía
 - 3.2.2. Ensayo
 - 3.2.3. Reporte
 - 3.2.4. Resumen
 - 3.2.5. Artículos
 - 3.2.6. Informes
- 3.3 Estilos de publicaciones
 - 3.3.1. Manual de Publicaciones de la APA
 - 3.3.2. Otros estilos de citación

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Lectura y análisis de un texto	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente para realizar la lectura y análisis de un texto. 2. Da lectura al texto brindado por el docente 3. Identifica las siguientes estrategias cognitivas. <ul style="list-style-type: none"> • Genero textual • Propósito de la lectura • Claridad del significado de palabras • Decodificación de mensajes • Elaborar inferencias • Autocuestionamiento 4. Socializa con sus compañeros los resultados obtenidos 5. Entrega al docente para su revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Texto brindado por el docente • Bibliografía relacionada • Computadora • Acceso a internet • Procesador de texto 	6 horas
2	Elaboración de glosario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente para realizar el glosario 2. Utiliza el texto de práctica anterior y señala 10 a 20 palabras de las cuales desconoce su significado. 3. Investiga el significado de las palabras en un diccionario especializado de las ciencias sociales y en uno de sinónimos y antónimos. 4. Elabora y entrega el glosario al docente con el significado de cada palabra y su antónimo para su 	<ul style="list-style-type: none"> • Texto base entregado por el docente la práctica anterior • Computadora • Acceso a internet • Procesador de texto • Diccionario especializado de las ciencias sociales digital o impreso • Diccionario de sinónimos y antónimos 	6 horas

		revisión y retroalimentación.		
UNIDAD II				
3	Análisis de textos académicos	<p>1. Atiende las orientaciones del docente para realizar el análisis de textos académicos</p> <p>2. Revisa los textos brindados por el docente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reseña • Reporte de investigación • Artículo científico • Ensayo científico • Cartel • Ponencia • Infografía <p>3. En cada uno identifica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Características: precisión, claridad, brevedad y formalidad • Tipologías • Estructura • Aplicación • Público al que va dirigido <p>4. Socializa con sus compañeros los resultados obtenidos</p> <p>5. Entrega al docente para su revisión y retroalimentación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Textos proporcionados por el docente: <ul style="list-style-type: none"> ○ Reseña ○ Reporte de investigación ○ Artículo científico ○ Ensayo científico ○ Cartel ○ Ponencia ○ Infografía • Computadora • Acceso a internet • Procesador de texto • Apuntes de clase de la unidad 	8 horas
UNIDAD III				
4	Aplicación de las bases conceptuales de la expresión escrita en un texto.	<p>1. Atiende las orientaciones del docente para aplicar las bases conceptuales de la expresión escrita en un texto.</p> <p>2. Da lectura al texto brindado por el docente</p> <p>3. Identifica y corrige errores en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reglas básicas de 	<ul style="list-style-type: none"> • Texto brindado por el docente • Apuntes de la clase • Computadora • Acceso a internet • Procesador de texto • Diccionario de gramática 	6 horas

		<p>ortografía y redacción, gramática y sintaxis.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Puntuación • Adhesión • Cohesión <p>4. Socializa con sus compañeros los resultados obtenidos</p> <p>5. Entrega al docente para su revisión y retroalimentación.</p>		
5	Búsqueda de textos académicos en bases de datos y repositorios digitales	<p>1. Atiende las orientaciones del docente para realizar la búsqueda de textos académicos como son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Monografía • Ensayo • Reporte • Resumen • Artículos • Informes <p>2. Realiza búsqueda de los textos académicos en bases de datos y repositorios digitales.</p> <p>3. Investiga los estilos de citación en cada uno de los textos académicos seleccionados.</p> <p>4. Socializa con sus compañeros los resultados obtenidos.</p> <p>5. Entrega al docente para su revisión y retroalimentación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Acceso a internet • Procesador de texto • Acceso a bases de datos • Acceso a repositorios digitales 	6 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Análisis de textos
- Técnica expositiva
- Debates
- Ejercicios prácticos
- Selección y recopilación de textos, entre otras

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investigación en bases de datos y repositorios digitales
- Estudio de caso
- Trabajo en equipo
- Exposiciones
- Organizadores gráficos
- Resúmenes
- Cuadros comparativos
- Documentación audiovisual
- Producción de estrategias comunicativas
- Lectura analítica de textos

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales.....	20%
- Prácticas de taller.....	40%
- Participación.....	10%
- Tareas.....	10%
- Evidencia de aprendizaje.....	20%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Bauman, J.F. (ed.). (1990). <i>La comprensión lectora</i>. Madrid: Visor, 1990.</p> <p>Bailey, S. (2018) <i>Academic writing: a handbook for international students</i>. (5ª ed.) Routledge. Recuperado de: https://books.google.com.mx/books?id=8tNBDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summar_y_r&cad=0#v=onepage&q&f=false</p> <p>Cassany, D. (2006). <i>Tras las líneas. Sobre la lectura contemporánea</i>. Barcelona, España: Anagrama. Recuperado de https://media.utp.edu.co/referencias-bibliograficas/uploads/referencias/libro/295-tras-las-lineaspdf-WB5V4-articulo.pdf [clásica]</p> <p>Cooper, J.D. (1998). <i>Cómo mejorar la comprensión lectora</i>. Madrid: Visor. [clásica]</p> <p>Goodson, P. (2017) <i>Becoming an academic writer. 50 exercises for aced, productive and powerful writing</i>. (2da ed.) SAGE Publications, recuperado de:</p> <p>Dole, J., Nokes, J. & Dritis, D. (2017). Cognitive Strategy Instruction. In <i>Handbook of Research on Reading Comprehension</i>. 347:341. Recovered from https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=4aW3AwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA347&ots=gH7ZUK1Cp6&sig=Pf7MsF39gN4Wr71Yo3fM3O9mec4#v=onepage&q&f=false</p> <p>Espinosa, A. (2016). <i>La Competencia Lectora en la Universidad: Una intervención didáctica como base de alfabetización académica</i>. Colombia: REDIPE. Recuperado de</p>	<p>Álvarez, G., & Rubiano, M. G. (2017). Dificultades de estudiantes universitarios en la comprensión de textos argumentativos. <i>Educación y Humanismo</i>, 19(32), 18-30. Recuperado de http://revistas.unisimon.edu.co/index.php/educacion/article/view/2529</p> <p>Buehl, D. (2017). <i>Developing readers in the academic disciplines</i>. Stenhouse Publishers. Recovered from https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=uLkyDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=academic+texts+examples&ots=YUnI32dC-d&sig=7DNc2mDaCfSCEPqNbEkicMIQH0E&redir_esc=y#v=onepage&q=academic%20texts%20examples&f=false</p> <p>Espinosa, E. (2015). <i>Enseñar a leer y escribir: los proyectos didácticos en primer grado</i>. México: Universidad Pedagógica Nacional. [clásica]</p> <p>Felipe, A. y Barrios, E. (2017). Evaluación de la competencia lectora de futuros docentes. <i>Investigaciones sobre Lectura</i>, (7), 7-21. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5891268</p> <p>Instituto Cervantes (2010). <i>Saber leer</i>. México: Aguilar. [clásica].</p> <p>Lewis, C.S. (2000). <i>La experiencia de leer</i>. Madrid: Alba. [clásica]</p> <p>Liceo, J. (2013). <i>Lectura comprensiva y sus estrategias</i>.(2ª ed.). Guatemala: Talleres Gráficos IGER. Recuperado de http://historico.cpalsj.org/wp-content/uploads/2014/12/Folleto-lectura-Comprensiva.pdf [Clásica]</p> <p>Lluch, G y Zayas, F. (2015). <i>Leer en el centro escolar: el plan de lectura</i>. España: Octaedro. [clásica].</p>

<https://www.researchgate.net/publication/306833145> La Competencia Lectora en la Universidad Una Intervención Didáctica como Base de Alfabetización Académica.

Gracián, R. (coord.).(2015). *Leo y Escribo 1*. México: Editoriales e Industrias Creativas de México. [clásica]

Goodman, K. (2015). *Sobre la Lectura*. Argentina: Paidós. [clásica]

Muhammad, J. & Siew, L. (2015) Developing Reading Comprehension Modules to Facilitate Reading Comprehension among Malaysian Secondary School ESL Students. *International Journal of Instruction*, 8 (2), 139-154. Recovered from <https://eric.ed.gov/?id=EJ1085274> [clásica]

Peredo, M. (2015). *Estrategias para la comprensión lectora: una propuesta para profesores*. México: Editorial Universitaria de la Universidad de Guadalajara. [clásica]

Roldán, L. Á., & Zabaleta, V. (2017). Desempeño y autopercepción en comprensión lectora en estudiantes universitarios. *Cuadernos de Investigación Educativa*, 8(1), 77-96. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4436/443652196006.pdf>

Romero, J.F. y González, M. J. (2001). *Prácticas de comprensión lectora*, Madrid: Alianza.[clásica]

Sánchez, G. (2015). *Manual de lectura inteligente*. México: Trillas.[clásica]

Silva, P. (2019). *How to write a lot- A practical guide to productive academic writing*. (2a ed.) American Psychological Association (s. l) Routledge, recuperado de:

Solé, I. (2011). *Estrategias de lectura*. España: GRAÓ [clásica]

Pourhosein, A., & Sabouri, N. B. (2016). How can students improve their reading comprehension skill. *Journal of Studies in Education*, 6(2), 229-240. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Abbas_Pourhosein_Gilakjani/publication/303742915_How_Can_Students_Improve_Their_Reading_Comprehension_Skill/links/5943ee9ba6fdc5cb93ab5a488/How-Can-Students-Improve-Their-Reading-Comprehension-Skill.pdf

Smith, F. (1997). *Para darle sentido a la lectura*. Madrid: Visor. [clásica]

Suárez, R. A. (s/f). *Lectura en educación superior*. Colombia: Universidad de la sabana. Recuperado de https://www.unisabana.edu.co/fileadmin/Archivos_de_usuario/Documentos/Documentos_Direccion_De_Estudiantes/E.A.Lectura_en_educacion_superior_OK.pdf

Sorstad, F. (2016). <i>Leer y escribir en la universidad</i> . Colombia: Medellín.	
--	--

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Comprensión y Redacción de Textos Académicos debe tener título de licenciatura en Ciencias de la Comunicación o Literatura, preferentemente posgrado en comunicación, lingüística, literatura y áreas afines. Conocimientos en bases conceptuales y reglas de la expresión escrita. Que cuente con cursos de capacitación pedagógica. Experiencia profesional y docente mínima de 3 años. Ser proactivo, tolerante y comprometido con el aprendizaje significativo de los estudiantes.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali; y Facultad de Ingeniería y Negocios, Guadalupe Victoria.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Licenciado en Ciencias de la Educación, Licenciado en Psicología y Licenciado en Sociología
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Desarrollo Humano y Transculturalidad
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 01 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 05**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Básica
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Carlos David Solorio Pérez
Felipe de Jesús Patrón Espinosa
Rosa María González Corona
Yessica Martínez Soto
Karla Lariza Parra Encinas
Guadalupe Concepción Martínez Valdés

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya
Gilberto Manuel Galindo Aldana

Fecha: 28 de enero de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

El propósito principal de este curso, es que el alumno analice los elementos que intervienen en el desarrollo humano como parte de su formación en ciencias humanas y sociales. Este proceso favorece la visión del alumno para comprender, desde la transculturalidad, el contexto social, económico y el reconocimiento a la diversidad, los cambios por los que pasan los individuos y cómo impactan en su calidad de vida. Esta unidad es de carácter obligatorio de la etapa básica y forma parte del Tronco común de las DES Humanas y Ciencias Sociales.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar los ámbitos bio-psico-sociales de las personas, a partir de las etapas evolutivas del desarrollo humano en su contexto social y cultural, para comprender los factores que estimulan o favorecen el desarrollo resaltando la relevancia de la transculturalidad, con una postura ética y de respeto a las diferencias.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Informe de un estudio de caso, en donde se analicen los ámbitos bio-psico-sociales de una etapa evolutiva/grupo etario del desarrollo humano en donde se evidencien los factores que la estimulan o la favorecen, resaltando críticamente la relevancia de la transculturalidad y cómo estos inciden en la mejora de la calidad de vida.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

UNIDAD I. El estudio del desarrollo humano en su contexto social y cultural

Competencia:

Caracterizar el desarrollo humano, a partir del estudio las perspectivas teóricas y disciplinarias, para comprender al sujeto en su contexto social y cultural, con objetividad.

Contenido:**Duración:** 8 horas

- 1.1. Transculturalidad
- 1.2. Ciclos y tramas de vida
- 1.3. Herencia
- 1.4. Estilos de vida
- 1.5. Espacio natural, medio ambiente y condiciones geoespaciales
- 1.6. Teorías básicas: Humanismo, constructivismo, cognitivismo, funcionalismo e interaccionismo simbólico
- 1.7. Componentes transicionales de las etapas del desarrollo humano

UNIDAD II. Desarrollo prenatal

Competencia:

Analizar las condiciones en las que se gesta la vida, a partir de las condiciones sociales, sus actores e instituciones, para establecer las influencias biológicas y sociales involucradas en el desarrollo del prenatal, con visión crítica, tolerante y responsable.

Contenido:**Duración:** 6 horas

- 2.1. Derechos reproductivos
- 2.2. Condiciones psicosociales durante el embarazo
- 2.3. Etapa del desarrollo prenatal
- 2.4. Desarrollo congénito y desarrollo social

UNIDAD III. Infancias y adolescencias

Competencia:

Diferenciar las etapas etarias de la infancia y la adolescencia, desde el desarrollo físico, cognitivo, psicosocial y cultural, para comprender el comportamiento, actitudes y moralidad de las personas, con pensamiento crítico e inclusivo.

Contenido:**Duración:** 6 horas

- 3.1. Derechos de los niños, niñas y adolescentes
- 3.2. Desarrollo físico
- 3.3. Desarrollo cognitivo
- 3.4. Desarrollo psicosocial y contexto cultural
- 3.5. Desarrollo moral

UNIDAD IV. Desarrollo de la adultez

Competencia:

Analizar las condiciones que favorecen las etapas de adultez temprana y adultez intermedia, desde el desarrollo físico, cognitivo, psicosocial, económico y cultural, para determinar las condiciones y estilos de vida de las personas, con empatía y responsabilidad.

Contenido:

- 4.1. Edad adulta temprana e intermedia
- 4.2. Desarrollo físico
- 4.3. Desarrollo cognitivo
- 4.4. Desarrollo psicosocial
- 4.5. Factores socioestructurales

Duración: 6 horas

UNIDAD V. Edad adulta tardía

Competencia:

Establecer la calidad de vida de los individuos en la etapa adulta tardía, con relación a las condicionantes físicas, cognitivas, psicosociales, emocionales, económicas, culturales y de vulnerabilidad, así como de las decisiones de la vida, para entender al sujeto al final de la vida, con trabajo en equipo y una actitud reflexiva.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 5.1. Desarrollo físico
- 5.2. Desarrollo cognitivo
- 5.3. Desarrollo psicosocial y contexto cultural
- 5.4. Calidad de vida en adultos mayores
- 5.5. Condiciones de vulnerabilidad
- 5.6. Significados de la muerte
- 5.7. Pérdidas significativas
- 5.8. Reconocimiento y abandono
- 5.9. El derecho a morir
- 5.10. Final de la vida

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD II	Desarrollo prenatal			
1	Fundamentos de luchas sociales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conformar equipos. 2. Determina el tema a observar o relacionado con el derecho de la vida. 3. Observa una marcha en vivo o grabada relacionada con derechos de la vida. 4. Identifica en las leyes el derecho a nacer. 5. Determina los fundamentos de la lucha social o marcha. 6. Relaciona los fundamentos de las luchas con las leyes. 7. Presenta resultados ante el grupo. 8. Entrega el reporte de práctica al profesor para retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Medios virtuales • Medios audiovisuales 	3 horas
UNIDAD III				
2	Observación de infancias en contextos socioculturales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conformar equipos. 2. Identifica a infantes a observar e distintos contextos socioculturales. 3. Caracteriza sus comportamientos en relación con los aspectos físicos, cognitivos y socioculturales. 4. Presenta resultados ante el grupo. 5. Entrega el reporte de práctica al profesor para 	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de observación • Medios virtuales • Medios audiovisuales 	3 horas

		retroalimentación.		
3	Entrevista a un adolescente	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conformar equipos. 2. Elaborar una guía de entrevista 3. Identificar a adolescentes para de distintos contextos socioculturales. 4. Caracterizar a los adolescentes con los aspectos cognitivos y sociales, morales, visión del mundo, expectativas de la vida, proyectos. 5. Presentar resultados ante el grupo. 6. Entregar el reporte de práctica al profesor para retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Guía de entrevista • Dispositivo de grabación 	3 horas
UNIDAD IV				
4	Condiciones de vida en la adultez temprana e intermedia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conformar equipos de trabajo. 2. Elaborar una guía de entrevista 3. Identificar a adultos en la etapa temprana e intermedia en distintos contextos socioculturales. 4. Caracterizar el estilo de vida de los adultos en relación con el desarrollo físico, cognitivo, psicosocial, económico y cultural. 5. Presentar resultados ante el grupo. 6. Entregar el reporte de práctica al profesor para retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Guía de entrevista • Dispositivo de grabación 	3 horas
UNIDAD V				
5	Tipología de los sujetos en la vejez	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conformar equipos de trabajo. 2. Elaborar una guía de entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • Guía de entrevista • Registro de observación 	4 horas

		<p>y registro de observación.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Identifica a adultos en la etapa tardía en distintos contextos socioculturales. 4. Caracteriza a los adultos en relación los condicionantes físicas, cognitivas, psicosociales, emocionales, económicas, culturales y de vulnerabilidad, así como de las decisiones de la vida. 5. Elabora una tipología de los sujetos en la vejez de acuerdo a los contextos socioculturales 6. Presenta resultados ante el grupo. 7. Entrega el reporte de práctica al profesor para retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dispositivo de grabación 	
--	--	---	--	--

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Técnica expositiva
- Prácticas guiadas
- Mesas redondas
- Estudios de caso
- Rol playing
- Análisis de material audiovisual
- Promoción y uso de TIC

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Análisis de información
- Investigación documental
- Organizadores gráficos
- Resumen
- Síntesis
- Exposición
- Trabajo colaborativo
- Trabajo de campo
- Entrevista
- Observación
- Diario de campo
- Diseño de instrumentos
- Elaboración de informes

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Prácticas de taller.....	30%
- Tareas.....	20%
- Participación y presentación en clase.....	10%
- Evaluaciones parciales.....	10%
- Informe de un estudio de caso	30%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Albizu-Campos Espiñeira, J. C. (2020). Cuba: envejecimiento demográfico y desarrollo humano. <i>Economía y Desarrollo</i>, 164(2), 1–22.</p> <p>Conceição, P. (2019) .<i>Informe sobre Desarrollo Humano. Más allá del ingreso, más allá de los promedios, más allá del presente: Desigualdades del desarrollo humano en el siglo XXI</i>. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr_2019_overview_-_spanish.pdf</p> <p>Delval, J. (2006). <i>El desarrollo humano</i> (7ma. Ed). España: Siglo XXI Editores. [clásica].</p> <p>Giddens, A, y Sutton, P. (2018). <i>Sociología</i>. España: Alianza Editorial.</p> <p>Ham Chande, Roberto. (1999). El envejecimiento en México: de los conceptos a las necesidades. <i>Papeles de Población</i>, 5(19), 7-21. [clásica].</p> <p>Nusbaum, M. y Sen, A. (1998). <i>La calidad de vida</i>. México: Fondo de Cultura Económica. [clásica].</p> <p>Papalia, D. E. y Martorell, G. (2017). <i>Desarrollo humano</i> (8a ed.). México: McGraw-Hill.</p> <p>Trejo, J. A. (2005). Sociología de la juventud: breve estado de la cuestión. <i>Espacios Públicos</i>, 8(16), 157-170. [clásica].</p> <p>Valenzuela, J. M. (2014). <i>El futuro ya fue</i>. México: El Colegio de la Frontera Norte. [clásica].</p>	<p>Amartya, S. (1999). <i>Un nuevo examen de la desigualdad</i>. Madrid, España: Alianza. [clásica].</p> <p>Amartya, S. (2000). <i>Desarrollo y libertad</i>. Argentina: Planeta. [clásica].</p> <p>Becerra-Romero, J. P., Bahamón, M. J., Rubio-Castro, R., Barraza-López, R. y Cudris-Torres, L. (2020). Promoción de habilidades para la vida en los estudiantes de una institución de formación para el trabajo y el desarrollo humano de la ciudad de Barranquilla. Colombia. <i>Archivos Venezolanos de Farmacología y Terapéutica</i>, 39(3), 349–354.</p> <p>Bicocca, M. (2018). Competencias, capacidades y educación superior. Repensando el desarrollo humano en la universidad. <i>Estudios Sobre Educación</i>, 34, 29–46. https://doi.org/10.15581/004.34.29-46</p> <p>Deneulin, S. (2019). El desarrollo humano integral: una aproximación desde la tradición social católica y el enfoque de las capacidades de Amartya Sen. <i>Revista de Estudios Sociales</i>, 67, 74–86. https://doi.org/10.7440/res67.2019.06</p> <p>Gerónimo, V. M., Marina, J. A. y Vázquez, A. R. (2020). Patrones y dinámicas espaciales de desarrollo humano en los municipios de México. <i>Desarrollo y Sociedad</i>, 85, 111–155. https://doi.org/10.13043/DYS.85.3</p> <p>Sánchez, A. (2019). Las posibilidades constructivas del poder: Empoderamiento y desarrollo humano. <i>Revista Cubana de Educación Superior</i>, 38, 1–20.</p> <p>Sastré, M. L. (2018). Movilidad espacial del desarrollo humano en México. <i>Desarrollo y Sociedad</i>, 81, 115–</p>

Zavydivska, O. I., Zavydivska, N. N., Khanikiants, O. V., & Rymar, O. V. (2017). The paradigm of health maintenance at higher education institutions as an important component of human development in terms of modernity. *Journal of Physical Education & Sport*, 17, 60–65.

143. <https://doi.org/10.13043/DYS.81.3>

Vásquez, J. S. y Ng-Henao, R. (2017). Sustainable development and human development. Evolution or transition in the scientific conception of sustainability? *Producción Más Limpia*, 12(2), 103–117. <https://doi.org/10.22507/pml.v12n2a9>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de contar con título de Licenciado en Educación, Psicología, Sociología o área afín, de preferencia con estudios de posgrado en el área de Ciencias Sociales o de la Salud; con amplia experiencia en el ámbito del desarrollo humano desde los ámbitos bio-psico-sociales. Que sea proactivo, que fomente el aprendizaje activo, la responsabilidad y la actitud crítica.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali; y Facultad de Ingeniería y Negocios, Guadalupe Victoria.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Licenciado en Ciencias de la Educación, Licenciado en Psicología y Licenciado en Sociología
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Desarrollo de Habilidades Socioemocionales
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 01 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 05**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Básica
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Yessica Martínez Soto
Carlos David Solorio Pérez
Karla Lariza Parra Encinas
Armando Gutiérrez Ortega

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya
Gilberto Manuel Galindo Aldana

Fecha: 22 de enero de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

El estado actual de avance tecnológico, científico y social que caracteriza la Cuarta Revolución Industrial, encuadra nuevos retos en cuanto a la formación de profesionales. Durante la última, organismos como la OCDE, UNESCO y la ANUIES (en nuestro país), han puesto de manifiesto un discurso que resalta la importancia de que además de contribuir al desarrollo de competencias cognitivas, se deben implementar (desde las instituciones educativas) espacios formativos para el desarrollo de competencias socioemocionales. En relación a lo anterior, el Modelo Educativo de la Universidad Autónoma de Baja California hace referencia a un envolvente formativo sustentado en la educación para toda la vida y el desarrollo de competencias interpersonales, que promueva el ser y hacer de ciudadanos empáticos y socialmente responsables.

Dado lo anterior, el propósito de la presente unidad de aprendizaje es que la población estudiantil comprenda el carácter adaptativo de las emociones y el desarrollo de habilidades socioemocionales como base para el enriquecimiento del proceso formativo y la construcción de un proyecto de desarrollo personal y profesional que le permitan una mejor inserción y desenvolvimiento en el campo laboral.

Esta asignatura se imparte en la etapa básica del Tronco Común de Humanas y Ciencias Sociales y es de carácter obligatorio.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar el carácter adaptativo de las emociones y estados de ánimo como condiciones fundamentales en el desempeño cognitivo, afectivo y conductual, a través de la implementación de estrategias de autoconocimiento y autorregulación, que permitan mejorar los estados de bienestar y las relaciones interpersonales, para la elaboración de un proyecto de vida y carrera, con responsabilidad, así como pensamiento crítico y autorreflexivo.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Elabora plan de vida y carrera con base en el desarrollo de habilidades socioemocionales, que comprenda el diseño de objetivos y metas en las diferentes etapas de desarrollo personal, profesional y laboral.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Emociones y sus bases biológicas

Competencia:

Identificar el concepto de emoción y sus componentes, a través del estudio de los procesos de respuesta fisiológica implicados, que permita la función adaptativa, social y motivacional de las emociones en el contexto de las relaciones interpersonales, con autenticidad y congruencia.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 1.1. Constructo de emoción, rasgos afectivos y estados de ánimo
- 1.2. Componentes de las emociones
 - 1.2.1. Cognitivo
 - 1.2.2. Conductual
 - 1.2.3. Respuesta fisiológica
- 1.3. Microexpresiones emocionales
- 1.4. Función adaptativa, social y motivacional de las emociones

UNIDAD II. Tipología de las emociones y estados emocionales

Competencia:

Clasificar los diferentes tipos de emociones, a partir de sus características y orden, para favorecer la auto-identificación en los diferentes estados emocionales y su relación con el ámbito personal, académico, social y estético, con objetividad, empatía y responsabilidad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 2.1. Emociones de primer orden (emociones básicas)
- 2.2. Emociones de segundo orden (estados emocionales)
- 2.3. Otras clasificaciones
 - 2.3.1. Emociones positivas y emociones negativas
 - 2.3.2. Emociones académicas
 - 2.3.3. Emociones sociales
 - 2.3.4. Emociones estéticas

UNIDAD III. Habilidades socioemocionales, constructo y clasificación

Competencia:

Clasificar las habilidades socioemocionales, a través de su conceptualización y elementos que las integran, para fomentar su aplicación en el ámbito intrapersonal e interpersonal, y un mejor desempeño en las capacidades cognitivas, de resolución de problemas, de colaboración y de convivencia, con actitud empática, colaboración y respeto por la diversidad.

Contenido:

Duración: 10 horas

- 3.1. Concepto de Habilidades Socioemocionales
- 3.2. Habilidades Socioemocionales intrapersonales
 - 3.2.1. Autoconocimiento
 - 3.2.2. Autorregulación
 - 3.2.3. Adaptabilidad
 - 3.2.4. Sentido de agencia
 - 3.2.5. Autoestima
 - 3.2.6. Autonomía
- 3.3. Habilidades Socioemocionales interpersonales
 - 3.3.1. Empatía
 - 3.3.2. Comunicación
 - 3.3.3. Trabajo colaborativo
 - 3.3.4. Sensibilidad
 - 3.3.5. Bondad
 - 3.3.6. Reconocimiento a la diversidad
- 3.4. Habilidades Socioemocionales cognitivas
 - 3.4.1. Pensamiento crítico
 - 3.4.2. Creatividad
 - 3.4.3. Solución de problemas
- 3.5. Habilidades Socioemocionales para la convivencia, la conciencia social y la colaboración

UNIDAD IV. Proyecto de vida y carrera con base en el desarrollo de habilidades socioemocionales

Competencia:

Diseñar un proyecto de vida y carrera, a través de la identificación de metas personales, académicas, profesionales, laborales y de actualización, que favorezcan al compromiso con el proceso formativo y la futura inserción en el mundo laboral, con autenticidad, proactividad y responsabilidad profesional.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 4.1. Metas personales
- 4.2. Metas académicas
- 4.3. Metas profesionales
 - 4.3.1. Metas laborales
 - 4.3.2. Metas de actualización profesional

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Clasificación de emociones y microexpresiones faciales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para clasificar emociones y microexpresiones faciales 2. De manera individual realiza una investigación documental y audiovisual sobre la clasificación de emociones y microexpresiones faciales 3. Elabora en Word un cuadro de doble entrada con la descripción de las microexpresiones faciales 4. Comparte la evidencia con el docente 	<ul style="list-style-type: none"> • Literatura • Reportes de lectura • Procesador Word 	2 horas
UNIDAD II				
2	Autoevaluación de estados emocionales. Diario emocional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para la construcción de un diario emocional 2. De manera individual elabora en una plantilla de Word un registro semanal que contenga la siguiente estructura: situación, emoción, causa, intensidad, duración, evaluación. 3. Comparte la evidencia con el docente 5. Participa en un plenario con los resultados del ejercicio 	<ul style="list-style-type: none"> • Literatura • Reportes de lectura • Procesador Word 	4 horas
UNIDAD III				

3	Tipología de HSE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para la elaboración del compendio sobre la tipología de las HSE 2. De manera individual integra un compendio de ejemplos gráfico-visuales para cada una de las habilidades socioemocionales según su categorización. 3. Comparte la evidencia con el docente 4. Participa en un plenario con los resultados del ejercicio 	<ul style="list-style-type: none"> • Literatura • Reportes de lectura • Procesador Word • Material videográfico 	4 horas
UNIDAD IV		4.		
4	Proyecto de vida y carrera	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para la construcción de un Proyecto de vida y carrera. 2. Construye en formato Word, un proyecto de vida y carrera que contenga los siguientes elementos: metas personales, académicas, profesionales, laborales y de actualización, sustentado en el desarrollo de habilidades socioemocionales. 5. Comparte la evidencia con el docente 	<ul style="list-style-type: none"> • Literatura • Reportes de lectura • Protocolo de Proyecto de Vida y Carrera • Procesador Word 	6 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

La metodología de trabajo se basa en el enfoque participativo mismo que facilitará la integración de la experiencia individual y colectiva en la apropiación de los contenidos teóricos y prácticos de la asignatura.

Encuadre: El primer día de clase el docente se presentará la unidad de aprendizaje, el programa y calendario de trabajo, los criterios de evaluación y acreditación, así como los requerimientos de la presentación de las evidencias.

Estrategia de enseñanza (docente):

Implementará estrategias que favorezcan la reflexión individual y colectiva sobre la apropiación conceptual y práctica de las habilidades socioemocionales, entre ellas la presentación de textos, ilustraciones y material audiovisual; uso de preguntas, organizadores previos y analogías, así como el desarrollo de ejercicios de lectura independiente, cooperativa y guiada.

Estrategia de aprendizaje (alumno):

Se desarrollarán estrategias de aprendizaje significativo que permitan la apropiación conceptual y práctica de las habilidades socioemocionales, entre ellas la elaboración de reflexiones, inferencias, resúmenes, diario de emociones, mapas conceptuales y redes semánticas, así como la participación en foros y plenarias, aunado a la atención puntual de las indicaciones del docente.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Reportes de lectura.....20%
- Desarrollo de ejercicios...15%
- Foros y debates.....15%
- Reflexión final.....20%
- Plan de vida y carrera30%
- Total..... 100%**

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Chaitnaya, K, (2018). Soft Skills to Complement Professional Students' Technical Skills to Enhance their Employability Rate. <i>Language in India</i>. 18(12) pp. 52-61</p> <p>Fajar, A., Cantner, U. (2018). Soft Skills, hard skills, and individual innovativeness. <i>Eurasian Bus Rev.</i> 8, pp. 139-169 https://doi.org/10.1007/s40821-017-0076-6</p> <p>García, A. (2019). Neurociencia de las emociones: la sociedad vista desde el individuo. Una aproximación a la vinculación sociología-neurociencia. <i>Sociológica (México)</i>, 34(96), 39-71</p> <p>García B., Pineda, V. (2019). Motivación y emociones: ingredientes esenciales del interés y el involucramiento en el aprendizaje en línea. <i>Revista Mexicana de Bachillerato a Distancia</i>. 11(21) pp. 131-139</p> <p>García, B., (2018). Las habilidades socioemocionales, no cognitivas o blandas: aproximaciones a su evaluación. <i>Revista Digital Universitaria</i>. 19 (6) pp.1-17 DOI: http://doi.org/10.22201/codeic.16076079e.2018.v19n6.a5</p> <p>Hernández, Z., Trejo, Y., Hernández, M. (2018). El desarrollo de habilidades socioemocionales de los jóvenes en el contexto educativo. <i>Red. Poniéndose al día</i>. INEE. pp.88-97.</p> <p>Huerta, M. (2019). Evaluación de habilidades socioemocionales y transversales: un estado del arte. <i>Diálogos</i>.</p> <p>Klieger, D., Kell, H., Rikoon, S., Burkander, K., Bochenek, J., Shore, Jane. (2018). Development of the behaviorally</p>	<p>Bisquerra, R. (2012). <i>¿Cómo educar las emociones? La inteligencia emocional en la infancia y en la adolescencia</i>. Barcelona: Hospital Sant Joan de Déu. [clásica]</p> <p>Bisquerra, R. (2003). Educación Emocional y competencias Básicas para la Vida, <i>Revista de Investigación Educativa</i>. 21 (1) pp. 7-43 [clásica]</p> <p>Bericat, E. (2000). La sociología de la emoción y la emoción en la sociología. <i>Papers. Revista de Sociología</i>. Disponible en: https://papers.uab.cat/article/view/v62-bericat/pdf-es [clásica]</p> <p>Brocano, F. (2006). Consideraciones epistemológicas acerca del sentido de agencia. <i>Logos</i>. 39 pp. 7-27 [clásica]</p> <p>Casiraghi, B., & Aragão, J. C. S. (2019). Problem-Solving Methodologies Structured On The Stages of Critical Thinking. <i>Psicología Escolar e Educacional</i>, 23</p> <p>Castellanos, J., Niño, S., Parra, K. (2020) Discurso socioemocional y construcción compartida de conocimiento en tareas colaborativas en línea. <i>Revista Electrónica Educare</i>, 24(2), 59-79</p> <p>Flores, D., López, S., Peña, G., Torres, S., Mejía, P., Narváez, A., Flórez, M., Montero, C., Gómez, P., Salebe, S., Espinosa, J., Pedraza, S., Medrano, M. (2018). Competencia Social como predictor de éxito escolar. <i>Espacios</i>. 39(30) PP. 1-12</p> <p>Heckman, J., Kautz, T. (2012). Hard evidence on soft skills. <i>Nber Working Paper Series</i>. 18121 pp. 1-54 [clásica]</p> <p>López R, (2009). Las emociones. Sobre la naturaleza cognitiva de las emociones. Uso de las técnicas emocionales en ambientes educativos y clínicos. México: Editorial</p>

<p>anchored rating scales for the skills demonstration and profession guide. <i>ETS Research Report Series</i>. Pp. 18-24</p> <p>Pekrun, R. (2014) <i>Emotions and Learning</i>. UNESCO [Clásica]</p> <p>Pinos, K. (2018, April 10) Compassion, transforming our lives and the world. Recuperado de https://http://www.edimprovement.org/2018/04/developing-compassion-transforming-lives-world/</p> <p>Shao, K., Pekrun, R., Nicholson, L. (2019). Emotions in classroom language learning: What can we learn from achievement emotion research? <i>System</i>. 86, pp, 1-11 DOI: https://doi.org/10.1016/j.system.2019.102121</p> <p>Skékeley, M. (2015). La importancia de las habilidades socioemocionales para la empleabilidad de los jóvenes en América Latina: Un resumen de la literatura. Banco Interamericano del Desarrollo. DOI http://dx.doi.org/10.18235/0001538</p> <p>Vaja, A., Martinenco, R., Martín, R. (2018). Aportes para pensar las emociones académicas en las clases universitarias. <i>Contextos en Educación</i>. 18(24) pp. 78-89</p> <p>Vogl, E., Pekrun, R., Murayama, K., Loderer, K., Schubert, S. (2019). Surprise, Curiosity, and Confusion Promote Knowledge Exploration: Evidence for Robust Effects of Epistemic Emotions. <i>Frontiers in Psychology</i>. 10, pp. 1-16</p> <p>Walsh, B., & Volini, E. (2017). Rewriting the rules for the digital age: 2017 Deloitte global human capital trends</p> <p>Zheng, J., Huang, L., Li, s., Lajoie, S., Chen, Y., Hmelo-Silver, C. (2020). Self-regulation and emotion matter: A case study of instructor interactions with a learning analytics dashboard. <i>Computers and Education</i>. 161, pp. 1-14</p>	<p>Trillas [clásica]</p> <p>Luna, S. (2015). El futuro del aprendizaje. ¿Qué tipo de aprendizaje necesita se necesita en el siglo XXI? <i>Investigación y perspectiva en educación</i>. UNESCO. Documentos de trabajo</p> <p>OCDE (2015). Skills for social progress: The power of social and emotional skills.</p> <p>OCDE. (2015). Políticas prioritarias para fomentar las habilidades y conocimientos de los mexicanos para la productividad y la innovación. Serie Mejores Políticas.</p> <p>OCDE (2017). Diagnóstico de la OCDE sobre la estrategia de competencias, destrezas y habilidaes de México. Resumen Ejecutivo.</p> <p>Pajares, J., Poza, D., Villafañez, F., & López-Paredes, A. (2017). Project Management Methodologies in the Fourth Technological Revolution. In <i>Advances in Management Engineering</i> (pp. 121-144). Springer, Cham.</p> <p>Putwain, D., Schmitz, E., Wood, P., Pekrun, R. (2020) The role of achievement emotions in primary school mathematics: Control–value antecedents and achievement outcomes. <i>British Journal of Educational Psychology</i>. DOI: 10.1111/bjep.12367</p> <p>Scherer, Klaus R. (2005): “¿Qué son las emociones? ¿Y cómo pueden ser medidas?” <i>Social Science Information</i>, vol 44, nº4: 695–729. SAGE Publications. [clásica]</p> <p>Vaja, A., Paoloni, P. (2013). Emociones de logro en contextos de evaluación: un estudio exploratorio con alumnos universitarios. <i>Innovación Educativa</i>. 13(62) pp. 135-15 [clásica]</p>
---	--

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que impartirá la unidad de aprendizaje Desarrollo de Habilidades Socioemocionales debe contar con título de licenciado, maestro o doctor en Psicología, Educación, Asesoría Psicopedagógica o áreas afines a las Ciencias Sociales, preferentemente con posgrado; con amplia experiencia en el ámbito del estudio de las emociones, las habilidades socioemocionales y su impacto en el desempeño personal, académico y profesional. Se requiere de una actitud dispuesta, sensible, creativa y proactiva, así como de habilidades para el desarrollo de estrategias de auto-reflexión y de aprendizaje colaborativo.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Lenguaje Visual
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Rocío Alejandra Villanueva Urueta
Marco Antonio Meza León
Marcos Ramírez Espinosa
Pablo Filemón Guadiana Lozano
Armando Gutiérrez Ortega

Fecha: 16 de diciembre de 2020

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje tiene como propósito instruir al estudiante con la teoría básica para codificar y decodificar el lenguaje visual en los medios de comunicación masivos. El diseño incluye la importancia del estudio de la sintaxis visual, la fisiología humana, la composición y el análisis de los medios masivos visuales.

Esta asignatura se imparte en la etapa disciplinaria con carácter optativo y pertenece al área de conocimiento de Ecosistema Mediático.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar recursos de comunicación visual, empleando los elementos básicos y conceptos teórico-simbólicos de la imagen, así como los recursos de la sintaxis y el discurso visual en sus distintas aplicaciones, para resolver problemas específicos de comunicación en la comunidad, mostrando una actitud crítica, sentido estético, creatividad y el trabajo en equipo.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Desarrolla el análisis de un caso de estudio sobre estrategias de comunicación visual, atendiendo las características de sus elementos básicos, conceptos y sintaxis del lenguaje visual. El análisis debe integrar: Introducción, identificación y descripción de los elementos de la comunicación visual, sintaxis visual, construcción narrativa del mensaje, reflexión crítica sobre el discurso visual y referencias.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. El alfabeto visual

Competencia:

Identificar las bases del desarrollo de la teoría de la imagen, mediante la revisión de los antecedentes históricos y los precursores que legitiman el compromiso del comunicador visual, para la formación educativa de la imagen, con actitud analítica, responsabilidad y empatía.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 1.1. La cultura icónica contra la cultura escrita
- 1.2. Necesidad de un alfabeto visual
- 1.3. Teoría de la Gestalt
 - 1.3.1. Orígenes y postulados
 - 1.3.2. Equilibrio
 - 1.3.3. Proximidad y similitud
 - 1.3.4. Positivo y negativo

UNIDAD II. La fisiología humana

Competencia:

Ubicar las áreas físico-químico del sistema de la visión y el cerebral que participan en la transformación de la luz en imagen, por medio de ejercicios sensoriales, para valorar la posición del sentido de la vista en el proceso del aprendizaje humano, con actitud reflexiva, asertiva y disposición.

Contenido:

- 2.1. Las transformaciones ópticas
- 2.2. Las transformaciones químicas
- 2.3. Las transformaciones nerviosas

Duración: 4 horas

UNIDAD III. Los elementos básicos visuales

Competencia:

Contrastar los elementos mínimos de la significación visual -punto y línea- con el entorno natural, mediante la recolección de muestras físicas y la técnica del dibujo, para entender la integración de estos a la imagen y motivar la curiosidad visual individual, con actitud crítica, reflexiva y asertiva.

Contenido:

- 3.1. Conceptos básicos del punto: tipos y características
- 3.2. Concepto de línea: tipos y características
- 3.3. El círculo, el triángulo y el cuadrado: características

Duración: 8 horas

UNIDAD IV. La sintaxis para la construcción del lenguaje visual

Competencia:

Distinguir correctamente los componentes de la sintaxis dentro de la composición de una imagen, mediante la proyección de diversos medios visuales, con el fin de clasificar dentro del rango de calidad y elegir las imágenes óptimas para organizar un mensaje que impacte en el receptor, con actitud asertiva, responsable y empatía.

Contenido:

Duración: 10 horas

- 4.1. Dirección
- 4.2. Las formas internas
- 4.3. Las texturas: visual contra táctil
- 4.4. Movimiento
- 4.5. Volumen
- 4.6. Proporción
- 4.7. Repetición
- 4.8. Ritmos: continuo y discontinuo
- 4.9. Balances: simétrico, radial y asimétrico
- 4.10. Planos básicos: general, conjunto, entero, medio, primero y detalle
- 4.11. Color: antecedentes, primarios, básicos RGB y CMYK

UNIDAD V. El lenguaje visual y sus aplicaciones profesionales

Competencia:

Examinar las obras de diversos autores visuales, basado en los criterios teóricos de la imagen, para distinguir el contenido estético y discursivo de la pieza, con pensamiento crítico, reflexivo y respeto.

Contenido:

- 5.1. La sintaxis visual en la fotografía
- 5.2. La sintaxis visual en la producción multimedia
- 5.3. La sintaxis visual en el cómic o la historieta
- 5.4. La sintaxis visual aplicada en la pintura y al diseño gráfico

Duración: 6 horas

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Identificación de elementos de una composición visual	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para realizar la identificación de elementos de una composición. 2. Elige locaciones, paisajes y objetos para una serie fotográfica. 3. Realiza la serie fotográfica. 4. Presenta a docente y al grupo. 5. Realiza análisis grupal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dispositivos de captura audiovisual Computadora • Internet • Cañón 	4 horas
UNIDAD II				
2	Elaboración emotiva a través de una narrativa visual de imagen fija	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para la elaboración de una emotiva narración visual de imagen fija 2. Integrarse en equipos de trabajo. 3. Selecciona una emoción a tratar visualmente. 4. Realiza una serie fotográfica de diez imágenes que reflejen la emoción seleccionada. 5. Presenta ante el docente y grupo. 6. Realiza análisis grupal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dispositivos de captura audiovisual Computadora • Internet • Cañón 	8 horas
UNIDAD III				
3	Elaboración emotiva a través de una narrativa visual de imagen en movimiento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para la elaboración de una emotiva narración visual de imagen en movimiento 2. Integrarse en equipos de trabajo. 3. Selecciona una emoción a tratar visualmente. 4. Realiza un video que reflejen la 	<ul style="list-style-type: none"> • Dispositivos de captura audiovisual Computadora • Internet • Cañón 	8 horas

		<p>emoción seleccionada.</p> <p>5. Presenta ante el docente y grupo.</p> <p>6. Realiza análisis grupal.</p>		
UNIDAD IV				
4	Elementos de la sintaxis visual	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para la elaboración de la sintaxis visual a partir de 5 obras determinadas por el docente. 2. Analiza imágenes fijas y en movimiento. 3. Realiza reporte con el análisis de las imágenes que integre el reconocimiento de los elementos de la sintaxis visual y su capacidad discursiva. 4. Presenta ante el docente y grupo. 5. Realiza análisis grupal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cinco obras visuales • Computadora • Internet • Cañón 	6 horas
UNIDAD V				
5	Revisión de las obras de diversos autores visuales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para la revisión de obras visuales. El docente proporciona las obras para el análisis. 2. Analiza una pieza de cada rubro: fotografía, multimedia, comic, plástica. 3. Realiza reporte con el análisis de las imágenes que integre el reconocimiento de las capacidades discursivas de cada medio. 4. Presenta ante el docente y grupo. 5. Realiza análisis grupal 	<ul style="list-style-type: none"> • Obras visuales • Computadora • Internet • Cañón 	6 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Proporciona recursos bibliográficos sobre el lenguaje visual
- Explica temáticas a través de la técnica expositiva
- Proporciona y analiza obras visuales con el grupo
- Elabora y aplica exámenes
- Organiza reflexiones grupales sobre los análisis de las obras
- Propicia la participación activa del estudiante

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Consulta recursos bibliográficos sobre el lenguaje visual
- Analiza obras visuales con el grupo
- Resuelve exámenes
- Participa en reflexiones grupales sobre los análisis de las obras
- Participa activamente en clase
- Se integra en equipos para realizar análisis a obras visuales

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- 2 exámenes.....	30%
- Prácticas de taller	30%
- Análisis de un caso de estudio	40%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Canga, M. (2019) <i>Fundamentos de Teoría de la Imagen</i>. Madrid: Síntesis, S.A. Recuperado de: https://www.sintesis.com/data/indices/9788491714026.pdf</p> <p>Dondis, D. (2006). <i>La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual</i>. (18a ed.) Madrid: Alianza. [clásica]</p> <p>Ferrer, E. (1999). <i>Los lenguajes del color</i>. México: Fondo de Cultura Económica. [clásica]</p> <p>Frutiger, A. (2005). <i>Signos, símbolos, marcas, señales</i>. Barcelona: Gustavo Gili. [clásica]</p> <p>Gombrich, E. (2003). <i>Los usos de las imágenes. Estudios sobre la función social del arte y la comunicación visual</i>. México: Fondo de Cultura Económica. [clásica]</p> <p>Heller, E., & Mielke, J. C. (2010). <i>Psicología del color: cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón</i> (26 ed). Barcelona: Gustavo Gili. [clásica]</p> <p>Hunt, E., Marland, J., y Rawle, S. (2016). <i>El Lenguaje cinematográfico: bases del Cine</i> (2ª ed.). Barcelona: Parramon.</p> <p>Indij, G., y Silva, A. (2017). <i>Clic! Fotografía y percepción</i> (1ª ed.). Buenos Aires: La Marca.</p> <p>Leborg, C. (2013). <i>Gramática visual</i> (5a ed.). Barcelona: Gustavo Gili. [Clásica]</p> <p>Lupton, E. (2019). <i>El diseño como storytelling</i> (2da ed.). Barcelona: Gustavo Gili.</p>	<p>Aaronson, D. (2004). <i>Andy Warhol, 365 takes</i>. Estados Unidos: Andy Warhol Museum. [clásica]</p> <p>Cave, Julia (1994). <i>Bauhaus. El rostro del Siglo XX</i>. México [documental]. Traducido por CONACULTA, 50 min. Recuperado de https://www.dailymotion.com/video/x1i5jiv [clásica]</p> <p>Cowart, J. (2005). <i>Roy Lichtenstein, en proceso</i>. Madrid: Fundación Juan March, recuperado de https://digital.march.es/fedora/objects/cat:149/datastreams/PDF/content [clásica]</p> <p>Jastrzebski, P. (1997). <i>Toda Mafalda</i>. (8a ed.). Argentina: Ediciones la Flor. [clásica]</p> <p>Kress, G. R., & Van Leeuwen, T. (1996). <i>Reading images: The grammar of visual design</i>. USA: Psychology Press.[Clásica]</p> <p>Lester, P. (2013). <i>Visual communication: Images with messages</i>. Nelson Education. [clásica]</p> <p>Meggs, P. B. (1992). <i>Type and image: The language of graphic design</i>. John Wiley & Sons. [clásica]</p> <p>Palacios, L. (2018). <i>Vincent Van Gogh y sus posibles afecciones psiquiátricas</i>. Colombia: Fundación Universitaria de Ciencias de la Salud, Repertorio de Medicina y Cirugía, volumen 2, número 2. Recuperado de: https://revistas.fucsalud.edu.co/index.php/repertorio/article/download/187/179/</p> <p>Palacios, L., Botero, J. S., & Vélez, M. C. (2018). Vincent Van Gogh y sus posibles afecciones neuropsiquiátricas. <i>Revista Repertorio De Medicina Y Cirugía</i>, 27(2).</p>

<p>Meggs, P. (1998). <i>Historia del Diseño Gráfico</i>. México: Trillas. [clásica]</p> <p>Mitchell, W.J.T. (2009) <i>Teoría de la imagen. Ensayo sobre la representación verbal y visual</i>. Madrid: Ediciones Akal, S.A. Recuperado de: http://www.fadu.edu.uy/estetica-diseno-ii/files/2018/04/Mitchell-Teoria-de-La-Imagen.pdf [clásica]</p> <p>Villafañe, J. (2006) <i>Introducción a la teoría de la imagen</i>. Madrid: Ediciones Pirámide. Recuperado de: https://panamodelado3d.files.wordpress.com/2012/08/villafac3b1e-justo-introduccion-a-la-teoria-de-la-imagen.pdf [clásica]</p>	<p>https://doi.org/10.31260/RepertMedCir.v27.n2.2018.187</p> <p>Pérez, A. (2008). <i>Gabriel Figueroa. Travesías de una mirada</i>. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Luna Córnea 32. Recuperado de: https://issuu.com/c_imagen/docs/lunacornea_32_2 [clásica]</p> <p>Xavier, I. (2008). <i>El discurso cinematográfico: la opacidad y la transparencia</i>. Buenos Aires: Manantial. [clásica]</p>
---	---

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Lenguaje Visual debe contar con título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Producción Audiovisual, Artes o área afín, con conocimientos avanzados en teoría y sintaxis de la imagen, discurso visual y narrativas en medios audiovisuales; preferentemente con estudios de posgrado y un año de experiencia docente en nivel licenciatura. Debe ser analítico, fomentar el pensamiento crítico en los estudiantes, conocedor de las corrientes visuales contemporáneas y sus orígenes, y capacidad de realizar análisis comprensivo de propuestas visuales.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Intervención Comunicativa en el Espacio Público
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Irma Daniela Rentería Díaz
Erika Valenzuela Gómez
Sheila Delhumeau Rivera

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la asignatura Intervención Comunicativa en el Espacio Público es realizar la implementación de un plan de intervención para la solución de un problema social a través de las estrategias comunicativas. Su utilidad radica en que le brinda al estudiante los elementos para desarrollar estrategias comunicativas que coadyuven en la búsqueda de alternativas para la solución de problemáticas sociales, así como para el monitoreo, control y evaluación de las mismas. Se imparte en etapa terminal con carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento Vida Pública y Ciudadanía.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Implementar un plan de intervención, a través de las estrategias comunicativas, para ofrecer alternativas encaminadas a la solución de problemáticas sociales, con actitud de apertura al diálogo, respeto y colaboración.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Elabora un reporte de implementación del plan de intervención social que contenga por lo menos los siguientes elementos: diagnóstico, cronograma, método de intervención, presupuesto, control y seguimiento y la evaluación de la intervención. Se deberá entregar de acuerdo con las características de formato indicadas por el docente.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. La intervención en comunicación

Competencia:

Identificar los modelos de intervención social, considerando sus principales teorías y metodologías, para su aplicación en los fenómenos comunicativos, con actitud estratégica, analítica y colaborativa.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 1.1. Introducción a las teorías de intervención social
- 1.2. La intervención social en fenómenos comunicativos
 - 1.2.1. El método de intervención
 - 1.2.2. Las estrategias comunicativas como intervención

UNIDAD II. Intervención comunicativa

Competencia:

Implementar las estrategias de comunicación construidas, para de manera participativa dar solución al problema, considerando el diagnóstico, cronograma, presupuesto así como el control y seguimiento, con actitud sistemática, proactiva y participativa.

Contenido:

- 2.1. Diagnóstico
- 2.2. Estrategias
- 2.3. Cronograma
- 2.4. Presupuesto
- 2.5. Mapa de responsables
- 2.6. Control y seguimiento

Duración: 12 horas

UNIDAD III. Evaluación de la intervención comunicativa

Competencia:

Evaluar la intervención comunicativa, a través del diálogo con el grupo social respecto al cumplimiento de los objetivos, para estimar el alcance de la intervención y recibir retroalimentación, con actitud abierta, reflexiva y propositiva.

Contenido:

- 3.1. Plan de estrategias comunicativas
- 3.2. Plan de intervención
- 3.3. Evaluación de la intervención

Duración: 12 horas

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD II				
1	Diseño de la estrategia de intervención	<ol style="list-style-type: none"> 1. En equipo atiende las orientaciones del docente para el diseño de la estrategia de intervención. 2. Revisa la problemática y recupera el diagnóstico comunicacional del fenómeno para identificar los aspectos a intervenir. 3. Elabora un plan de intervención preferentemente horizontal y participativo, considerando: espacio de la intervención, características del grupo o comunidad, actividades y herramientas. 4. Elabora los productos comunicativos necesarios para realizar la intervención 5. Presenta propuesta de estrategia de intervención al docente para su revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Software de edición de texto • Recursos digitales y materiales para elaboración de productos comunicativos 	8 horas
2	Cronograma	<ol style="list-style-type: none"> 1. En equipo analiza las estrategias de comunicación construidas. 2. Determina el tiempo para la creación e implementación de las mismas. 3. Realiza el cronograma de trabajo con los siguientes elementos mínimos: fecha, hora, actividad, herramientas y materiales, responsables y producto. 4. Entrega cronograma en formato de diagrama de Gantt al docente para su revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de comunicación seleccionadas • Selección de las herramientas y materiales • Formato de cronograma • Computadora • Software de edición de texto 	4 horas
3	Diseño de instrumento de control y seguimiento para la evaluación de la intervención	<ol style="list-style-type: none"> 1. En equipo atiende las orientaciones del docente para el diseño del instrumento de control y seguimiento. 2. Analiza las estrategias construidas 	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de comunicación seleccionadas 	8 horas

		<p>en función de la forma apropiada de evaluación de acuerdo a sus características.</p> <p>3. Elabora la rúbrica de control y seguimiento</p> <p>4. Entrega la rúbrica al docente para su revisión y retroalimentación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Formato de rubrica ● Computadora ● Software de edición de texto 	
UNIDAD III				
4	Evaluación de la intervención	<p>1. En equipo recupera y organiza la información de las rúbricas de control y seguimiento.</p> <p>2. Analiza la información cuantitativa y cualitativa obtenida.</p> <p>3. Sistematiza la información para presentarla con el grupo social y obtener retroalimentación.</p> <p>4. Presenta la evaluación al docente con la retroalimentación del grupo social.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Software de edición de texto ● Software de base de datos ● Internet 	8 horas
5	Reporte de la implementación	<p>1. En equipo atiende las orientaciones del docente para elaborar el reporte de la intervención.</p> <p>2. Integra el trabajo realizado en un reporte que incluye: diagnóstico, cronograma, método de intervención, presupuesto, control y seguimiento y la evaluación de la intervención, además de sus recomendaciones sobre la adecuación de la estrategia o la necesidad de reconducir o ajustarla.</p> <p>3. Entrega el reporte al docente para su revisión y retroalimentación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Software de edición de texto ● Software de base de datos ● Internet 	4 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente): Estudio de caso, método de proyectos, aprendizaje basado en problemas, técnica expositiva y ejercicios prácticos.

Estrategia de aprendizaje (alumno): Investigación, estudio de caso, trabajo en equipo, exposiciones, visitas a campo, organizadores gráficos, ensayos, resúmenes, cuadros comparativos, técnicas audiovisuales, elaboración de rúbricas e instrumentos de evaluación.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales.....	50%
(Prácticas de taller)	
- Tareas.....	20%
- Reporte de implementación.....	30%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Buraschi, D. y Aguilar-Idáñez, M. J. (2019). Empoderamiento comunicacional: una estrategia de intervención comunitaria para superar los límites de la sensibilización social. <i>XXI Revista de Educación</i>, 29, 194-218. Recuperado de: https://eduso.net/res/revista/29/miscelanea/empoderamiento-comunicacional-una-estrategia-de-intervencion-comunitaria-para-superar-los-limites-de-la-sensibilizacion-social</p> <p>Fernández, S. (2017). La teoría en la intervención social. Modelos y enfoques para el trabajo social del Siglo XXI. <i>Acción social 1</i> (1), 9-43.</p> <p>Gumucio-Dagron, A. y Thomas, T. (eds.) (2008). <i>Antología de Comunicación para el Cambio Social: Lecturas Históricas y contemporáneas</i>. Bogotá, Colombia: Signo y pensamiento. [clásica]</p> <p>Lipsey, M.W. y Cordray, D.S. (2000). Evaluation methods for social intervention. <i>Annual review of Psychology</i>, (51), 345-375. [clásica]</p> <p>Massoni, S. (2007). <i>Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido</i>, Rosario (Argentina): Homosapiens.</p> <p>Pérez, R. A. (2008). <i>Estrategias de comunicación</i>. Barcelona: Ariel Comunicación. [clásica]</p> <p>Sundell, K., and Olsson, T. (2017). <i>Social Intervention Research</i>. Oxford: Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/obo/9780195389678-0254</p>	<p>Castillo de Mesa, J., y Gómez, L. (2019). Facebook groups as social intervention tools for improving digital skills. <i>Social Work Education</i>, 39 (1), 71-84. Recuperado de: https://doi.org/10.1080/02615479.2019.1642867</p> <p>Duran, P., Cisneros, N. G., Meléndez, V. M ., y Cid Quiroz, R. (2019). Comunicación Estratégica: Modelo de gestión comunicacional. <i>Anuario De Investigación De La Comunicación CONEICC</i>, (XXVI), 70-80. https://doi.org/10.38056/2019aiccXXVI76</p> <p>Gaeta, N. (2017) <i>La intervención comunicativa para la reducción del riesgo de desastres. Análisis de las políticas y las prácticas comunicativas en tiempos normales</i>. [Tesis]. Disponible en: https://eprints.ucm.es/42263/</p> <p>Martín-Barbero, J., y Corona, S. (2017). <i>Ver con los Otros. Comunicación intercultural</i>. México: Fondo de Cultura Económica.</p> <p>Rey, G. (2003). <i>Ver desde la ciudadanía. Observatorios y veedurías de medios de comunicación en América Latina</i>. Taller de Trabajo: "Observatorios y Veedurías ciudadanas de los medios de comunicación en América Latina. Buenos Aires: FES/Promefes. Recuperado de: https://library.fes.de/pdf-files/bueros/kolumbien/04198.pdf [clásica]</p>

Sztompka, P. (1993). *Sociología del cambio social*. Madrid, España: Alianza Editorial. [clásica]

Tur-Viñes, V. y Monserrat, J. (2015). El plan estratégico de comunicación. Estructura y funciones. *Razón y palabra* (88). Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N88/Varia/46_Vines_Gauchi_V88.pdf

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Intervención Comunicativa en el Espacio Público debe contar con título de Licenciado Ciencias de la Comunicación o área afín, con conocimientos avanzados sobre el dominio de planeación estratégica e intervención en la comunicación; preferentemente que haya coordinado proyectos de intervención a nivel comunitario, público o privado. Con estudios de posgrado en Ciencias Sociales o Humanidades y dos años de experiencia docente. Debe ser una persona analítica, proactiva y creativa para propiciar el aprendizaje significativo de los estudiantes.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Diseño y Guión Multimedial
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Armando Gutiérrez Ortega
Christian Aracely Vargas Esparza
Concepción Baxin Melgoza

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Diseño y Guión Multimedial tiene como finalidad introducir al estudiante en el proceso de conceptualización, diseño, estructuración y redacción de discursos narrativos o informativos para medios audiovisuales o multimedia; aplicando recursos narrativos multimediales, el conocimiento de la audiencia, la habilidad para narrar historias, las capacidades de síntesis, adaptación y redacción para concretar proyectos que respondan a necesidades sociales de comunicación. Esta Unidad de Aprendizaje forma parte de la etapa disciplinaria, es de carácter obligatoria y se encuentra en el área de conocimiento de Ecosistema Mediático.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Elaborar discursos y diseños de producción, mediante el estudio y análisis de las diversas estructuras narrativas el conocimiento de los recursos, posibilidades, funciones y alcances de cada medio, así como la aplicación de técnicas de guionización, para el desarrollo de proyectos sonoros, audiovisuales y multimedia, con una actitud proactiva, responsabilidad social y creativa.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

1. Proyecto de guionización de carácter narrativo en el que se incluya sinopsis, tratamiento, adaptación, paradigma de personaje, paradigma de asunto, diálogo, diseño de sábana narrativa y desarrollo de escena por escena, que serán la base de proyectos sonoros, audiovisuales y multimedia.
2. Proyecto de guionización de carácter informativo en el que se integre investigación, línea de información, línea de interés, guiones literarios y técnicos que serán la base de proyectos sonoros, audiovisuales y multimedia.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Guión multimedia

Competencia:

Analizar las funciones del lenguaje y procesos creativos de los discursos sonoros, audiovisuales y multimedia, a través de la revisión bibliográfica y electrónica, para la elaboración de guiones multimedia, con puntualidad y capacidad de análisis.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 1.1. Definición y funciones del guión
- 1.2. Realización sonora
 - 1.2.1. Funciones
 - 1.2.2. Código
 - 1.2.3. Elementos técnico creativos
 - 1.2.4. Proceso creativo
 - 1.2.5. Formatos de guión.
- 1.3. Realización audiovisual
 - 1.3.1. Funciones
 - 1.3.2. Código
 - 1.3.3. Elementos técnico creativos
 - 1.3.4. Proceso creativo
 - 1.3.5. Formatos de guión
- 1.4. Realización multimedia
 - 1.4.1. Funciones
 - 1.4.2. Códigos
 - 1.4.3. Elementos técnico creativos
 - 1.4.4. Proceso creativo
 - 1.4.5. Formatos de guión

UNIDAD II. Estructura narrativa

Competencia:

Elaborar narrativas, considerando las características de los paradigmas de personaje, asunto y estructura dramática, para la construcción coherente de una historia, con creatividad, capacidad de análisis, síntesis.

Contenido:

Duración: 9 horas

- 2.1. Estructuras narrativas: características
- 2.2. El triángulo narrativo (McKee)
- 2.3. Elementos de la estructura narrativa del paradigma de Field
- 2.4. Sinopsis, tratamiento, adaptación
- 2.5. Construcciones de personajes
 - 2.5.1. Tres dimensiones del carácter de Egri
 - 2.5.2. Paradigma del personaje de Field
- 2.7. Diálogos: funciones y tipos de diálogo
- 2.8. Formato del guión escena por escena

UNIDAD III. Estructura informativa

Competencia:

Aplicar los fundamentos de la estructura informativa, para la elaboración de un proyecto de guión informativo multimedia, considerando la línea de información e interés, con objetividad, creatividad, responsabilidad social.

Contenido:**Duración:** 9 horas

- 3.1. Géneros (Cápsula, informativo, reportaje, noticiario, revista, documental)
- 3.2. Tipos de estructura.
- 3.3. Línea de información
- 3.4. Línea de interés
- 3.5. Bosquejo por secuencias
- 3.6. Propuesta
- 3.7. Tratamiento
- 3.8. Escaleta
- 3.9. Guión literario
- 3.10. Guión técnico

UNIDAD IV. Estructura narrativa multimedia

Competencia:

Aplicar los fundamentos de las estructuras narrativas multimedia, para la elaboración de un proyecto de guión multimedia, considerando las características del usuario y las condiciones transmediáticas de los sistemas de mediación, con creatividad, responsabilidad y proactividad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 4.1. Estructuras narrativas multimedia
 - 4.1.1. Los lenguajes digitales: del hipertexto a la cibercultura
 - 4.1.2. Interactividad y rol de usuario
 - 4.1.3. Metáfora visual a los entornos virtuales
 - 4.1.4. Inmersión: más allá del multimedia
 - 4.1.5. Videojuegos y otras pantallas digitales
- 4.2. Narrativas no lineales y de la experiencia
- 4.3. Guión no lineal y metáfora visual
- 4.4. Experiencias narrativas y cultura de la participación

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Ingeniería inversa: proyecto sonoro y audiovisual	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente sobre las funciones del lenguaje y procesos creativos de los discursos sonoros y audiovisuales. 2. Busca y selecciona información adicional. 3. Recibe del profesor la asignación de un proyecto sonoro y un proyecto audiovisual previamente producidos. 4. Identifica las funciones, códigos, elementos técnico creativos y proceso de producción que debió seguir la producción de estos proyectos. 5. Redacta un informe en el que enumera los aspectos que infirió en el punto anterior. 6. Redacta el guión de cada uno de los proyectos respetando el formato correspondiente. 7. Integra el informe y los guiones en una evidencia de desempeño en el formato solicitado por el docente. 8. Entrega al docente considerando los tiempos y formas previamente definidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Software o aplicaciones digitales para la producción textual. 	2 horas
2	Ingeniería inversa: proyecto multimedia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente sobre las funciones del lenguaje y procesos creativos de los discursos sonoros y audiovisuales. 2. Busca y selecciona información adicional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información. • Equipo de cómputo. • Cámara fotográfica SLR o equivalente. • Conectividad a internet. • Software o aplicaciones 	2 horas

		<p>3. Recibe del profesor la asignación de un proyecto multimedia previamente producidos.</p> <p>9. Identifica las funciones, códigos, elementos técnico creativos y proceso de producción que debió seguir la producción de este proyecto.</p> <p>10. Redacta un informe en el que enumera los aspectos que infirió en el punto anterior.</p> <p>11. Redacta el guión del proyecto respetando el formato correspondiente.</p> <p>12. Integra el informe y el guión en una evidencia de desempeño en el formato solicitado por el docente.</p> <p>13. Entrega al docente considerando los tiempos y formas previamente definidos.</p>	<p>digitales para la producción textual y de slideshows.</p>	
3	Ejercicio narrativo empleando 21 tomas	<p>1. Atiende las indicaciones del docente sobre las dimensiones del carácter y la elaboración del paradigma del personaje de Syd Field.</p> <p>2. Desarrolla y redacta la propuesta de personaje.</p> <p>3. Entrega al docente considerando los tiempos y formas previamente definidos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Software o aplicaciones digitales para la producción textual. 	2 horas
UNIDAD II				
4	Construcción del personaje	<p>1. Atiende las indicaciones del docente sobre las dimensiones del carácter y la elaboración del paradigma del personaje de Syd Field.</p> <p>2. Desarrolla y redacta la</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Software o aplicaciones digitales para la producción textual. 	2 horas

		propuesta de personaje. 3. Entrega al docente considerando los tiempos y formas previamente definidos.		
5	Asunto y estructura dramática	1. Atiende las indicaciones del docente sobre el paradigma de asunto y el desarrollo de estructura dramática. 2. Desarrollo y redacta la propuesta de asunto y de estructura dramática de una historia de ficción. 3. Entrega al docente considerando los tiempos y formas previamente definidos.	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Software o aplicaciones digitales para la producción textual. 	2 horas
6	Sinopsis y tratamiento	1. Atiende las indicaciones del docente sobre el desarrollo de la sinopsis y el tratamiento de una historia de ficción. 2. Desarrolla y redacta la sinopsis de una historia de ficción. 3. Entrega al docente considerando los tiempos y formas previamente definidos.	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Software o aplicaciones digitales para la producción textual. 	2 horas
7	Guión escena por escena	1. Atiende las indicaciones del docente sobre la redacción de un guión de ficción escena por escena. 2. Desarrolla y redacta el proyecto. 3. Entrega al docente considerando los tiempos y formas previamente definidos.	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Software o aplicaciones digitales para la producción textual. 	2 horas
UNIDAD III				
8	Línea de información	1. Atiende las indicaciones del docente sobre el desarrollo de la línea de información de un proyecto informativo. 2. Realiza la investigación empleando fuentes confiables y	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información orales, bibliográfica, documentales y audiovisuales. • Bases de datos, noticias, y acervos bibliográficos • Equipo de cómputo. 	2 horas

		<p>recolectando información corroborable sobre un tema de interés social.</p> <p>3. Redacta la propuesta de línea de información.</p> <p>4. Entrega al docente considerando los tiempos y formas previamente definidos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conectividad a internet. • Software o aplicaciones digitales para la producción textual. 	
9	Línea de interés	<p>1. Atiende las indicaciones del docente sobre el desarrollo de la línea de información de un proyecto informativo.</p> <p>2. Redacta la propuesta de línea de interés de un proyecto informativo.</p> <p>3. Entrega al docente considerando los tiempos y formas previamente definidos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Software o aplicaciones digitales para la producción textual. 	2 horas
10	Propuesta Documento, identificación de propuesta (sinopsis, tratamiento)	Elabora propuesta de guion en versiones audiovisual y sonora a partir de una misma propuesta de contenido.	Uso de formatos homologados por académica y/o uso de software. Guion literario y técnico. Versiones audiovisual y sonora.	2 horas
11	Escaleta (bosquejo por secuencias)	<p>1. Atiende las indicaciones del docente sobre el diseño y redacción de la escaleta (bosquejo por secuencias) de un proyecto informativo.</p> <p>2. Redacta la propuesta de escaleta de un proyecto informativo.</p> <p>3. Entrega al docente considerando los tiempos y formas previamente definidos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Software o aplicaciones digitales para la producción textual. 	2 horas
12	Sinopsis y tratamiento	<p>1. Atiende las indicaciones del docente sobre el diseño y la redacción de la sinopsis y tratamiento de un proyecto informativo.</p> <p>2. Redacta la propuesta de sinopsis y tratamiento de un proyecto</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Software o aplicaciones digitales para la producción textual. 	2 horas

		informativo. 3. Entrega al docente considerando los tiempos y formas previamente definidos.		
13	Guión literario y guión técnico (sonoro, audiovisual)	1. Atiende las indicaciones del docente sobre el desarrollo y redacción de los guiones literarios y técnicos sonoros y audiovisuales de un proyecto informativo. 2. Redacta guiones literarios y técnicos de proyectos informativos sonoros y audiovisuales. 3. Entrega al docente considerando los tiempos y formas previamente definidos.	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Software o aplicaciones digitales para la producción textual. 	2 horas
15	Animaté	1. Atiende las recomendaciones del docente sobre diseño y producción de animatés. 2. Desarrolla y diseña una propuesta de historia. 3. Produce el animaté. 4. Entrega al docente considerando los tiempos y formas previamente definidos.	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Software o aplicaciones digitales para la producción visual y de slideshows. 	2 horas
UNIDAD IV				
15	Guión multimedia	1. Atiende las indicaciones del docente sobre el proceso de diagramación de sitio, guión de pantallas y storyboard para un proyecto multimedia en línea. 2. Desarrolla y redacta la propuesta de proyecto multimedia. 3. Entrega al docente considerando los tiempos y formas previamente definidos.	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Software o aplicaciones digitales para la producción visual y de slideshows. 	4 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Presenta información sobre los conceptos básicos
- Presenta y resuelve ejercicios prácticos relacionados con las temáticas
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Elabora y aplica evaluaciones
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y evalúa reportes de prácticas y actividades

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investiga y analiza información sobre conceptos básicos
- Resuelve ejercicios prácticos proporcionados por el profesor
- Realiza las prácticas de taller
- Presenta evaluaciones
- Participa activamente en clase
- Elabora y entrega reportes de prácticas
- Trabaja en equipo
- Elabora y entrega actividades en tiempo y forma

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

-Prácticas	30%
-Evaluaciones.....	10%
-Presentaciones.....	10%
-Compilación Proyecto Narrativo.....	25%
-Compilación Proyecto Informativa	25%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Begoña-Galán, E. (2011). <i>El guión de ficción en televisión</i>. Madrid: Síntesis. [clásica]</p> <p>Eniun Diseño Web y Marketing Digital. (2020). Eniun. Diseño de interface web. Recuperado de https://www.eniun.com/disenio-interfaces-web-ciclo-formativo/</p> <p>Field, S. (2010). <i>El libro del guión: fundamentos de la escritura de guiones</i> (3a ed). Madrid: Plot. [clásica]</p> <p>Garrand, T. (2020). <i>Writing for multimedia and the Web: a practical guide to content development for interactive media</i>. Boca Ratón: CRC Press.</p> <p>Google. (2020). Material.io. Obtenido de https://material.io/design</p> <p>Hill, C.W. (2015). <i>Writing for radio</i>. Nueva York: Bloomsbury Academic. [clásica]</p> <p>McKee, R. (2011). <i>El guión. Story: Sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones</i> (9a ed.). Barcelona: Alba Editorial. [clásica]</p> <p>McKee, R. (2018). <i>El diálogo, el arte de hablar en la página, la escena y la pantalla</i>. Barcelona: Alba Editorial.</p> <p>Truby, J. (2017). <i>Anatomía del guión, el arte de narrar en 22 pasos</i>. Barcelona: Alba Editorial.</p> <p>Weiland, K. M. (2017). <i>Creating Character Arcs: The Masterful Author's Guide to Uniting Story Structure, Plot, and Character Development</i>. Smashwords Edition.</p>	<p>Kerrigan, S., & Batty, C. (2016). Re-conceptualising screenwriting for the academy: the social, cultural and creative practice of developing a screenplay. <i>New Writing</i>, 13(1), 130-144. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Susan_Kerrigan/publication/292387132_Re-conceptualising_screenwriting_for_the_academy_The_social_cultural_and_creative_practice_of_developing_a_screenplay/links/5771173f08ae842225ac0135/Re-conceptualising-screenwriting-for-the-academy-The-social-cultural-and-creative-practice-of-developing-a-screenplay.pdf</p> <p>Knudsen, E. (2016). The Total Filmmaker: thinking of screenwriting, directing and editing as one role. <i>New Writing</i>, 13(1), 109-129. Recuperado de https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/14790726.2016.1142571</p> <p>Rice, C., LaMarre, A., Changfoot, N., & Douglas, P. (2018). Making spaces: Multimedia storytelling as reflexive, creative praxis. <i>Qualitative Research in Psychology</i>, 17(2), 222-239, DOI: 10.1080/14780887.2018.1442694</p> <p>Rudinac, S., Chua, T. S., Diaz-Ferreira, N., Friedland, G., Gornostaja, T., Huet, B., ... & Redi, M. (2018). Rethinking summarization and storytelling for modern social multimedia. In <i>International Conference on Multimedia Modeling</i>. 1 (1) pp. 632-644. Springer International Publishing AG. Recuperado de http://doras.dcu.ie/22229/1/MMM-summarisation.pdf</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Diseño y Guión Multimedia debe contar con título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación o área afín, con conocimientos avanzados en el desarrollo de proyectos de guionización narrativos e informativos para contenidos audiovisuales o multimedia; preferentemente con estudios de posgrado y tres años de experiencia docente. Debe ser proactivo, motivar a la creatividad y a la expresión de las ideas mediante recursos audiovisuales y multimedia.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Comunicación Intercultural
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Irma Daniela Rentería Díaz
Yazmin Vargas Gutiérrez
Estela Salomé Solís Gutiérrez
Elsa del Carmen Villegas Morán

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje brinda los conocimientos sobre las diferencias socioculturales asociadas a lo étnico raciales, de género, ideológicas, religiosas, entre otros, para comprender la dinámica comunicológica en el entorno de frontera, se encuentra en la etapa disciplinaria con carácter obligatoria, dentro del área de conocimiento de Fundamentos de Comunicación.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar los fenómenos y problemas interculturales de comunicación, a partir de la revisión teórica e in situ, para comprender la dinámica comunicológica en el entorno de frontera, con respeto y reconocimiento de las diferencias socioculturales.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Realiza propuesta de contenido mediático alternativo de comunicación intercultural, que aborde las diferencias socioculturales con mayor apertura.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. La comunicación en el contexto social

Competencia:

Identificar los procesos de socialización, mediante el análisis de la interacción entre los sujetos, para reconocer la identidad individual y social, con actitud reflexiva y dialógica.

Contenido:

Duración: 6 horas

1.1.Experiencia social

- 1.1.1. Comunicación, interacción y cultura
- 1.1.2. La socialización primaria y secundaria
- 1.1.3. Institucionalización e identidades

UNIDAD II. La comunicación en el contexto de la globalización

Competencia:

Analizar el contexto mundial, a partir de la identificación de las características económicas, culturales y políticas de la globalización, para reconocer las transformaciones históricas y culturales del entorno, con actitud crítica y reflexiva.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 2.1. Globalización
 - 2.1.1. Sistemas económicos
 - 2.1.2. Medios de comunicación y consumo
- 2.2. La deslocalización y reterritorialización simbólica
- 2.3. La migración

UNIDAD III. Teorías de la comunicación intercultural

Competencia:

Distinguir los elementos de análisis de la interculturalidad, a partir de la revisión teórica y de la observación del entorno, para comprender las dinámicas socioculturales del contexto global, con tolerancia, respeto y reconocimiento de las diferencias.

Contenido:**Duración:** 10 horas

- 3.1. Multiculturalidad, Pluriculturalidad e interculturalidad
 - 3.1.1. La interculturalidad como perspectiva de análisis
 - 3.1.2. Los tipos de interculturalidad
 - 3.1.2.1. Funcional
 - 3.1.2.2. Relacional
 - 3.1.2.3. Crítica
- 3.2. Tríada metodológica en el análisis de la interculturalidad
 - 3.2.1. Diferencia
 - 3.2.2. Diversidad
 - 3.2.3. Desigualdad
- 3.3. Teoría de la comunicación intercultural
 - 3.3.1. Teoría de la gestión de la ansiedad e incertidumbre
 - 3.3.2. Teoría de la adaptación transcultural
 - 3.3.3. Teoría de la construcción de la tercera cultura

UNIDAD IV. La comunicación intercultural en el contexto global: discursos, medios y estéticas

Competencia:

Relacionar los elementos analíticos de la interculturalidad, mediante la observación crítica sobre los discursos mediáticos acerca de las diferencias culturales, para elaborar una propuesta de comunicación intercultural, con respeto y reconocimiento del otro.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 4.1. Diferentes tipos de discursos mediáticos
 - 4.1.1. La construcción del “otro” en los medios de comunicación
 - 4.1.2. De la estigmatización al reconocimiento de las diferencias culturales
- 4.2. Estructura de una guía de observación
- 4.3. Propuesta de comunicación intercultural
 - 4.3.1. Elementos de análisis
 - 4.3.2. Identificación de las características del discurso mediático
 - 4.3.3. Propuesta de modificación del contenido mediático

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Formas de interacción y socialización en espacios propios	<p>1. El docente orienta sobre el desarrollo de la práctica.</p> <p>2. Realiza una observación y registro sobre las formas de interacción en un espacio social (escuela, parque, restaurante, plaza comercial, entre otros)</p> <p>3. Describe:</p> <p style="margin-left: 40px;">a) Comportamientos y discursos</p> <p style="margin-left: 40px;">b) Roles</p> <p style="margin-left: 40px;">c) Jerarquías en la interacción</p> <p style="margin-left: 40px;">d) El contexto de la interacción: espacio físico y el uso del espacio.</p> <p>4. Entrega un reporte sobre la observación al docente y realiza una presentación al grupo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Locación para la observación • Libreta o diario de campo • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.) • Computadora • Internet 	8 horas
UNIDAD II				
2	Formas de interacción y socialización en espacios ajenos	<p>1. El docente orienta sobre el desarrollo de la práctica.</p> <p>2. Realiza una observación y registro sobre las formas de interacción en un espacio social (escuela, parque, restaurante, plaza comercial, entre otros) a través de la plataforma Google Maps para elegir un espacio social en otra ciudad o país.</p> <p>3. Describe:</p> <p style="margin-left: 40px;">a) Comportamientos y discursos</p> <p style="margin-left: 40px;">b) Formas de vestir y</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Libreta o diario de campo • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.) • Computadora • Internet 	8 horas

		<p>accesorios.</p> <p>c) Jerarquías en la interacción.</p> <p>d) El contexto de la interacción: espacio físico y el uso del espacio.</p> <p>4. Entrega un reporte sobre la observación al docente y realiza una presentación al grupo.</p>		
UNIDAD III				
3	Reflexión sobre el estigma del migrante desde una perspectiva intercultural	<p>1. El docente orienta sobre el desarrollo de la práctica.</p> <p>2. Realiza una reflexión en torno a lo complejo del fenómeno migratorio a partir de la revisión teórica intercultural.</p> <p>3. Graba un video breve donde expone su reflexión.</p> <p>4. Entrega el video y realiza una presentación al grupo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.) • Computadora • Internet • Dispositivo móvil con cámara 	8 horas
UNIDAD IV				
4	Comunicación intercultural en el contexto global	<p>1. El docente orienta sobre el desarrollo de la práctica.</p> <p>2. Realiza un seguimiento mediático sobre la representación de un tipo de población (indígenas, mujeres, migrantes, otros) en los encabezados o titulares de las noticias.</p> <p>3. Elabora una tabla comparativa con el contenido de los encabezados para realizar una reflexión sobre las representaciones que hacen los medios acerca de esa población.</p> <p>4. Entrega un reporte escrito al docente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.) • Computadora • Internet 	8 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Presenta información sobre los conceptos básicos
- Presenta y resuelve ejercicios prácticos relacionados con las temáticas
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Elabora y aplica evaluaciones
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y evalúa reportes de prácticas y actividades

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investiga y analiza información sobre conceptos básicos
- Resuelve ejercicios prácticos proporcionados por el profesor
- Realiza las prácticas de taller
- Presenta evaluaciones
- Participa activamente en clase
- Elabora y entrega reportes de prácticas
- Trabaja en equipo
- Elabora y entrega actividades en tiempo y forma

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Prácticas.....	40%
- Análisis de fenómeno comunicativo.....	20%
- Análisis de producto mediático.....	20%
- Propuesta de comunicación.....	20%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Alsina, M. R., y Medina, P. (2009). Los medios de comunicación en contextos interculturales en <i>Sociedad y Discurso</i>, (16), 21-29, Recuperado de: https://doi.org/10.5278/ojs.v0i16.86 [clásica]</p> <p>Alsina, M. R. (1999). <i>La comunicación intercultural</i>. Barcelona: Anthropos. [clásica]</p> <p>Chen, G. M., y Starosta, W. J. (1998). <i>Foundations of Intercultural Communication</i>. USA: Allyn y Bacon. [clásica]</p> <p>Dietz, G., Mateos, S., Jiménez, Y. y G. Mendoza (2009). Estudios interculturales: una propuesta de investigación desde la diversidad latinoamericana en <i>Sociedad y Discurso</i>, (16), 57-67, Recuperado de: https://doi.org/10.5278/ojs.v0i16.862 [clásica]</p> <p>Grimson, A. (2002). <i>Interculturalidad y comunicación</i>. Buenos Aires: Norma. [clásica]</p> <p>Gudykunst, W., B. (1998). Applying anxiety\uncertainty management (AUM) Theory to intercultural adjustment training., <i>International journal of intercultural relations</i> 22(2), 227-250. [clásica]</p> <p>Hasan, V. F., y Gil, A.S. (2016). La comunicación con enfoque de género, herramienta teórica y acción política. Medios, agenda feminista y prácticas comunicacionales. El caso de Argentina. <i>La ventana. Revista de estudios de género</i>, 5(43), 246-280. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-94362016000100246&lng=es&tlng=es.</p>	<p>Castañeda, M. (2017). La ciudad como escenario de diálogo. Apuntes desde la comunicación intercultural. <i>Perspectivas de la comunicación</i>. 10 (2). 119-142 Recuperado de http://www.perspectivasdelacomunicacion.cl/</p> <p>UNESCO. (2001). Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural, Francia. Recuperado de: http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html [clásica]</p> <p>Varela, D. (2006). Globalización en las PYMES. Recuperado de http://www.staffcapacitacion.com.ar/recursos_humanos/rrhh_052.htm [clásica]</p> <p>Velasco, L. y Rentería, D. (2019). Diversidad e interculturalidad: La escuela indígena en contextos de migración [Diversity and interculturality: The indigenous school in the context of migration]. <i>Estudios Fronterizos</i>, 20, e022. doi:https://doi.org/10.21670/ref.1901022</p> <p>Vilà, R. (2012). Los aspectos no verbales en la comunicación intercultural. <i>Ra Ximba</i>, 8(2), 223–231.[clásica]</p>

Inzunza, A., y Browne, R. (2016). Hacia un periodismo intercultural desoccidentalizado. Medios de comunicación y construcción de identidades. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, 0(133), 229 - 245. doi:<https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i133.2719>

Kim, Y. Y. (2000). *Becoming Intercultural: An Integrative Theory of Communication and Cross-Cultural Adaptation*. USA: Sage Publications. [clásica]

Martín Barbero, J., y Corona, S. (2017). *Ver con los Otros. Comunicación intercultural*. México: Fondo de Cultura Económica.

Rizo, M., y Romeau, V. (2006). Cultura y comunicación intercultural. Aproximaciones conceptuales. Revista de Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, (6), 1-19. Recuperado de: <https://compos.com.br/e-compos> [clásica]

Romeau, V. (2016). La posibilidad del diálogo en las relaciones interculturales. Perspectivas de la comunicación, Vol. 9 (2), 71-91. Recuperado de: <http://www.perspectivasdelacomunicacion.cl/>

Tubino, Fidel (2005). "La interculturalidad crítica como proyecto ético-político". Ponencia presentada en el Encuentro Continental de Educadores Agustinos, Lima, 24-28 de enero. Recuperado de: <https://oala.villanova.edu/congresos/educacion/lima-ponen-02.html> [clásica]

Walsh, C. (2005). "Interculturalidad, conocimientos y decolonialidad" Revista Signo y Pensamiento, 46 (24),. Recuperado de: www.revistas.javeriana.edu.co [clásica]

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta esta unidad de aprendizaje debe contar con Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y preferentemente posgrado en áreas afines. Asimismo, debe contar con los conocimientos y habilidades necesarios en la materia. Experiencia laboral y como docente de 2 años en conocimientos teóricos y prácticos de la comunicación intercultural. Debe ser creativo, buen orador, facilitador del conocimiento, incluyente, con buena ortografía, tolerante y dinámico.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Introducción a los Estudios de Comunicación
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Gerardo Guillermo León Barrios
Alejandra Rodríguez Estrada
Hugo Edgardo Méndez Fierros
Sheila Delhumeau Rivera

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje Introducción a los estudios de comunicación es proporcionar al estudiante el marco de referencia del desarrollo teórico-conceptual y el campo profesional de la comunicación. Su utilidad radica en que brinda al estudiante los elementos para la comprensión de los procesos comunicativos en contextos *offline* y *online* en la sociedad contemporánea con un sentido crítico y reflexivo. Se imparte en etapa básica con carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento Fundamentos de la Comunicación, no es necesario aprobar una unidad de aprendizaje previa para poderla cursar.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Reflexionar sobre los aspectos que contribuyen a la construcción de la comunicación como un objeto de estudio, a través de los contextos sociales, económicos, políticos y culturales en la sociedad contemporánea, para la comprensión de los procesos comunicativos *offline* y *online*, con sentido crítico, creatividad y responsabilidad.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Realizar un documento reflexivo sobre la importancia de la comunicación como dimensión sociocultural y la importancia de su estudio científico y sus repercusiones en los ámbitos socioprofesionales, con los siguientes elementos:

- Portada
- Introducción
- Desarrollo donde se refleje la reflexión sobre lo analizado en la unidad de aprendizaje
- Conclusión
- Referencias bibliográficas en estilo APA

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Orígenes y naturaleza de la comunicación

Competencia:

Analizar los orígenes y la naturaleza de la comunicación, mediante la génesis y la comprensión de la acción, interacción e información de la naturaleza de los procesos comunicacionales, con el fin de reflexionar sobre la evolución de la comunicación, con pensamiento crítico, capacidad de evaluación y síntesis.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 1.1. La génesis de la comunicación
- 1.2. Acción, interacción e información en la naturaleza de la comunicación
- 1.3. Comportamiento humano, lo social y la comunicación
 - 1.3.1. Los actores de la comunicación
 - 1.3.2. Los ecosistemas de la comunicación
- 1.4. La globalización y la transnacionalización de la comunicación

UNIDAD II. Historia y surgimiento de las teorías de la comunicación

Competencia:

Examinar las continuidades y transformaciones de los procesos comunicacionales, mediante un recorrido histórico del campo disciplinar de la comunicación, con el propósito de conocer la historia y surgimiento de las teorías de la comunicación, con pensamiento crítico.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 2.1. La comunicación como objeto de estudio
 - 2.1.1. La constitución de un campo de conocimiento
 - 2.1.2. El debate de lo disciplinar, lo transdisciplinar y post disciplinar
 - 2.1.3. La constitución de un objeto de estudio

UNIDAD III. Fundamentos de teorías de comunicación

Competencia:

Analizar las distintas corrientes de pensamiento en torno al fenómeno comunicacional, mediante los fundamentos de las teorías de la comunicación, con el fin de diferenciar las distintas aproximaciones teórico-conceptuales, con sentido crítico.

Contenido:

Duración: 20 horas

- 3.1 Corriente norteamericana
 - 3.1.1. Los padres fundadores
 - 3.1.2. Teoría de los efectos
 - 3.1.3. La *mass communication research*
 - 3.1.4. Los estudios de la propaganda
 - 3.1.5. Interaccionismo simbólico
 - 3.1.6. Escuela de Palo Alto
 - 3.1.7. Marshall McLuhan
 - 3.1.8. Sociología de la producción de mensajes
- 3.2. Corrientes europeas
 - 3.2.1. Escuela de Frankfurt
 - 3.2.2. Semiología europea
 - 3.2.3. *Cultural Studies* (Escuela de Birmingham)
 - 3.2.4. Sociología de los medios de J.B. Thompson
- 3.3. Corrientes iberoamericanas
 - 3.3.1. Desarrollismo
 - 3.3.2. Informe MacBride
 - 3.3.3. Denuncismo
 - 3.3.4. De los medios a las mediaciones
 - 3.3.5. La mediación social de Manuel Martín Serrano
 - 3.3.6. El modelo de las multimediaciones de Guillermo Orozco
 - 3.3.7. Los frentes culturales de Jorge González
 - 3.3.8. Las Hipermediaciones de Carlos Scolari

UNIDAD IV. Campo de la comunicación en México

Competencia:

Reflexionar en torno al campo académico y laboral de la comunicación en México y específicamente, de la frontera norte, mediante la caracterización de los actores, procesos y contextos, con el fin de comprender epistemológicamente la disciplina de la comunicación, con sentido crítico y visión global.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 4.1. El campo académico de la comunicación en México
- 4.2. Campo académico y campo laboral de la comunicación en México
- 4.3. Campo académico y campo laboral de la comunicación en la frontera México-Estados Unidos de Norteamérica

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Orígenes y naturaleza de la comunicación humana.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Indaga sobre el origen, naturaleza y evolución de la comunicación humana. 2. Realiza una línea del tiempo que integre los pasos evolutivos de la comunicación humana. 3. Presenta en subgrupos al resto de los compañeros. 4. Discute en sesión plenaria los elementos de la línea del tiempo. 5. Complementa la línea del tiempo con datos producto de la discusión grupal. 6. Atiende a la exposición del docente. 7. Entrega al docente la línea del tiempo final. 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet. • Recursos bibliográficos, hemerográficos y digitales. • Bases de datos de revistas científicas. • Procesador de textos. 	4 horas
UNIDAD II				
2	Historia y surgimiento de las teorías de la comunicación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Indaga la historia y surgimiento de las teorías de la comunicación. 2. Realiza un mapa conceptual. 3. Presenta a tus compañeros el mapa conceptual. 4. Realiza una discusión grupal. 5. Atiende a la exposición del docente. 6. Entrega el mapa conceptual al docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet. • Recursos biliográficos, hemerográficos y digitales. • Bases de datos de revistas científicas. • Procesador de textos. 	6 horas
UNIDAD III				
3	Corriente norteamericana	<ol style="list-style-type: none"> 1. A partir de las lecturas vistas en clase, realiza un análisis crítico, 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Procesador para 	8 horas

		<p>por equipo, de las corrientes norteamericanas.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Elabora una presentación derivada del análisis y preséntalo en clase. 3. Discute las distintas aproximaciones de manera grupal. 	<p>presentaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Google Drive 	
4	Corrientes europeas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Después de las lecturas y la exposición del docente, elige un producto cultural. 2. En una dinámica grupal, explica las características del producto en términos de las categorías de las lecturas revisadas. 3. Derivado de la presentación grupal y la retroalimentación con los compañeros y docente, redacta en una cuartilla el análisis realizado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Procesador de textos • Google Drive • Internet 	2 horas
5	Corrientes iberoamericanas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza un cuadro comparativo entre las distintas corrientes del pensamiento (norteamericanas y europeas). 2. Después del primer análisis, incorpora las aportaciones de cada corriente a las corrientes iberoamericanas, así como reflexiona los aportes propios de la región. 3. Entrega, de manera individual, el cuadro comparativo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Procesador de textos • Google Drive • Internet 	8 horas
UNIDAD IV				
6	Campo académico y laboral de la comunicación en México.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Investiga el origen, constitución y las transformaciones del campo académico de la comunicación en México. 2. Realiza una línea del tiempo que integre las etapas más relevantes de la historia del campo 	<ul style="list-style-type: none"> • Procesador de textos • Google Drive • Internet • Libros especializados 	2 horas

		<p>académico de la comunicación en México.</p> <ol style="list-style-type: none"> Presenta en subgrupos a tus compañeros. Discute en sesión plenaria los elementos de la línea del tiempo. Complementa la línea del tiempo con datos producto de la discusión grupal. Atiende a la exposición del docente. Entrega al docente la línea del tiempo final. 		
7	Campo académico y laboral de la comunicación en la frontera México-Estados Unidos de Norteamérica.	<ol style="list-style-type: none"> Indaga el origen, constitución y las transformaciones del campo académico de la comunicación en la frontera México-EE.UU. Realiza una línea del tiempo que integre las etapas más relevantes de la historia del campo académico de la comunicación en la frontera México-EE.UU. Presenta en subgrupos a tus compañeros. Discutan en sesión plenaria los elementos de la línea del tiempo. Complementa la línea del tiempo con datos producto de la discusión grupal. Atiende a la exposición del docente. Entrega al docente la línea del tiempo final. 	<ul style="list-style-type: none"> Procesador de textos Google Drive Internet Libros especializados 	2 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Técnica expositiva
- Retroalimentación
- Lluvia de ideas
- Fomento del trabajo colaborativo
- Moderar debates

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Organizadores gráficos
- Lecturas guiadas
- Trabajo colaborativo
- Búsqueda de información especializada
- Exposiciones
- Debates
- Documento reflexivo
- Análisis de teorías de la comunicación

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Prácticas de taller.....	60%
- Documento reflexivo	40%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Castells, M. (1996). <i>La era de la información. Economía, sociedad y cultura</i>. México: Siglo XXI Editores. [clásica]</p> <p>Castells, M. (2006). <i>La sociedad red: Una visión global</i>. Madrid: Alianza Editorial. [clásica]</p> <p>Fuentes, R. (2009). Medio siglo del estudio universitario de la comunicación en México: el riesgo del inmediatismo superficial. En Á. Ortiz (Coord.), <i>xvii Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC</i> (pp. 99-115). México: Universidad Autónoma de Baja California/Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación. [clásica]</p> <p>Galindo, J. (Coord.). (2008). <i>Comunicación, ciencia e historia. Fuentes científicas históricas hacia una comunicología posible</i>. España: McGraw Hill. [clásica]</p> <p>Lang, A. (2015). ¿Disciplina en crisis? El cambio en el paradigma de la investigación en comunicación de masas. <i>Culturales</i>. 3(1), 201-223. Recuperado el 18 de diciembre de 2020, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-11912015000100007&lng=es&tlng=es. [clásica]</p> <p>Lozano, J (2005). <i>La comunicación en México. Diagnóstico, balances y retos</i>. México: CONEICC y Tecnológico de Monterrey. [clásica]</p> <p>Maigret, E. (2005). <i>Sociología de la comunicación y de los medios</i>. México: Fondo de Cultura Económica.</p>	<p>Alandete, D. (2019). <i>Fake news: La nueva arma de destrucción masiva</i>. España: Deusto.</p> <p>AMIC (2010-2015). Publicaciones. Ciudad de México: Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación. Recuperado de http://amic.mx/publicaciones/</p> <p>Fowks, J. (2017). <i>Mecanismos de la posverdad</i>. México: Fondo de Cultura Económica.</p> <p>Galindo, J. (Coord.). (2005). <i>Cien libros hacia una comunicología posible</i>. UACM: México. [clásica]</p> <p>Giddens, A. (2014). Los medios de comunicación (782-821). En <i>Sociología</i>. España: Ed. Alianza. [clásica]</p> <p>Han, B. (2019). <i>Psicopolítica</i>. España: Herder.</p> <p>Han, B. (2019). <i>El enjambre</i>. España: Herder.</p> <p>Martín, M. (2015). <i>La producción social de comunicación</i>. España: Alianza. [clásica]</p> <p>Pérez Salazar, G. (2017). Hacia una ubicación conceptual de internet como medio de comunicación. <i>Revista mexicana de ciencias políticas y sociales</i>, 58(217), 197-214. Recuperado en 18 de diciembre de 2020, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-19182013000100010&lng=es&tlng=es</p> <p>Schramm, W. (1966). <i>La ciencia de la comunicación humana</i>. México: Editorial Roble. [clásica]</p> <p>Serrano-Puche, J. (2016). Internet y emociones: nuevas tendencias</p>

<p>[clásica]</p> <p>Martín-Serrano, M. (2007). <i>Teoría de la comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad</i>. España: McGraw Hill. [clásica]</p> <p>Mattelart, A. Mattelart, M. (1997). <i>Historia de las teorías de la comunicación</i>. España: Paidós Comunicación. [clásica]</p> <p>McLuhan, M. (1996). <i>Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano</i>. Barcelona: Ed. Paidós Ibérica. [clásica]</p> <p>Peters, J. D. (2004). <i>Hablar al aire. Una historia de la idea de comunicación</i>. México: Fondo de Cultura Económica. [clásica]</p> <p>Piñuel, J. L. & Lozano, C. (2006). <i>Ensayo general sobre la comunicación</i>. Barcelona, España: Paidós. [clásica]</p> <p>Rogers, E. (1994). <i>A history of communications studies. A biographical approach</i>. Nueva York, USA.: The Free Press. [clásica]</p> <p>Scolari, C. (2008). <i>Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva</i>. Barcelona, España: Gedisa. [clásica]</p> <p>Scolari, C. (2015). <i>Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones</i>. Barcelona: Gedisa. [clásica]</p> <p>Sfez, L. (2007). <i>La comunicación</i>. Argentina: Amorrortu. [clásica]</p> <p>Thompson, J. B. (1998). <i>Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación</i>. Barcelona, España, Paidós. [clásica]</p>	<p>en un campo de investigación emergente. <i>Comunicar</i>, XXIV (46), 19-26.</p>
--	--

Vidales, C. (2013). *Comunicación, semiosis y sentido. El relativismo teórico en la investigación de la comunicación*. Salamanca, España: Comunicación Social. [clásica]

Vizer, E. (2006). *La trama (in)visible de la vida social. Comunicación, sentido y realidad*. Argentina: La Crujía Ediciones. [clásica]

Vizcarra, F. y Ovalle, P. (2011, enero-junio). Ciberculturas: el estado actual de la investigación y el análisis. *Cuadernos de información*, 28, 33-44.

Winocur, R. (2013). Los diversos digitales y mediáticos que nos habitan cotidianamente. En *Hegemonía cultural y políticas de la diferencia*. CLACSO. [clásica]

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Introducción a los Estudios de Comunicación, debe contar con título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación o área afín, conocimientos teóricos y metodológicos en el ámbito de las ciencias de la comunicación. Debe contar con estudios de posgrado en comunicación, ciencias sociales o áreas afines y haber acumulado por lo menos dos años de experiencia docente. Ser analítico, crítico, responsable, que fomente el pensamiento científico, la honestidad y el respeto.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Fundamentos de Periodismo
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Diana Denisse Merchant Ley
Feliciano Castro Loya

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Fundamentos de Periodismo tiene como finalidad que el alumno aprenda a analizar la realidad social para generar un periodismo responsable, alternativo y honesto, lo cual será de utilidad para la toma de decisiones de la ciudadanía. Esta unidad de aprendizaje se encuentra en la etapa disciplinaria del plan de estudios de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, es de carácter obligatorio, no precisa de requisitos previos para cursarla y pertenece al área de conocimiento de Ecosistema Mediático.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Interpretar la realidad social, a través de las herramientas teóricas y deontológicas de los fundamentos del periodismo, para generar productos periodísticos, con actitud crítica, responsabilidad y respeto.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Portafolio de evidencias con productos periodísticos (crónica, reportaje, notas informativas y entrevistas) en donde ponga en práctica lo aprendido en todas las unidades de la asignatura.

Exposición o conversatorio en la que el estudiante exprese sus reflexiones acerca del periodismo contemporáneo, la ética periodística o las relaciones prensa-poder.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Evolución del medio periodístico

Competencia:

Distinguir las particularidades del periodismo mexicano, mediante la revisión de sus distintas etapas, sus escenarios y los actores que lo configuran, para comprender el desarrollo de la profesión en el país y las condiciones que la llevaron a la situación actual, con apertura, actitud crítica y reflexiva.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 1.1. Historia del periodismo mexicano
 - 1.1.1. Surgimiento de los primeros periódicos a nivel nacional
 - 1.1.2. Surgimiento de los periódicos en Baja California
- 1.2. Relaciones prensa-poder
 - 1.2.1. Relaciones autoritarias
 - 1.2.2. Relaciones interdependientes
 - 1.2.3. Relaciones de negociación constante
- 1.3. El perfil del periodista mexicano
 - 1.3.1. El periodista y sus fuentes
 - 1.3.2. Perfiles y roles profesionales

UNIDAD II. Medios periodísticos y audiencias

Competencia:

Analizar la interacción entre medios noticiosos y audiencias, mediante la revisión de los conceptos del poder simbiótico y del rol activo de las audiencias, para dimensionar la influencia del periodismo en la sociedad y la importancia de ejercer un criterio editorial, con reconocimiento del otro, responsabilidad y actitud crítica.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 2.1. El poder simbólico-cultural de los medios periodísticos
 - 2.1.1. La relación entre las audiencias y los medios periodísticos
 - 2.1.2. Medios independientes y formación de audiencias
- 2.2. El rol activo de la audiencia
 - 2.2.1. Lecturas negociadas de las noticias
 - 2.2.2. Participación de las audiencias en la construcción de las noticias
 - 2.2.3 Consumidores de noticias

UNIDAD III. Periodismo contemporáneo

Competencia:

Distinguir los tipos de periodismo inclusivo, a partir de la comprensión de la noticia como constructo social, para aportar un periodismo alternativo que contribuya a la armonía de la sociedad y al entendimiento de la diferencia social, con una actitud respetuosa y crítica.

Contenido:**Duración:** 4 horas

3.1. La noticia

3.1.1. La noticia como construcción social

3.1.2. Actores que construyen la noticia

3.2. El periodismo inclusivo - democrático

3.2.1. Reconocimiento de la diferencia

3.2.2. Periodismo con perspectiva de género

3.2.3. Periodismo alternativo

UNIDAD IV. Géneros periodísticos

Competencia:

Aplicar los géneros periodísticos, a partir de su distinción y comprensión, con el fin de realizar un periodismo que contribuya a una sociedad informada de manera pertinente para la toma de decisiones, con una actitud respetuosa, crítica e imparcial.

Contenido:

Duración: 12 horas

- 4.1. La nota informativa
 - 4.1.1. Preguntas básicas de las notas informativas
 - 4.1.2. La teoría de la pirámide invertida
 - 4.1.3 Redacción de notas informativas
- 4.2. La crónica informativa
- 4.3. El reportaje
- 4.4. La entrevista

UNIDAD V. La ética en el periodismo

Competencia:

Analizar el código de ética del periodismo, a través de la revisión de casos de experiencias profesionales de periodistas, para determinar el actuar en la práctica profesional, con actitud honesta y reflexiva.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 5.1. Deontología del periodismo
 - 5.1.1. Códigos deontológicos internacionales
 - 5.1.2. Códigos deontológicos nacionales
 - 5.1.3. Códigos deontológicos locales
- 5.2. Función de la ética
 - 5.2.1. Discusión sobre objetividad
 - 5.2.2. La subjetividad bien intencionada
- 5.3. Normatividad

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Línea de tiempo de la historia y el poder en el periodismo mexicano	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la línea de tiempo. 2. Hace una revisión documental para identificar el surgimiento de los periódicos a nivel nacional y regional. 3. Hace una revisión documental para identificar las relaciones de prensa-poder y relacionarlas con el surgimiento de los periódicos. 4. Elabora línea de tiempo de la historia y el poder en el periodismo mexicano a partir de la revisión de los dos pasos anteriores. 5. Presenta en una exposición frente al grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	6 horas
UNIDAD III				
2	Análisis de noticias	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para hacer un análisis de la noticia contemporánea. 2. Realiza una búsqueda hemerográfica. 3. Identifica los elementos de cobertura y tratamiento de noticias que sean inclusivos y democráticos. 4. Elabora un reporte escrito y lo entrega al docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). • Recursos hemerográficos. 	8 horas
UNIDAD IV				
3	Elaboración de productos periodísticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar productos periodísticos. 2. Elige un tema para elaborar la práctica. 3. Aplica los pasos para cada uno de los 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor 	18 horas

		<p>géneros (nota informativa, crónica, reportaje y entrevista)</p> <p>4. Redacta los productos periodísticos.</p> <p>5. Entrega al profesor los productos elaborados, en el formato solicitado.</p>	<p>de texto.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). • Recursos hemerográficos • Grabadora de audio o video. • Cámara fotográfica. 	
--	--	---	---	--

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

Estudio de caso, método de proyectos, aprendizaje basado en problemas, técnica expositiva, debates y ejercicios prácticos.

Estrategia de aprendizaje (alumno):

Investigación, estudio de caso, trabajo en equipo, exposiciones, visitas a campo, ensayos, resúmenes y cuadros comparativos.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Participación en clase.....	10%
- Tareas.....	15%
- Exámenes (prácticas 1 y 3)	30%
- Portafolio de evidencias con productos periódicos (práctica 2).....	45%
Total	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Blesa, P. (2006). Medios de comunicación y democracia: ¿El poder de los medios o los medios al poder?. <i>Sphera Pública</i>, 6, 87-106. [clásica]</p> <p>Callegari-Melo, N. (2020). <i>Géneros periodísticos de hoy</i>. Bogotá, Colombia: Ediciones USTA. <u>ECOEdiciones</u>.</p> <p>Casero, A. (2008). Modelos de relación entre periodistas y políticos: La perspectiva de la negociación constante. <i>Estudios sobre el Mensaje Periodístico</i>, 14, 111-128. [clásica]</p> <p>Cervantes, C. (1995). ¿De qué se constituye el habitus en la práctica periodística?. <i>Comunicación y Sociedad</i>, Universidad de Guadalajara, 24, mayo-agosto, 97 -125. [clásica]</p> <p>Del Palacio, C. (2015). <i>Violencia y periodismo regional en México</i>. Ciudad de México, México: Juan Pablos Editor. [clásica]</p> <p>Hernández, M. E. (1995). <i>La producción noticiosa</i>. Guadalajara: Universidad de Guadalajara. [clásica]</p> <p>Merchant, D.D. (2017). Relaciones de cortesía en el campo periodístico de Baja California, México: El caso de los periodistas de periódicos y oficinas de comunicación social. <i>Revista ComHumanitas</i>, 81-102. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6057564</p> <p>Merchant, D.D. (2020). Tipología del gremio periodístico de Baja California: Un acercamiento desde las percepciones de sus miembros. <i>Chakiñan, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades</i>. Recuperado de</p>	<p>Alsina, R. (1993). <i>La construcción de la noticia</i>. España: Paidós. [clásica]</p> <p>Borrat, H. (1989). El periódico, actor del sistema político. <i>Anàlisi</i>, 12, 67-80. [clásica]</p> <p>Carreño, J. (2000). Cien años de subordinación. <i>Sala de Prensa</i>, 2, 3. Recuperado de http://www.saladeprensa.org/art102.htm [Clásica].</p>

<http://chakinan.unach.edu.ec/index.php/chakinan/article/view/454>

Márquez-Ramírez, M. y Hughes, S. (2017). Panorama de los perfiles demográficos, laborales y profesionales de los periodistas en México: Reporte de Investigación. *Global Media Journal*, 14(26), 91-152. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68750917005>

Mellado, C., Márquez, R., Mick, J., Oller Alonso, M. & Olivera, D. (2017). Journalistic performance in Latin America: A comparative study of professional roles in news content. *Sage*, 18(9), 1087-1106.

Munive, M. (2016). Periodismo de declaraciones. Cuando la prensa renuncia a ser el lugar de los hechos. *Conexión*, (6), 42-57. Recuperado de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/conexion/article/view/16456>

Salazar, M.G.(2018). ¿Cuarto poder? Mercados, audiencias y contenidos en la prensa estatal mexicana. *Política y gobierno*, (25)1, 125-152. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/pyg/v25n1/1665-2037-pyg-25-01-125.pdf>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Fundamentos de Periodismo debe contar con título de Periodismo o Ciencias de la Comunicación, con conocimientos avanzados y experiencia profesional en periodismo y relaciones prensa-poder; preferentemente con estudios de posgrado y dos años de experiencia docente. Debe ser un profesor o profesora responsable, comprometido y que otorgue alto valor a la ética profesional.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Metodologías Participativas en Comunicación
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 00 HL: 00 HPC: 04 HCL: 00 HE: 02 CR: 08**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Nina Alejandra Martínez Arellano
Nelly Calderón de la Barca Guerrero
Gerardo Guillermo León Barrios

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Metodologías Participativas en Comunicación tiene el propósito que el estudiante conozca los métodos y técnicas de las metodologías participativas para realizar diagnósticos involucrando a los actores de las comunidades y grupos en la solución de sus problemáticas, además, desarrollara el pensamiento crítico, la empatía, el dialogo y comunicación asertiva, responsabilidad social y respeto a la diversidad sociocultural.

Esta asignatura se imparte en la etapa disciplinaria con carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento Calidad de vida y bienestar.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diagnosticar necesidades y problemáticas de la comunidad, mediante la aplicación de los métodos y técnicas de las metodologías participativa, para abordar su solución desde una perspectiva comunicacional dialógica, con empatía, trabajo colaborativo y responsabilidad social.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Propuesta de una solución de comunicación dialógica participativa que integre los siguientes elementos:

- Protocolo: planteamiento del problema, delimitación del grupo comunidad, preguntas, objetivos y la perspectiva de metodología participativa elegida
- Diagnóstico de necesidades de la comunidad o grupo
- Diseño de estrategias de solución a la problemática
- Evaluación de la implementación de estrategias

Reporte de resultados del proceso de la implementación de las estrategias de solución.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

UNIDAD I. Aproximaciones conceptuales y empíricas a modelos de comunicación participativa

Competencia:

Analizar la metodología participativa, a través de la revisión teórica, conceptual y sus características, para conocer su aplicación en la solución de problemáticas sociales, con pensamiento crítico y reflexivo.

Contenido:**Duración:** 4 horas

- 1.1. Definición de las metodologías participativas
- 1.2. Diferencias entre las metodologías participativas y metodologías tradicionales
- 1.3. Importancia de las metodologías participativas en el contexto contemporáneo

UNIDAD II. Metodologías participativas en comunicación: historia, método y técnica

Competencia:

Identificar las perspectivas de las metodologías participativas, mediante el conocimiento de método y técnica de cada una, para seleccionar su adecuada aplicación en la solución de problemáticas sociales, con honestidad, responsabilidad social y actitud analítica

Contenido:

- 2.1. Comunicación para el desarrollo
- 2.2. Comunicación para el cambio social
- 2.3. Sociopraxis
- 2.4. Comunicación estratégica
- 2.5 Comunicación y cibercultur@

Duración: 10 horas

UNIDAD III. Diseño y aplicación de diagnóstico participativo

Competencia:

Diagnosticar necesidades y problemáticas en grupos y comunidades, mediante la aplicación de las metodologías participativas, para proponer estrategias de solución a las mismas, con responsabilidad social, respeto a la diversidad, honestidad y orden.

Contenido:**Duración:** 14 horas

- 3.1 Identificación de problemáticas en el contexto local
- 3.2 Árbol de problemas
- 3.3 Mapa de actores.
 - 3.3.1 Identificación y jerarquización de actores
- 3.4 formulación del diagnóstico
 - 3.4.1 Indicadores sociales del problema
 - 3.4.2 Árbol de soluciones
- 3.5 Implementación de la estrategia participativa

UNIDAD IV. Evaluación

Competencia:

Evaluar los resultados de la implementación de las estrategias participativas, a partir de los indicadores e instrumentos de evaluación, para realizar las modificaciones a las estrategias de solución, con honestidad responsabilidad social actitud reflexiva y orden.

Contenido:

- 4.1. Instrumentos de evaluación participativos
- 4.2. Evaluación del diagnóstico participativo

Duración: 4 horas

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE CAMPO

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD III				
1	Protocolo de aplicación de metodología participativa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del profesor para realizar la identificación de problemáticas en grupos comunidades. 2. Se integra en equipos. 3. Se discute y eligen en equipo una problemática y un grupo o comunidad. 4. Realiza una investigación documental sobre la problemática seleccionada. 5. Elabora un Protocolo de investigación: planteamiento del problema, delimitación del grupo comunidad, preguntas, objetivos y la perspectiva de metodología participativa elegida. 6. Entrega al docente para revisión y retroalimentación. 7. Corrige observaciones del docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliografía • Computadora • Internet • Papel • Hojas • Diario de campo • Lápiz • Recursos tecnológicos para la recolección y registro de datos 	12 horas
2	Diagnóstico de necesidades	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del docente para realizar el diagnostico de necesidades. 2. Asistes a la comunidad o grupo elegido. 3. Establece un primer acercamiento y dialogo con el grupo elegido. 4. Elabora diagnostico a través de la selección e implementación de una metodología 	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliografía • Computadora • Internet • Papel • Hojas • Diario de campo • Lápiz • Recursos tecnológicos para la recolección y registro de datos 	20 horas

		<p>participativa.</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Sistematiza datos e información recolectada. 6. Elabora reporte de diagnóstico. 7. Diseño de estrategias de solución. 8. Entrega al docente para revisión y retroalimentación. 9. Corrige observaciones del docente. 		
3	Diseño e implementación de estrategias de comunicación participativa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para el diseño e implementación de estrategias de comunicación participativa. 2. A partir del diagnóstico selecciona la metodología participativa pertinente para el diseño de estrategias. 3. Diseña las estrategias participativas. 4. Implementa las estrategias participativas con el grupo o comunidad. 5. Elabora reporte de resultados de la aplicación de estrategias con el grupo o comunidad. 6. Entrega al docente para revisión y retroalimentación. 7. Corrige observaciones del docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliografía • Computadora • Internet • Papel • Hojas • Diario de campo • Lápiz • Recursos tecnológicos para la recolección y registro de datos 	24 horas
UNIDAD IV				
4	Elaboración del instrumento de evaluación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para elaborar un instrumento de evaluación de estrategias. 2. Elabora un instrumento de evaluación basado en los 	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliografía • Computadora • Internet • Papel • Hojas • Diario de campo 	8 horas

		<p>critérios e indicadores del diagnóstico.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Aplica el instrumento de evaluación a las estrategias participativas. 4. Analiza los resultados de la evaluación de las estrategias participativas. 5. En caso de ser necesario realiza los ajustes a las estrategias para una nueva implementación. 6. Aplica nuevamente las estrategias. 7. Elabora reporte con los resultados de la aplicación de estrategias. 8. Entrega al docente para revisión y retroalimentación. 9. Corrige observaciones del docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lápiz • Recursos tecnológicos para la recolección y registro de datos 	
--	--	---	--	--

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Proporciona material bibliográfico sobre las metodologías participativas
- Exposición de temáticas sobre metodologías participativas
- Explica a través de ejemplos y estudio de casos la aplicación de las metodologías participativas
- Gestiona los permisos para realizar las prácticas de campo
- Supervisa y dirige las prácticas de campo
- Revisa, retroalimenta y evalúa reportes de prácticas de campo y tareas
- Propicia la participación activa de los estudiantes

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Busca y revisa material bibliográfico sobre las metodologías participativas
- Atiende exposiciones del docente de temáticas sobre metodologías participativas
- Analiza con el docente ejemplos y estudio de casos la aplicación de las metodologías participativas
- Realiza las prácticas de campo
- Trabaja en equipo con compañeros y comunidades
- Elabora diagnósticos de necesidades
- Elabora e implementar estrategias participativas
- Elabora diario de campo
- Elabora instrumentos de evaluación
- Entrega reportes de prácticas de campo y tareas
- Participa activamente en las actividades de la clase

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.
- Por la naturaleza de la asignatura al estar orientada a la práctica de campo, no se aplicará exámenes ordinario y extraordinario.

Criterios de evaluación

- Evidencia 1	20%
(Propuesta de una solución de comunicación dialógica participativa)	
- Evidencia 2.....	20%
(Reporte de resultados del proceso de la implementación de las estrategias de solución)	
- Reportes de prácticas	45%
- Reportes de lectura y tareas.....	15%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Beltrán, L. (2006). La comunicación para el desarrollo en latinoamérica: un recuento de medio siglo. Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación, vol. 4, núm. 8, enero-junio, 2006, pp. 53-76 Universidad de Medellín: Medellín, Colombia. [clásica]</p> <p>Bolaño, C., Mastrini, G. and Sierra, F., (2003). Spaces Of Intercultural Communication. An Interdisciplinary Introduction To Communication, Culture, And Globalizing Localizing Audiences. 1st ed. Hampton Press. [clásica]</p> <p>Carbaugh, D., (2017). The Handbook Of Communication In Cross-Cultural Perspective. New York: Routledge. [clásica]</p> <p>Gumucio-Dagron, Alfonso (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. Signo y Pensamiento, XXX(58),26-39.[fecha de Consulta 3 de Diciembre de 2020]. ISSN: 0120-4823. Disponible en: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=860/8602003800_2 [clásica]</p> <p>González, J. (Coord) (2007). Cibercultur@ e iniciación en lainvestigación. CEIICH UNAM y Consejo Nacional para la Cultura y las Artes: México. [clásica]</p> <p>González, J. y Krohling, C. (2019). Arte y oficio de la investigación científica. Cuestiones epistemológicas y metodológicas. CIESPAL: Ecuador.</p> <p>Jenatsch, T. y Bauer, R. (2016). Comunicación para el desarrollo Una guía práctica. Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE): Suiza.</p>	<p>Ibañez, J. (1990). Nuevos avances en la investigación social. Suplementos, no 22. Anthropos y reedición en Ediciones A: Barcelona.[clásica]</p> <p>Rico Lie, 2002, Spaces of Intercultural Communication. An Interdisciplinary Introduction to Communication, Culture, and Globalizing Localizing Audiences. [clásica]</p> <p>Floyd, K., Weber, R., 2020, The handbook of communication science and biology, Ed. Routledge.G</p>

Lewis, P. and Jones, S., 2006. From The Margins To The Cutting Edge: Community Media And Empowerment. 1st ed. Hampton Press. [clásica]

Magallanes, C. M. B. (2015). La comunicación para el cambio social, un proceso de trabajo por la transformación social. Rúbricas, 07(1), 40-45. Recuperado de <https://repositorio.iberopuebla.mx/bitstream/handle/20.500.11777/646/EL%20PODER.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [clásica]

Massoni, S. (2007). Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido. Argentina: Homo Sapiens Ediciones. [clásica]

Massoni, S. (2007). Comunicación estratégica: comunicación para la innovación. Argentina: Homo Sapiens Ediciones. [clásica]

Massoni, S. (2007). Metodologías de la comunicación estratégica: del inventario al encuentro sociocultural. Argentina: Homo Sapiens Ediciones. [clásica]

Pérez, R.A. y Massoni, S (2009). Hacia una teoría general de la estrategia. El cambio de paradigma en el comportamiento humano, la sociedad y las instituciones. España: Ariel Ediciones. [clásica]

Villasante, T.R. (1998). Cuatro redes para mejor-vivir. Lumen Humánitas: Buenos Aires. [clásica]

Villasante, Montañés, Martí (2000) La investigación social participativa. El Viejo Topo. Barcelona. [clásica]

Villasante, Montañés, Martín (2001). Procesos locales de creatividad social. El Viejo Topo: Barcelona. [clásica]

Villasante, T.R. (2002). Sujetos en movimiento. CIMAS-NORDAN: Montevideo. [clásica]

Villasante, Garrido (2002). Metodologías y Presupuestos Participativos. Madrid: CIMAS-IEPALA. Floyd, K.,

Weber, R., (2020), The handbook of communication science and biology, Ed. Routledge.G. [clásica]

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la asignatura de Metodologías Participativas en Comunicación debe contar con un título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación o del área Ciencias Sociales, con experiencia en metodologías y proyectos sociales y participativos, experiencia docente de por lo menos tres años. De preferencia con posgrado y experiencia profesional y docente mínima de 2 años. Además, debe poseer cualidades como el respeto, propositivo, honesto, responsable y honesto.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Semiótica
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Manuel Alejandro Fernández Sánchez
Gerardo Guillermo León Barrios
Ana Daniela Leyva González
Estela Salomé Solis Gutiérrez

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje Semiótica es el análisis de las formas simbólicas que se producen en la interacción comunicativa. Su utilidad radica en que le permite al estudiante comprender e interpretar el contexto sociocultural utilizando los referentes teóricos del estudio del signo y la significación para el análisis de las diversas formas simbólicas que se dan en la interacción en comunicación. Se imparte en la etapa disciplinaria con carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento de Fundamentos de la Comunicación.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar las formas simbólicas que se producen en la interacción comunicativa, mediante los referentes teóricos del estudio del signo y la significación, con el fin de comprender e interpretar el contexto sociocultural, con sensibilidad, sentido crítico y creatividad.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Portafolio de evidencia que contenga análisis de piezas mediáticas y otros procesos de interacción comunicativa a través de la utilización de herramientas de análisis semiótico que tome en cuenta las variables socioculturales de la audiencia.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Teoría del signo

Competencia:

Identificar los antecedentes de la semiótica, a través de la revisión teórica de sus conceptos principales, para contextualizar su campo de estudio, con actitud crítica y analítica.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 1.1. Antecedentes de la semiótica
 - 1.1.1. Introducción a la semiótica y el sentido
- 1.2. Conceptos básicos del estructuralismo
 - 1.2.1. Lengua y habla
 - 1.2.2. Sintagma y paradigma
 - 1.2.3. Significante y significado
 - 1.2.4. Denotación y connotación
 - 1.2.4.1. Forma y sustancia
- 1.3. Concepción triádica del signo
 - 1.3.1. Representamen, interpretante y objeto
 - 1.3.2. Primeridad, segundidad y terceridad
 - 1.3.3. Ícono, índice y símbolo

UNIDAD II. Modelos de análisis semiótico

Competencia:

Examinar los modelos de análisis semiótico, mediante la revisión de las diferentes perspectivas teóricas, para comprender las distintas aproximaciones al estudio de los signos y la significación, con actitud crítica, analítica y flexibilidad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 2.1. Semiótica francesa
 - 2.1.1 Retórica de la imagen intertextualidad
- 2.2. Semiótica italiana
 - 2.2.1. Definiciones de cultura desde la semiótica
 - 2.2.2. Límites y umbrales de la semiótica
- 2.3. Semiótica rusa
 - 2.3.1. Funciones del lenguaje
 - 2.3.2. Semiosfera
- 2.4. Semiótica latinoamericana
 - 2.4.1. Sociosemiótica

UNIDAD III. Semiótica aplicada

Competencia:

Analizar formas simbólicas particulares, mediante la aplicación de métodos y técnicas semióticas, para distinguir su sentido en nuestro contexto contemporáneo, con sentido crítico, creatividad y responsabilidad social.

Contenido:**Duración:** 12 horas

- 3.1. Recolección de datos
- 3.2. Aplicación del análisis
 - 3.2.1. Textos visuales
 - 3.2.2. Textos sonoros
 - 3.2.3. Textos audiovisuales
 - 3.2.4. Textos hipermediáticos
- 3.3. Intertextualidad

UNIDAD IV. Comunicación, semiosis y sentido

Competencia:

Examinar a la teoría semiótica como fuente científica de la comunicación sociocultural contemporánea, mediante el reconocimiento de su posición dentro del campo de las teorías de la comunicación, para interpretar formas simbólicas y expresiones de interacción, con actitud crítica y de respeto.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 4.1. Comunicación y producción social de sentido
 - 4.1.1. Teoría de la comunicación y teoría sociosemiótica
 - 4.1.2. Signo, cultura, semiosis, biosemiótica y comunicación
 - 4.1.3. Sistemas semióticos y comunicativos en el análisis comunicológico
- 4.2. Sociosemiosis y comunicación
 - 4.2.1. Semiótica, cultura, sociedad
 - 4.2.2. Medios, discursos y sistemas sociosemióticos
- 4.3. La producción social de sentido

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Antecedentes de la semiótica	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza la lectura correspondiente de la lectura. 2. Atiende la exposición e indicaciones de una exposición del profesor. 3. Realiza una línea del tiempo en donde coloque las distintas definiciones de signo de los autores vistos en la lectura. 4. Para la línea del tiempo, usar alguna plataforma para compartir el producto final entre los compañeros y recibir retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Textos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Primer capítulo De Saussure (2011) • Computadora • Software de citación y editor de texto. • Acceso a internet • Visitar la página https://creately.com/lp/timeline-maker-online/ • Correos de los compañeros o foro en internet. 	2 horas
2	Conceptos básicos del estructuralismo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza la lectura correspondiente de la unidad. 2. Aplica los conceptos clave en la resolución de ejercicios. 3. Completa esquemas del signo inspirados en los propuestos por De Saussure. 4. Propone formas para aplicar el esquema diádico. 5. Entrega los esquemas y el ejercicio en un documento digital compartible en el cual se puedan integrar comentarios por parte del docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Textos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Primer capítulo De Saussure (2011) • Computadora • Software de citación y editor de texto. • Acceso a internet 	2 horas
3	Concepción triádica del signo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza la lectura correspondiente de la unidad. 2. Aplica los conceptos clave en 	<ul style="list-style-type: none"> • Textos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Primer capítulo Chandler (2017) 	2 horas

		<p>la resolución de ejercicios sobre los modos del signo.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Completa esquemas del signo inspirados en la propuesta triádica. 4. Ejemplifica el uso de la primeridad, segundidad y terceridad 5. Ejemplifica los modos del signo. 6. Entrega los esquemas y el ejercicio en un documento digital compatible en el cual se puedan integrar comentarios por parte del docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Software de citación y editor de texto. • Software adecuado • Acceso a internet. 	
UNIDAD II				
4	Semiótica francesa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Escucha el podcast sobre la obra de Barthes: 2. Realiza un mapa mental sobre el mismo. 3. Lee el texto “Retórica de la imagen” de Roland Barthes. 4. Elige un meme de actualidad y describe los tres tipos de mensajes contenidos en el meme siguiendo a Barthes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Audio: <ul style="list-style-type: none"> ○ Podcast sobre la obra de Barthes. Textos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Retórica de la imagen. Roland Barthes. • Computadora • Software de citación y editor de texto. • Software adecuado • Acceso a internet. 	2 horas
5	Semiótica italiana	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisa el primer capítulo de El Tratado de Semiótica General y el capítulo 1. 2. Mientras lo revisa, contesta el cuestionario proporcionado por el docente. 3. Atiende a la sesión del docente sobre el tema. 4. Crea un mapa mental con 	<ul style="list-style-type: none"> • Textos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Retórica de la imagen. Roland Barthes. • Computadora • Software de citación y editor de texto. • Software adecuado • Acceso a internet. • Acceso a 	2 horas

		alguna de estas herramientas en donde expongas los conceptos principales y los relaciones entre ellos.	https://www.mindmup.com/	
6	Semiótica rusa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza la lectura del texto de Iuri Lotman “Acerca de la semiosfera” 2. Una vez identificadas las características de la semiosfera, identifica una semiosfera a la que pertenezcas. 3. Ejemplifica los distintos conceptos con la semiosfera que identificaste, procura que sea un elemento de tu vida cotidiana, puede ser tu hogar, trabajo u otro ámbito en el que te desarrolles. 	<ul style="list-style-type: none"> • Textos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Retórica de la imagen. Roland Barthes. • Computadora • Software de citación y editor de texto. • Software adecuado • Acceso a internet. 	2 horas
7	Semiótica latinoamericana	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza la lectura del texto de Scolari “La semiótica en América Latina” 2. Tomará los principales conceptos de las otras corrientes georeferenciadas de la semiótica y comparará con las perspectivas tomadas en América Latina (por lo menos cuatro) 3. Destacará por lo menos dos autores latinoamericanos y sus aportaciones. 4. Identificará por lo menos dos conceptos que otras corrientes georeferenciadas no abordan. 5. Entregará un documento digital para recibir retroalimentación de lo anterior. 	<ul style="list-style-type: none"> • Textos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Introducción. La semiótica en América Latina Carlos A. Scolari ○ La semiosis social de Eliseo Verón • Computadora • Software de citación y editor de texto. • Software adecuado • Acceso a internet. • Formato base para la comparación entre corrientes georeferenciadas. 	2 horas

UNIDAD III		6.		
8	Recolección de datos para el análisis semiótico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre la recolección de datos. 2. Realiza la lectura correspondiente. 3. Identifica un tipo de dato a recolectar. 4. Propone una delimitación de la cantidad/extensión de su corpus de algún tipo de texto deseado. 5. Recolecta la información y la presenta al docente en una carpeta de intercambio digital (Google Drive/OneDrive, etc). 	<ul style="list-style-type: none"> • Textos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Creating Value: The Theory and Practice of Marketing Semiotics Research. • Computadora • Software de citación y editor de texto. • Acceso a internet. • Corpus de textos planteados. • Grabadora/videocámara. • Google Drive o algún otro gestor en la nube. 	4 horas
9	Análisis semiótico de textos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende la presentación del docente sobre los distintos tipos de análisis semiótico. 2. Ejemplifica el análisis semiótico de por lo menos dos textos de un mismo grupo. 3. Analiza el corpus recolectado con las estrategias expuestas por el docente. 4. Entrega los ejemplos y el análisis al docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Textos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Creating Value: The Theory and Practice of Marketing Semiotics Research. • Computadora • Software de citación y editor de texto. • Acceso a internet. • Corpus de textos planteados. • Google Drive o algún otro gestor en la nube. 	4 horas
10	Análisis semiótico de intertextualidad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende la presentación del docente sobre las maneras de análisis intertextual. 2. Ejemplifica el análisis semiótico de por lo menos tres tipos distintos de texto. 3. Analiza el corpus recolectado en la práctica 6 con las estrategias expuestas por el 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Software de citación y editor de texto. • Acceso a internet. • Corpus de textos planteados. • Google Drive o algún otro gestor en la nube. 	4 horas

		docente. 4. Entrega los ejemplos y el análisis al docente.		
UNIDAD IV		5.		
11	Comunicación y producción social de sentido	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende la presentación del docente. 2. Ejemplifica el análisis semiótico desde perspectivas cultura, semiótica y semiosis. 3. Revisa los textos sobre cultura y semiótica. 4. Entrega un cuestionario guía sobre los conceptos revisados. 5. Compara los resultados con sus compañeros e integra las observaciones para mejorar su puntaje. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Software de citación y editor de texto. • Acceso a internet. • Corpus de textos planteados. • Google Drive o algún otro gestor en la nube. • Plataforma en línea para la revisión del cuestionario. 	2 horas
12	Sociosemiosis y comunciación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende la presentación del docente. 2. Revisa los textos sobre sociosemiosis y comunicación (Verón, 1998). 3. Crea un cuadro comparativo con distintos procesos comunicológicos y las posibles explicaciones desde las perspectivas abordadas. 4. Recibe retroalimentación en grupo y luego con el profesor para mejorar su análisis -en digital. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Software de citación y editor de texto. • Acceso a internet. • Corpus de textos planteados. • Formato base de cuadro comparativo. • Plataforma en línea para la creación del cuadro comparativo. 	2 horas
13	La producción social de sentido	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende la presentación del docente. 2. Revisa los textos de Vidales, Carlos (2013). 3. Desarrollar definiciones propias sobre conceptos básicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Software de citación y editor de texto. • Acceso a internet. • Computadora 	2 horas

		<p>proporcionados por el docente en la clase.</p> <ol style="list-style-type: none">4. Presenta sus definiciones en equipos en donde se construirá una sola definición.5. Se repartirán estas definiciones sintetizadas en equipo para su exposición a modo de videoconferencia.		
--	--	---	--	--

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

Exposición de temas y revisión guiada de textos. Asesorías para la conducción de investigación y análisis. Ejercicios prácticos para el desarrollo de capacidades de abstracción semiótica.

Estrategia de aprendizaje (alumno):

Investigación y búsqueda en fuentes de distinto formato. Elaboración de mapas mentales, cuadros comparativos y modelos propios de la disciplina semiótica. Creación de documentos tipo ensayo que reflejen capacidad de análisis semiótico de distintos textos.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales..... 20%
- Participación y actitud.....10%
- Portafolio de evidencias..... 70%
- Total.....100%**

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Barthes, R., Greimas, A. J., Bremond, C., Griti, J., Morin, V., Metz, C., Todorov, T. y Genette, G. (2011). <i>Análisis estructural del relato</i>. Ciudad de México: Coyoacán. [clásica]</p> <p>Beuchot, M. (2004). <i>La semiótica. Teorías del signo y el lenguaje de la historia</i>. México: Fondo de Cultura Económica. [clásica]</p> <p>Beuchot, M. (2001). <i>Elementos de semiótica</i> (3ª ed.). México: Editorial Surge. [clásica]</p> <p>Chandler, D. (2017). <i>Semiotics: The Basics</i>. Londres: Routledge</p> <p>De Saussure, F. (2014). <i>Curso de lingüística general</i>. Ciudad de México: Fontamara. [clásica]</p> <p>Eco, U. (2015). <i>Tratado de Semiótica General</i>. México: Debolsillo. [clásica]</p> <p>Floch, J. (1993). <i>Semiótica, marketing y comunicación: bajo los signos, las estrategias</i>. Barcelona: Paidós. [clásica]</p> <p>Guiraud, P. (1973). <i>La semiología</i>. México: Siglo XXI [clásica]</p> <p>Hjelmslev, L. (1971). <i>Prolegómenos para una teoría del lenguaje</i>. Madrid: Gredos. [clásica]</p> <p>Horta, J; Paulín, G y Flores, G. (2019). <i>Sociosemiótica y Cultura. Principios de Semiótica y Modelos de Análisis</i>. México: UNAM.</p> <p>Jensen, K. (1995). <i>The Social Semiotics of Mass</i></p>	<p>Barthes, R. (2009). <i>Lo obvio y lo obtuso: imágenes, gestos, voces</i>. Barcelona: Paidós. [clásica]</p> <p>Galindo, J., Tanius, K., y Rizo, M. (2005). <i>Cien libros hacia una comunicología posible. Ensayos, reseñas y sistemas de información</i>. México: Universidad Autónoma de la Ciudad de México. [clásica]</p> <p>Greimas, J. Y Jacques F. (2002). <i>Semiótica de las pasiones. De los estados de cosas a los estados de ánimo</i>. México: Siglo XXI Editores. [clásica]</p> <p>Greimas, A. J. (1976). <i>Semántica estructural: investigación metodológica</i>. Madrid: Gredos. [clásica]</p> <p>Halliday, M. A. K. (1982). <i>El lenguaje como semiótica social: la interpretación del lenguaje y del significado</i>. México: Fondo de Cultura Económica. [clásica]</p> <p>Hjelmslev, L. (1980). <i>Prolegómenos a una teoría del lenguaje</i>. Madrid: Gredos. [clásica]</p> <p>Irvine, M. (2017). Linguistic key concepts. Cognition, and Semiotics. <i>Communication, Culture & Technology Program</i>. Georgetown University.</p> <p>Irvine, M. (2017). The Grammar of Meaning Systems: Sign Systems, Symbolic Cognition, and Semiotics. <i>Communication, Culture & Technology Program</i>. Georgetown University.</p> <p>Morris, C. (1982). <i>Fundamentos para una teoría del lenguaje</i>. Madrid: Gredos. [clásica]</p>

Communication. London: Sage. [clásica]

Landowski, E. (1993). *La sociedad Figurada. Ensayos de sociosemiótica*. México: Universidad Autónoma de Puebla: FCE. [clásica]

León, G. (2019). *Ingeniería en Comunicación Social de la familia: Apuntes metodológicos de un estudio de caso*. México: UABC

Lotman, I. (1996). *La semiosfera I. Semiótica de la cultura y del texto*. Madrid: Frónesis Cátedra, Universitat de València. [clásica]

Lotman, I. (1998). *La semiosfera II. Semiótica de la cultura, del texto, de la conducta y del espacio*. Madrid: Frónesis Cátedra, Universitat de València. [clásica]

Lotman, I. (2000). *La semiosfera III. Semiótica de las artes y de la cultura*. Madrid: Frónesis Cátedra, Universitat de València. [clásica]

Mattelart, A. y Michèle M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós. [clásica]

Morris, C. (1994). *Fundamentos de la teoría de los signos*. España: Paidós comunicación. [clásica]

Oswald, L. (2015). *Creating Value: The Theory and Practice of Marketing Semiotics Research*. Oxford: Oxford University Press.

Peirce, C. (1955). *Philosophical writings of Peirce*. New York: Dover Publications. [clásica]

Pérez, H. (2009). *En pos del signo. Introducción a la semiótica*. Zamora, Michoacán: COLMICH [clásica]

Solís, E. (2020). "Relaciones bilaterales en el primer carnaval de Mexicali de 1916, a partir de la narrativa periodística y los indicios fotográficos". *Historia y Cultura en el Noroeste*. Mexicali: Universidad Autónoma de Baja California.

Peirce, C. (1997). *Escritos filosóficos. Volumen I*. México: El Colegio de Michoacán.

Rossolatos, G. (2013). Brand Equity Planning with Structuralist Rhetorical Semiotics: A Conceptual Framework. *The Qualitative Report*, 18(45), 1-20. Recuperado de <https://nsuworks.nova.edu/tqr/vol18/iss45/2> [clásica]

Rossolatos, G. (2015). *Hanbook of Brand Semiotics*. Alemania: Kassel University Press. [clásica]

Verón, E. (1998). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa. [clásica]

Vidales, C. (2010). *Semiótica y teoría de la comunicación. Tomo I*. México: Universidad Autónoma de Nuevo León. [clásica]

Vidales, C. (2010). *Semiótica y teoría de la comunicación. Tomo II*. México: Universidad Autónoma de Nuevo León. [clásica]

Vidales, C. (2013). *Comunicación, semiosis y sentido. El relativismo teórico en la investigación de la comunicación*. España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. [clásica]

Zecchetto, V. (2004). *La danza de los signos. Nociones de semiótica general*. Quito, Ecuador: Abya-Yala [clásica]

Zecchetto, V. (2002). *Seis semiólogos en busca del lector*. Buenos Aires: Ediciones CICCUS-La Crujía.

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la asignatura Semiótica deberá tener título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación o afín, Maestría en Ciencias de la Comunicación o afín. Experiencia en análisis y diseño de textos mediáticos. Conocimiento de teorías de la comunicación. Experiencia docente en educación superior de 2 años. Ser una persona proactiva, responsable y comprometida con el aprendizaje significativo de los estudiantes.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Realización de Contenidos Sonoros
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 04 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 08**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Luis Manuel Serrano Dávila.
Denisse Gama Orona
Héctor Manuel Villanueva Gutiérrez

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Realización de Contenidos Sonoros es obligatoria dentro de la etapa disciplinar y pertenece al área de conocimiento Ecosistema Mediático. Esta unidad de aprendizaje permite al estudiante apreciar y discernir entre distintos elementos de la realización de contenidos, ya sea en producciones sonoras únicamente o como parte del lenguaje audiovisual, los cuales le permitirán desarrollar el pensamiento crítico y creativo mediante la realización de varias prácticas.

En esta unidad de aprendizaje se realizarán producciones que fomenten actividades de investigación, gestión y producción encaminada a la realización de contenidos sonoros, demostrando así disposición para el trabajo en equipo con actitudes como la cooperación, iniciativa, y respeto. Es recomendable que el estudiante haya cursado la asignatura de Lenguaje Sonoro.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Elaborar contenidos sonoros, mediante la utilización de conceptos prácticos, teóricos y metodológicos, con la finalidad de lograr un producto comunicativo de calidad en beneficio de la sociedad, con actitud proactiva, responsabilidad y respeto por las dinámicas culturales.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Portafolio de proyectos sonoros multiplataforma donde se apliquen los conocimientos, habilidades y competencias adquiridas.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Elementos técnicos de la producción sonora

Competencia:

Analizar los conceptos teóricos y técnicos del lenguaje sonoro, mediante revisión bibliográfica y electrónica; así como su aplicación operativa, para la producción de contenidos sonoros, con una actitud proactiva y responsable.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 1.1. Características de un estudio de producción sonora
 - 1.1.1. Elementos de la cabina de grabación y edición
 - 1.1.2. Elementos de la cabina de locución
 - 1.1.3. Microfonía
- 1.2. Tratamiento digital del sonido
 - 1.2.1. Elementos del software de edición y grabación de sonido
 - 1.2.2. Uso de software de edición y grabación de sonido
- 1.3. Operación de cabina de grabación y locución
 - 1.3.1. Comunicación entre miembros del equipo de producción
 - 1.3.2. Código
 - 1.3.3. Técnicas de microfoneo
 - 1.3.4. La locución: Dicción e inflexión vocal

UNIDAD II. La producción de contenidos sonoros

Competencia:

Identificar los elementos del proceso de producción de contenidos sonoros, para desarrollar proyectos de audio, mediante la optimización de recursos técnicos y humanos, con asertividad, eficacia, actitud responsable.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 2.1. Producción sonora
 - 2.1.1. Etapas de producción sonora
 - 2.1.2. Recursos materiales y simbólicos de la producción sonora
- 2.2. La preproducción
- 2.3. La postproducción
- 2.4. Elementos de puntuación sonora
 - 2.4.1. Planos
 - 2.4.2. Disolvencia, Fundido, Puentes, Golpes musicales, silencio

UNIDAD III. Formatos de producción de contenidos sonoros

Competencia:

Analizar la influencia de las plataformas multimedia en la vida cotidiana, por medio de la revisión de contenidos digitales, para diseñar productos sonoros de acuerdo a los cambios del ecosistema comunicativo global, con una actitud participativa y de responsabilidad social.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 3.1. Proyectos de contenidos digitales
 - 3.1.1. Podcasting
 - 3.1.2. Radio digital
- 3.2. El sonido en la producción audiovisual
- 3.3. Producción de contenidos publicitarios

UNIDAD IV. Producción de contenidos sonoros y comunicación

Competencia:

Emplear los conceptos y herramientas teórico-metodológicos, a través de prácticas sonoras y comunicación, para la elaboración de contenidos comunicativos sustentados en el sonido y su impacto en la vida social, con una actitud responsable y respeto por las dinámicas culturales.

Contenido:

Duración: 10 horas

- 4.1. Construcción de discursos sonoros
 - 4.1.1. Periodismo sonoro
 - 4.1.2. Construcción de relatos y narrativas sonoras
- 4.2. Realización de contenidos sonoros para medios públicos
- 4.3. Realización de contenidos sonoros para plataformas digitales
- 4.4. Normatividad

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Reconocimiento y operación de equipo técnico de cabina	Los alumnos realizarán ejercicios prácticos que permitan acercarse al mundo de la producción sonora con equipo analógico y digital.	<ul style="list-style-type: none"> ● Cabina de grabación y edición. ● Bocinas ● Proyector. 	4 horas
2	Manipulación de sonido mediante programas informáticos de edición	Los alumnos realizarán ejercicios prácticos que permitan comprender y manipular software de producción de contenidos sonoros.	<ul style="list-style-type: none"> ● Cabina de grabación y edición. ● Computadora personal con software de edición. ● Bocinas. ● Proyector. 	8 horas
3	Principios de locución y desempeño vocal en cabina	Los alumnos escuchan y comentan grabaciones, para identificar aciertos y errores al aire. Se realizan ejercicios de entonación, modulación y respiración para el manejo de la voz.	<ul style="list-style-type: none"> ● Cabina de grabación y edición. ● Computadora personal con software de edición. ● Bocinas. ● Proyector. 	4 horas
UNIDAD II				
4	Principios básicos de la producción sonora y las nuevas tecnologías	Los alumnos realizarán prácticas que les permita identificar las nuevas herramientas y recursos para la producción de contenidos sonoros.	<ul style="list-style-type: none"> ● Cabina de grabación y edición. ● Computadora personal con software de edición. ● Bocinas. ● Proyector. 	4 horas
5	Guión técnico y preproducción de contenidos sonoros	Los alumnos realizarán prácticas que les permita gestionar los recursos materiales y humanos de la producción de contenidos.	<ul style="list-style-type: none"> ● Cabina de grabación y edición. ● Computadora personal con software de edición. ● Bocinas. ● Proyector. 	6 horas
6	Realización y edición de contenidos narrativos basados en sonido	Los alumnos realizarán un contenido sonoro de ficción donde se utilicen los diferentes recursos de la realización	<ul style="list-style-type: none"> ● Cabina de grabación y edición. ● Computadora personal 	6 horas

		sonora.	<ul style="list-style-type: none"> con software de edición. ● Bocinas. ● Proyector. 	
UNIDAD III				
7	Elaboración y gestión de proyectos digitales para plataformas sonoras online	Los alumnos, en una acción integradora, utilizando su creatividad y la metodología de la realización de contenidos sonoros, realizarán un producto comunicativo para radio y medios audiovisuales donde aplicarán lo aprendido en el curso	<ul style="list-style-type: none"> ● Cabina de grabación y edición. ● Computadora personal con software de edición. ● Bocinas. ● Proyector. 	4 horas
8	Operación de plataformas digitales para la difusión de contenidos sonoros	Los alumnos identificarán y manipularán las distintas plataformas digitales para la reproducción de contenidos sonoros.	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora con acceso a internet. 	4 horas
9	Elaboración de anuncios publicitarios para promoción de productos y servicios	Los alumnos analizarán contenidos publicitarios e identificarán los elementos constitutivos de la producción con el fin de realizar un producto promocional.	<ul style="list-style-type: none"> ● Fragmentos de películas, programas de televisión, comerciales y videoclips. ● Cabina de grabación y edición. ● Computadora personal con software de edición. ● Bocinas. ● Proyector. 	6 horas
UNIDAD IV				
10	Formatos radiofónicos y géneros periodísticos	Los alumnos realizarán una práctica, simulando las características y contenidos de algunos géneros y formatos, la cual será grabada, para después ser expuesta y explicada ante la clase.	<ul style="list-style-type: none"> ● Cabina de grabación y edición. ● Computadora personal con software de edición. ● Bocinas. ● Proyector. 	8 horas
11	Realización de contenidos sonoros para fomentar el cambio social.	Los alumnos desarrollarán un proyecto sonoro constituido por los elementos teórico-metodológicos vistos en el curso con el propósito de impactar en las problemáticas de la sociedad.	<ul style="list-style-type: none"> ● Cabina de grabación y edición. ● Computadora personal con software de edición. ● Bocinas. 	10 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente): La estructura de la clase consiste en técnicas expositivas de los temas que comprenden el curso, dando tiempo a que los alumnos trabajen en equipo en el desarrollo de una investigación y de su exposición ante el grupo; retroalimentará de manera oportuna y resolverá las dudas que surjan en las clases. El profesor reforzará información pertinente y ayudará a los alumnos a establecer conclusiones sobre las distintas producciones sonoras. Además, operará con apoyo de la plataforma institucional para actividades a distancia, donde el aprendizaje se llevará a cabo a través de actividades sincrónicas y asincrónicas realizadas online, así como una etapa de trabajo basado en proyectos.

Estrategia de aprendizaje (alumno): El estudiante es un agente activo de su aprendizaje, diseña y presenta exposiciones, así como producciones sonoras. Desarrollan trabajos individuales y colaborativos, también crearán diversos organizadores gráficos (infografías, cuadros comparativos, mapas mentales, etc.) donde se revisen las características y elementos de la realización de audio, apoyándose con lecturas que se encuentran dentro del curso.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Ejercicios y tareas..... 20%
- Participación..... 10%
- Portafolio de proyectos sonoros..... 70%
- Total.....100%**

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Apuke, O. (2017). <i>Introduction to Radio Production</i>. Republic of Moldova: LAP Lambert Academic Publishers. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/317850997_INTRODUCTION_TO_RADIO_PRODUCTION</p> <p>Chion, M. (2019). <i>Audio-vision. Sound on screen</i>. Estados Unidos: Columbia University Press</p> <p>Cuadrado, F. y Domínguez, J. (2019). <i>Teoría y Técnica del sonido</i>. España: Síntesis.</p> <p>Gómez, I. (2020). <i>Objetivo Podcast</i>. España: Círculo Rojo.</p> <p>Holgado, A. (2010). <i>Radio itinerante: radio en la escuela y en la comunidad</i>. Argentina: La Crujia. [clásica]</p> <p>Owsinski, B. (2017). <i>The Mixing Engineer's Handbook: Fourth Edition</i>. Burbank. Bobby Owsinski Media Group</p> <p>Ripoll, J. y Ortega, P. (2020). <i>#Radio Comunitaria. Participación ciudadana sin límites</i>. México. Bonilla Artigas Editores</p> <p>Vásquez, S.C. (2017). <i>La peña cultural: modelo de radio ciudadana en internet basado en investigación</i>. Colombia: Universidad de Medellín</p>	<p>Balsebre, A. (2007). <i>El lenguaje radiofónico (5ª Ed.)</i>. España: Cátedra. [clásica]</p> <p>Cebrián, M. (1995). <i>Información Radiofónica. Mediación Técnica, Tratamiento y Programación</i>. España: Síntesis. [clásica]</p> <p>Figueroa, R. (1997). <i>¿Qué onda con la radio?</i>. México: Pearson. [clásica]</p> <p>Hausman, C. y O'Donnell, B. (2011). <i>Producción en la radio moderna</i>. México: Thomson. [clásica]</p> <p>Ortiz, M. (1996). <i>Técnicas de Comunicación en Radio</i>. México: Paidós. [clásica]</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Realización de Contenidos Sonoros debe contar con título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación o área afín, con conocimientos avanzados en producción sonora y realización de contenidos; preferentemente con estudios de posgrado y dos años de experiencia docente. Debe ser proactivo, responsable y propositivo.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Investigación Cualitativa en Comunicación
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 04 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 08**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Yazmin Vargas Gutiérrez
Diana Denisse Merchant Ley
Alejandra Rodríguez Estrada
Sheila Delhumeau Rivera

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje brinda los diversos métodos y técnicas de investigación cualitativa, para reflexionar y resolver problemas en el ámbito de comunicación. Se encuentra en la etapa disciplinaria con carácter obligatoria, dentro del área de conocimiento de Fundamentos de Comunicación.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar fenómenos comunicativos, a través de los métodos y técnicas de investigación cualitativa así como sus bases teóricas e instrumentales, para integrar la información que permita la reflexión y resolución de problemas de comunicación con bases científicas, con una actitud crítica, respetuosa y de reconocimiento del otro.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Reporte de investigación que integre las evidencias empíricas colectadas a través de las técnicas y métodos cualitativos.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. La investigación cualitativa en las ciencias de la comunicación

Competencia:

Distinguir el paradigma cualitativo, a partir de la reflexión epistemológica, que permita comprender la realidad social, con actitud crítica, respetuosa y reconocimiento del otro.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 1.1. Principales estudios latinoamericanos en el estudio de los fenómenos de la comunicación
 - 1.1.1. Líneas y temas de investigación
- 1.2. Diferencias y complementos entre investigaciones cualitativas y cuantitativas
 - 1.2.1. Alcances y límites de la metodología cualitativa
 - 1.2.2. Alcances y límites de la metodología cuantitativa
- 1.3. Enfoques Emic-Etic
- 1.4. El criterio de saturación
- 1.5. Paradigma teórico metodológicos
 - 1.5.1. Etnografía
 - 1.5.2. Netnografía
 - 1.5.3. Fenomenología
 - 1.5.4. Interaccionismo simbólico
 - 1.5.5. Teoría fundamentada

UNIDAD II. Diseño de investigación cualitativa

Competencia:

Realizar el diseño de un problema de investigación, mediante la lógica del paradigma cualitativo, para revisar alternativas de solución, con responsabilidad y creatividad.

Contenido:

Duración: 8 horas

2.1. Diseño

2.1.1. Tema

2.1.2. Estado del arte

2.2.3. Palabras clave

2.2.4. Pregunta de investigación

2.2.5. Objetivos

2.2.6. Supuestos básicos

2.2.7. Acercamiento al espacio

UNIDAD III. Técnicas de investigación cualitativa

Competencia:

Aplicar las técnicas de investigación cualitativa, mediante la elaboración de instrumentos, para lograr un acercamiento al objeto de estudio, con capacidad de observación y disposición al trabajo.

Contenido:

Duración: 12 horas

3.1. *Rapport*

3.2. Observación

3.2.1. Observación no participante

3.2.2. Observación participante

3.2.3. Diseño de la observación

3.2.4. Aplicación,

3.2.4.1 Registro, diseño de campo y bitácora

3.3.5. Análisis

3.4. Entrevista

3.4.1. Tipos de entrevista

3.4.1.1. Entrevista estructurada

3.4.1.2. Entrevista semi-estructurada

3.4.1.3. Entrevista a profundidad

3.4.2. Diseño de instrumentos: Guías de entrevista

3.4.3. Aplicación y análisis de la entrevista

3.5. Grupos de discusión

3.5.1. Diseño de instrumentos: Guías de entrevista para el grupo de discusión

3.5.2. Registro del grupo de discusión

3.5.3. Aplicación y análisis

3.6. Técnicas proyectivas

UNIDAD VI. Análisis de la investigación cualitativa

Competencia:

Analizar cualitativamente los resultados obtenidos, mediante la inferencia de la información, para comprender el fenómeno, con pensamiento analítico.

Contenido:

- 4.1. Elaboración del informe de investigación
- 4.2. Meta análisis
- 4.3. Resultados de la investigación
- 4.4. Estructura

Duración: 4 horas

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Características del paradigma cualitativo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Búsqueda de investigaciones de comunicación publicadas. 2. Identificación de los elementos de estructura de la investigación 3. Caracterización de la investigación 4. Entrega al profesor 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Procesador de textos. • Bases de datos y documentales. 	4 horas
UNIDAD II				
2	Protocolo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Explicación del profesor sobre la estructura del protocolo. 2. Propuesta de un diseño de investigación <ol style="list-style-type: none"> a) Curiosidad de estudiante b) Revisa literatura c) Identifica la problemática de comunicación a investigar por equipo d) Pregunta de investigación (general y específica) e) Objetivos f) Supuesto/premisa 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Procesador de textos. • Bases de datos y documentales. 	8 horas
UNIDAD III				
3	Observación participante y no participante	<ol style="list-style-type: none"> 1. Después de seleccionada la unidad de observación, elegir escenarios, actores y prácticas que se van a seleccionar. 2. Elabora la guía de observación a partir de las categorías, palabras clave o conceptos de la investigación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Procesador de textos. • Bases de datos y documentales. 	10 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 3. Aplica la herramienta diseñada en la unidad de observación. 4. Transcribe la información obtenida. 5. Presenta resultados de la experiencia. 		
4	Entrevista	<ol style="list-style-type: none"> 1. Después de seleccionada la unidad de observación, a los actores a entrevistar. 2. Elabora la guía de la entrevista a partir de las categorías, palabras clave o conceptos de la investigación. 3. Realiza las entrevistas. 4. Transcribe la información obtenida. 5. Presenta los resultados de las entrevistas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Procesador de textos. • Bases de datos y documentales. 	8 horas
5	Grupos de discusión	<ol style="list-style-type: none"> 1. Después de seleccionada la unidad de observación, seleccionar el grupo de discusión. 2. Elabora la guía para el grupo de discusión a partir de las categorías, palabras clave o conceptos de la investigación. 3. Realiza la sesión para el grupo de discusión. 4. Transcribe la información obtenida. 5. Presenta los resultados del grupo de discusión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Procesador de textos. • Bases de datos y documentales. 	8 horas
6	Técnicas proyectivas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Después de seleccionada la unidad de observación, seleccionar técnica proyectiva. 2. Elabora el instrumento que responda a las palabras clave o conceptos de la 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Procesador de textos. • Bases de datos y documentales. 	8 horas

		<p>investigación.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Aplica la técnica proyectiva. 4. Transcribe la información obtenida. 5. Presenta los resultados de la técnica proyectiva aplicada. 		
7	Observación netnográfica participante y no participante	<ol style="list-style-type: none"> 1. Construye el campo de observación. 2. Elige escenarios, actores y prácticas que se van a seleccionar. 3. Elabora la guía de observación a partir de las categorías, palabras clave o conceptos de la investigación. 4. Aplica la herramienta diseñada en la unidad de observación. 5. Transcribe la información obtenida. 6. Presenta resultados de la experiencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Procesador de textos. • Bases de datos y documentales. 	10 horas
UNIDAD IV				
8	Elaboración del informe	<ol style="list-style-type: none"> 1. Organiza la información. 2. Analiza la información. 3. Sistematiza la información. 4. Categoriza con base empírica. 5. Redacta conclusiones. 6. Presenta el informe. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Procesador de textos. • Bases de datos y documentales. 	8 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Presenta información sobre los conceptos básicos
- Presenta y resuelve ejercicios prácticos relacionados con las temáticas
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Elabora y aplica evaluaciones
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y evalúa reportes de prácticas y actividades

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investiga y analiza información sobre conceptos básicos
- Resuelve ejercicios prácticos proporcionados por el profesor
- Realiza las prácticas de taller
- Presenta evaluaciones
- Participa activamente en clase
- Elabora y entrega reportes de prácticas
- Trabaja en equipo
- Elabora y entrega actividades en tiempo y forma

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Prácticas taller	25%
- Tareas y actividades	25%
- Exposiciones	10%
- Reporte de investigación....	40%
Total	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Bárceñas, K. y Preza N. (2019). Desafíos de la etnografía digital en el trabajo de campo online. <i>Virtualis</i>, (10)18, pp. 1-12. Recuperado de https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/287</p> <p>Fuentes, R. (2011). 50 años de investigaciones de la Comunicación en México: un recuento descriptivo de la producción publicada. <i>Intercom Revista Brasileira de Ciências da Comunicação</i>, (34)1, pp. 213-231. (Clásico). Recuperado de https://www.scielo.br/pdf/interc/v34n1/a10v34n1</p> <p>Guber, R. (2016). <i>La etnografía. Método, campo y reflexividad</i>. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI Editores.</p> <p>Hine, C. (2015). <i>Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday</i>. London: Bloomsbury.</p> <p>Múnera, B. y Chaves, J.I. (2019). <i>La fotografía, un documento social</i>. Bogotá: Editorial UTADEO, Ediciones Desde Abajo y Ediciones USTA.</p> <p>Patton, M. Q. (2015). <i>Qualitative research y evaluation methods: Integrating theory and practice</i>. Thousand Oaks: SAGE Publications.</p> <p>Restrepo, E. (2018). <i>Etnografía: alcances, técnicas y éticas</i>. Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.</p> <p>Tylor, S. y Bogdan, R. (2000). <i>Introducción a los métodos cualitativos</i>. Barcelona, España: Paidós. Recuperado de https://eugeniawagner.files.wordpress.com/2012/08/taylor-bogdan-intr-met-cuali-1.pdf</p>	<p>Galeano, M.E. (2018). <i>Estrategias de investigación social cualitativa: el giro en la mirada</i>. Medellín, Colombia: Fondo Editorial FCSH.</p> <p>Janesick, V. J. (1998). <i>Stretching exercises for qualitative researchers</i>. Thousand Oaks: Sage Publications. [clásica]</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Investigación Cualitativa de la Comunicación debe contar con título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Ciencias Sociales, con conocimientos avanzados de teoría y metodología para las Ciencias Sociales; preferentemente con estudios de posgrado y dos años de experiencia docente. Ser proactivo, analítico, que fomente el trabajo en equipo, la ética y el respeto.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Periodismo
- 5. Clave:**
- 6. HC: 01 HT: 04 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 01 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Diana Denisse Merchant Ley
Feliciano Castro Loya

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje de Periodismo es que el estudiante comprenda y aplique las herramientas del periodismo contemporáneo para contribuir a la construcción de opinión pública, al debate de los asuntos de interés colectivo y al cambio social. Se ubica en la etapa disciplinaria, es de carácter obligatorio, no precisa requisitos previos para cursarla y pertenece al área de conocimiento de Ecosistema Mediático.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar la realidad, a través de las herramientas del periodismo contemporáneo, para describirla de manera objetiva, con respeto, reconocimiento del otro y responsabilidad.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Producto de periodismo de investigación donde se evidencien las herramientas de todos los tipos de periodismo: de investigación, de datos y otras tendencias.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Periodismo de investigación

Competencia:

Diseñar un trabajo de investigación periodística en sus diversas fases, a través de la aplicación de una metodología del periodismo de investigación, para definir sus alcances y completarlo en el tiempo programado, con responsabilidad, respeto y pensamiento crítico.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 1.1. Función del periodismo de investigación en México
- 1.2. Principales periodistas y trabajos de largo aliento contemporáneos
- 1.3. Herramientas del periodismo de investigación
 - 1.3.1. Herramientas para la elección de tema
 - 1.3.2. Planteamiento de la investigación
 - 1.3.3. Ruta a seguir
- 1.4. Periodismo de investigación como periodismo digital
- 1.5. La práctica del periodismo de investigación

UNIDAD II. Periodismo de datos

Competencia:

Integrar los macrodatos a una investigación periodística, mediante la aplicación de las herramientas del periodismo de datos, para presentar resultados parciales de un trabajo de investigación, con honestidad e imparcialidad.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 2.1. El periodismo de datos y el trabajo colaborativo
- 2.2. Revisión de bases de datos
- 2.3. Interpretación de los datos
- 2.4. Presentación de los datos
 - 2.4.1. Infografías
 - 2.4.2. Videos
 - 2.4.3. Historias fotográficas
 - 2.4.4. Gráficas interactivas

UNIDAD III. Periodismo etnográfico (antropológico)

Competencia:

Integrar datos densos a una investigación periodística, mediante la aplicación de las herramientas del periodismo etnográfico, para presentar resultados parciales de un trabajo de investigación, con honestidad e imparcialidad.

Contenido:**Duración:** 4 horas

- 3.1. Definición del periodismo etnográfico
- 3.2. Herramientas del periodismo etnográfico
 - 3.2.1. Observación participante
 - 3.2.2. Rol de periodista en la comunidad
 - 3.2.3. Entrevista
- 3.3. Significados y sentidos de la comunidad experta

UNIDAD IV. Nuevas tendencias del periodismo

Competencia:

Seleccionar una nueva tendencia del periodismo, a partir de la distinción de sus características, con el fin de presentar la investigación de manera que cumpla con las exigencias de las audiencias contemporáneas, con responsabilidad, imparcialidad y honestidad.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 4.1. Periodismo en línea
- 4.2. Periodismo transmedia
- 4.3. El periodismo inmersivo y el rol de usuario
 - 4.3.1. Realidad virtual
 - 4.3.2. Periodismo 360

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Diseño de trabajo de investigación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar el trabajo de investigación. 2. Elige un tema de investigación. 3. Define el planteamiento de la investigación. 4. Define la ruta a seguir. 5. Pone en práctica la ruta a seguir. 6. Elabora y entrega avance logrado en la unidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	8 horas
UNIDAD II				
2	Integración de macrodatos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar el trabajo de integración de macrodatos. 2. Revisa base(s) de datos. 3. Selecciona los datos pertinentes para contestar la hipótesis y construir el argumento del trabajo. 4. Interpreta e integra los datos seleccionados con base en herramientas periodísticas. 5. Presenta el avance de la unidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Software de análisis de datos. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	16 horas
UNIDAD III				
3	Integración de datos densos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar el trabajo de integración de datos densos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. 	16 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Selecciona los lugares, personas y prácticas sociales a observar. 3. Selecciona los sujetos a entrevistar. 4. Elabora guías de entrevista. 5. Realiza entrevistas. 6. Selecciona los datos pertinentes para contestar la hipótesis y construir el argumento del trabajo. 7. Interpreta e integra los datos seleccionados con base en herramientas periodísticas. 8. Presenta el avance de la unidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Software para análisis de datos. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	
UNIDAD IV				
4	Producción de pieza investigativa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para producir la pieza investigativa. 2. Selecciona una nueva tendencia para producir la pieza investigativa. 3. Produce la pieza investigativa. 4. Presenta ante el grupo la pieza investigativa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Software para la producción de la pieza investigativa. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	24 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

Estudio de caso, método de proyectos, aprendizaje basado en problemas, técnica expositiva y ejercicios prácticos.

Estrategia de aprendizaje (alumno):

Investigación, estudio de caso, trabajo en equipo, exposiciones, visitas a campo y organizadores gráficos.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Exámenes (4 prácticas).....	40%
- Actividades de clase y tareas.....	15%
- Producto de periodismo de investigación integrando los resultados de las 4 prácticas	45%
Total	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas

García-Avilés, J.A. y Arias, F. (2016). Géneros periodísticos en los formatos visuales de Twitter: una propuesta de tipología. *Textual & Visual Media*, 9, pp. 101-132. Recuperado de <https://textualvisualmedia.com/index.php/txtvmedia/articloe/view/52>

Lee-Hunter, M. (2013). *La investigación a partir de historias. Manual para periodistas de investigación*. Montevideo, Uruguay: UNESCO. [clásica]

Paíno-Ambrosio, A., y Rodríguez-Fidalgo, M.I. (2019). Propuesta de “géneros periodísticos inmersivos” basados en la realidad virtual y el vídeo en 360°. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, pp.1132 - 1153. Recuperado de <http://www.revistalatinacs.org/074paper/1375/58es.html>

Trillo-Dominguez, M. y Alberich-Pascual, J. (2016). Deconstrucción de los géneros periodísticos y los nuevos medios: de la pirámide invertida al cubo de Rubik. *Profesional de la información*, (26) 6, pp. 1091-1099. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.nov.08>

Complementarias

Hermann, A.K. (2017). J-school ethnography. Mending the gap between the academy and journalism training?. *Journalism Studies*, (18)2. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2015.1043322>

Tandoc, E. y Oh, S.K. (2017). Small Departures, Big Continuities? Norms, values, and routines in The Guardian's big data journalism. *Journalism Studies*, (18)8. Recuperado de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2015.1104260>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Periodismo debe contar con título de Periodismo o Ciencias de la Comunicación, con conocimientos avanzados de periodismo de investigación; preferentemente con estudios de posgrado y deseable experiencia docente. Ser crítico, analítico y que fomente el trabajo en equipo.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Ecología Mediática, Entornos Sociodigitales y Nuevos Medios
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Armando Gutiérrez Ortega

**Vo.Bo. de subdirector(es) de
Unidad(es) Académica(s)**

Jesús Antonio Padilla Sánchez

Carolina Jaramillo Zurita

Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Ecología Mediática, Entornos Sociodigitales y Nuevos Medios tiene como finalidad brindar esquemas de descripción y análisis sobre las condiciones generales de los ecosistemas de mediación, así como su influencia en el desarrollo de los productores, sistemas y usuarios de contenidos discursivos, para caracterizar y explicar de forma cuantitativa y cualitativa al sistema sociodigital contemporáneo, con actitud de integración, atención al entorno y visión del entorno global. Esta unidad de aprendizaje pertenece a la etapa disciplinaria, es de carácter obligatorio y forma parte del área de conocimiento de Ecosistemas Mediáticos de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Interpretar el ecosistema mediático, a través de los enfoques derivados de la ecología de los medios y la semiótica de los sistemas de comunicación e interfaces, para la caracterización de los entornos sociodigitales y la red de hipermediaciones contemporáneas, con sentido crítico, creatividad y asertividad.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Estudio de caso en el que se interprete desde la ecología de los medios y la semiótica de los sistemas de comunicación e interfaces, un grupo de eventos vinculados con el ecosistema mediático, la evolución de los medios, la construcción mediática de la realidad, la configuración evolutiva de la audiencia, la red de hipermediaciones y el entorno sociodigital contemporáneo.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Introducción a la ecología mediática

Competencia:

Analizar los elementos básicos que integran los conceptos de ecología mediática, a través de la exploración de los estados de los ecosistemas, sus leyes de su composición y las interfaces de acceso, con el propósito de interpretar y diferenciar los estados en los ecosistemas mediáticos, mostrando actitud crítica, optimismo y honestidad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 1.1. La metáfora ecológica y el sistema mediático
 - 1.1.1. El ambiente mediático
 - 1.1.2. Las especies mediáticas
- 1.2. Estados de los ecosistemas mediáticos
 - 1.2.1. Adaptación
 - 1.2.2. Hibridación
 - 1.2.3. Extinción
- 1.3. Leyes de los medios
 - 1.3.1. Extensión
 - 1.3.2. Obsolescencia
 - 1.3.3. Recuperación
 - 1.3.4. Reversión
- 1.4. Interfaz
 - 1.4.1. Definición conceptual de las interfaces
 - 1.4.2. Taxonomía de las interfaces
 - 1.4.2.1. Interfaz Usuario-Tecnología
 - 1.4.2.2. Interfaz Tecnología-Tecnología

UNIDAD II. Historia evolutiva de los medios

Competencia:

Comparar la evolución y temporalidad de los medios, mediante el contraste de coyunturas mediáticas, para reconocer el aporte de la comunicación y los ecosistemas mediáticos en la configuración social, mostrando actitud crítica y objetividad.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 2.1. Galaxia Gutenberg
 - 2.1.1. Oralidad y mundo
 - 2.1.2. Escritura, instrumento de la memoria y el poder
 - 2.1.3. Imprenta, revolución de las ideas y apertura al mundo
- 2.2. Mundo Marconi
 - 2.2.1. El telégrafo y la compresión de la distancia
 - 2.2.2. La narrativa aural de la radio
- 2.3. Televisión, la nueva percepción del tiempo y el espacio
- 2.4. Galaxia de internet
 - 2.4.1. Web 1.0. Surgimiento de la sociedad de la información
 - 2.4.2. Web 2.0. Sociedad red
 - 2.4.3. Web 3.0. Multidispositivos y ubicuidad mediática
 - 2.4.4. Web 4.0. Inteligencia Artificial e Internet de las cosas

UNIDAD III. Construcción mediática de la realidad

Competencia:

Analizar la construcción mediática de la realidad, por medio de la clasificación de las formas de los contenidos, su distribución y lectura, para el reconocimiento integral de los sistemas de significación y su dispersión discursiva, con actitud creativa y responsable.

Contenido:**Duración:** 4 horas

- 3.1. Sistemas de significación
 - 3.1.1. Del mensaje al texto
 - 3.1.2. De la semiología a la semiótica
- 3.2. Dispersión discursiva
 - 3.2.1. Plano sincrónico
 - 3.2.2. Plano diacrónico
 - 3.2.3. Textualidad lineal
 - 3.2.4. Intertextualidad
 - 3.2.5. Hipertextualidad

UNIDAD IV. Evolución de las audiencias

Competencia:

Discutir la construcción histórica del concepto de audiencia, a través de la identificación de sus diferentes composiciones, para la explicación de sus procesos evolutivos y reconfiguración de sus funciones dentro del proceso de comunicación, con una actitud crítica, y visión del entorno global y conciencia clara de las necesidades del país y sus regiones.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 4.1. Definición conceptual de la audiencia
- 4.2. Los lectores y los sistemas unidireccionales
- 4.3. El público y los sistemas bidireccionales
- 4.4. La audiencia activa y los sistemas multidireccionales
- 4.5. Prosumer y las redes hipermedia

UNIDAD V. Hipermediaciones

Competencia:

Definir la hipermediación, mediante la asociación del concepto con las nuevas formas de significación del mundo y la construcción del entorno sociodigital, para la construcción de explicaciones sobre los niveles de configuración de las distintas dimensiones sociales, con una actitud creativa e innovadora.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 5.1. Definición conceptual de las hipermediaciones
- 5.2. Nueva significación del mundo
 - 5.2.1. Hipermediación y espacio
 - 5.2.2. Hipermediación y tiempo
 - 5.2.3. Hipermediación y ubicuidad
- 5.3. Entorno sociodigital
 - 5.3.1. El poder: gobierno, estado y corporaciones en los sistemas hipermediales
 - 5.3.2. Hipermediaciones y ciudadanía: derechos, responsabilidades, resistencias y libertades

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Estudio de caso de ecosistema mediático	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre el desarrollo del proyecto y los conceptos de metáfora ecológica y el sistema mediático y los estados de los ecosistemas mediáticos. 2. Recibe la asignación de caso por parte del docente. 3. Integra el equipo de trabajo con sus compañeros de clase. 4. Investiga documentalmente el tema y los aspectos que habrá de desarrollar en el proyecto. 5. Organiza y redacta sus hallazgos en su estudio de caso. 6. Diseña una presentación. 7. Expone ante el grupo los resultados del estudio de caso. 8. Entrega al docente atendiendo las formas y tiempos establecidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de cómputo • Internet • Estudio de casos • Software de producción textual y diseño de slideshows. • Proyector de video. 	2 horas
2	Estudio de casos de leyes de medio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre el desarrollo del proyecto y los conceptos vinculados a las leyes de los medios. 2. Recibe la asignación de caso por parte del docente. 3. Integra el equipo de trabajo con sus compañeros de clase. 4. Investiga documentalmente el tema y los aspectos que habrá 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de cómputo • Internet • Estudio de casos • Software de producción textual y diseño de slideshows. • Proyector de video. 	4 horas

		<p>de desarrollar en el proyecto.</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Organiza y redacta sus hallazgos en su estudio de caso. 6. Diseña una presentación. 7. Expone ante el grupo los resultados del estudio de caso. 8. Entrega al docente atendiendo las formas y tiempos establecidos. 		
3	Estudio de casos para la interfaz	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre el desarrollo del proyecto y los conceptos vinculados con la interfaz. 2. Recibe la asignación de caso por parte del docente. 3. Integra el equipo de trabajo con sus compañeros de clase. 4. Investiga documentalmente el tema y los aspectos que habrá de desarrollar en el proyecto. 5. Organiza y redacta sus hallazgos en su estudio de caso. 6. Diseña una presentación. 7. Expone ante el grupo los resultados del estudio de caso. 8. Entrega al docente atendiendo las formas y tiempos establecidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de cómputo • Internet • Estudio de casos • Software de producción textual y diseño de slideshows. • Proyector de video. 	4 horas
UNIDAD II				
4	Línea de tiempo (infografía): galaxia Gutenberg	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre el desarrollo del proyecto y el concepto de galaxia Gutenberg, sus características y el periodo histórico que comprende. 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de cómputo • Internet • Estudio de casos • Software de producción textual y diseño de infografías. 	2 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Integra el equipo de trabajo con sus compañeros de clase. 3. Revisa de forma crítica los textos de Postman. 4. Organiza y redacta sus hallazgos. 5. Diseña una línea de tiempo. 6. Entrega al docente atendiendo las formas y tiempos establecidos. 		
5	Línea de tiempo (infografía): mundo Marconi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre el desarrollo del proyecto y el concepto de mundo Marconi, sus características y el periodo histórico que comprende. 2. Integra el equipo de trabajo con sus compañeros de clase. 3. Investiga documentalmente el tema y los aspectos que habrá de desarrollar en el proyecto. 4. Organiza y redacta sus hallazgos. 5. Diseña una línea de tiempo. 6. Entrega al docente atendiendo las formas y tiempos establecidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de cómputo • Internet • Estudio de casos • Software de producción textual y diseño de infografías. 	2 horas
6	Línea de tiempo (infografía): televisión y televidencias	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre el desarrollo del proyecto y el concepto de televisión y televidencia, sus características y el periodo histórico que comprende. 2. Integra el equipo de trabajo con sus compañeros de clase. 3. Investiga documentalmente el tema y los aspectos que habrá de desarrollar en el proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de cómputo • Internet • Estudio de casos • Software de producción textual y diseño de infografías. 	2 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 4. Organiza y redacta sus hallazgos. 5. Diseña una línea de tiempo. 6. Entrega al docente atendiendo las formas y tiempos establecidos. 		
7	Línea de tiempo (infografía): galaxia Internet	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre el desarrollo del proyecto y el concepto de galaxia Gutenberg, sus características y el periodo histórico que comprende. 2. Integra el equipo de trabajo con sus compañeros de clase. 3. Investiga documentalmente el tema y los aspectos que habrá de desarrollar en el proyecto. 4. Organiza y redacta sus hallazgos. 5. Diseña una línea de tiempo. 6. Entrega al docente atendiendo las formas y tiempos establecidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de cómputo • Internet • Estudio de casos • Software de producción textual y diseño de infografías. 	2 horas
UNIDAD III			•	
8	Mapa conceptual sobre los elementos de construcción mediática de la realidad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre el desarrollo del proyecto y el proceso y elementos de la construcción mediática de la realidad. 2. Investiga documentalmente el tema y los aspectos que habrá de desarrollar en el proyecto. 3. Organiza y redacta sus hallazgos. 4. Diseña un mapa conceptual. 5. Entrega al docente atendiendo las formas y tiempos 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de cómputo • Internet • Estudio de casos • Software de producción textual y diseño de infografías. 	2 horas

		establecidos.		
9	Estudio de caso: construcción mediática de la realidad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre el desarrollo del proyecto y el proceso y elementos de la construcción mediática de la realidad. 2. Recibe la asignación de caso por parte del docente. 3. Integra el equipo de trabajo con sus compañeros de clase. 4. Investiga documentalmente el tema y los aspectos que habrá de desarrollar en el proyecto. 5. Organiza y redacta sus hallazgos en su estudio de caso. 6. Diseña una presentación. 7. Expone ante el grupo los resultados del estudio de caso. 8. Entrega al docente atendiendo las formas y tiempos establecidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de cómputo • Internet • Estudio de casos • Software de producción textual y diseño de slideshows. • Proyector de video. 	4 horas
UNIDAD IV			•	
10	Línea de tiempo de la evolución de las audiencias	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre el desarrollo del proyecto y la evolución de las audiencias. 2. Integra el equipo de trabajo con sus compañeros de clase. 3. Investiga documentalmente el tema y los aspectos que habrá de desarrollar en el proyecto. 4. Organiza y redacta sus hallazgos. 5. Diseña una línea de tiempo. 6. Entrega al docente atendiendo las formas y tiempos establecidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de cómputo • Internet • Estudio de casos • Software de producción textual y diseño de slideshows. • Proyector de video. 	2 horas

UNIDAD V				
11	Estudio de caso: hipermediaciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre el desarrollo del proyecto y el concepto de hipermediaciones, la nueva significación del mundo y el entorno sociodigital. 2. Recibe la asignación de caso por parte del docente. 3. Integra el equipo de trabajo con sus compañeros de clase. 4. Investiga documentalente el tema y las aspectos que habrá de desarrollar en el proyecto. 5. Organiza y redacta sus hallazgos en su estudio de caso. 6. Diseña una presentación. 7. Expone ante el grupo los resultados del estudio de caso. 8. Entrega al docente atendiendo las formas y tiempos establecidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de cómputo • Internet • Estudio de casos • Software de producción textual y diseño de slideshows. • Proyector de video. • 	4 horas
12	Integración de los estudios de caso	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre el desarrollo del proyecto. 2. Redacta una reflexión sobre la ecología mediática, los entornos sociadigitales y nuevos medios. 3. Integra al documento los estudios de caso en los que participó. 4. Entrega al docente atendiendo las formas y tiempos establecidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de cómputo • Internet • Estudio de casos • Software de producción textual y diseño de slideshows. • Proyector de video. 	2 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Proporciona recursos bibliográficos sobre el análisis e interpretación de datos comunicativos en medios digitales
- Explica temáticas a través de la técnica expositiva
- Proporciona y analiza casos de estudio con el grupo
- Diseña y aplica evaluaciones
- Organiza reflexiones grupales sobre los análisis de datos comunicativos
- Propicia la participación activa del estudiante
- Muestra el uso de herramientas digitales para el análisis e interpretación de información

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Consulta recursos bibliográficos sobre análisis e interpretación de datos comunicativos en medios digitales
- Participa en reflexiones grupales sobre estudios de caso
- Participa activamente en clase
- Se integra en equipos para realizar análisis opiniones, reacciones e interacciones de usuarios
- Aplica herramientas digitales para el análisis e interpretación de información
- Realiza reportes de análisis
- Atiende instrucciones de docente

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Infografías	10%
- Presentaciones	15%
- Líneas de tiempo.....	15%
- Estudios de caso.....	40%
- Reflexión final.....	20%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Castells, M., & Chempla, P. (2001). <i>La galaxia internet</i>. [clásica]</p> <p>Castells, M. (2004). <i>La era de la información: economía, sociedad y cultura</i> (Vol. 1). siglo XXI. [clásica]</p> <p>McLuhan, M., & Powers, B. R. (2020). <i>La aldea global: transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI</i>. Editorial Gedisa.</p> <p>Petrini, M. (2018). Nuevas pantallas, nuevos espectadores. Los prosumidores en el marco de la ecología de los medios. <i>La Escalera-Anuario de la Facultad de Arte</i>, (27), 105-122.</p> <p>Piscitelli, A., & URE, A. (2018). Post/Televisión: ecología de los medios en la era de Internet.</p> <p>Postman, N. (2006). Media ecology education. <i>Explorations in Media Ecology</i>, 5(1), 5-14. [clásica]</p> <p>Scolari, C. (2008). <i>Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva</i>. Editorial Gedisa. [clásica]</p> <p>Scolari, C. A. (2018). <i>Las leyes de la interfaz: Diseño, ecología evolución, tecnología</i> (Vol. 136). Editorial Gedisa.</p> <p>Scolari, C. A. (Ed.). (2015). <i>Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones</i>. Editorial Gedisa, España.</p> <p>Strate, Lance (2017). <i>Media Ecology: An Approach to Understanding the Human Condition</i>. Peter Lang Publishing: New York.</p>	<p>Dempsey, J. C. (2014). Virtualizing the word: Expanding Walter Ong's theory of orality and literacy through a culture of virtuality. [clásica]</p> <p>Dobrosklonskaya, T. (2017). "Rozhdestvensky" Theory of Rhetoric" as the Foundation for studies of Language in the Media.</p> <p>Guattari, F. (2005). <i>The three ecologies</i>. Bloomsbury Publishing. [clásica]</p> <p>Islas, O. (2008). Marshall McLuhan y la complejidad digital. <i>Razón y palabra</i>, 13(63). [clásica]</p> <p>Islas, O., Arribas, A., Piscitelli, A., Adaime, I., & Binder, I. (2010). Comprender las redes sociales como ambientes mediáticos. En A. Piscitelli, I. Adaime e I. Binder (Comps.), <i>El proyecto facebook y la posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje</i>, 147-161. [clásica]</p> <p>León, G. G. (2019). Familia y jóvenes en la ecología mediática: alfabetización digital y el desarrollo de cibercultura en Tijuana. <i>Questión</i>.</p> <p>León, Barrios y Méndez, Hugo (2020). <i>Comunicación universitaria en la Ecología Mediática. Audiencias y prosumidores en el Sistema de Medios y Comunicación de la Universidad Autónoma de Baja California</i>, UABC, México.</p> <p>Soukup, S. J., & Paul, A. (2004). Voice, electronic media, and belief: some reflections on Walter Ong's perspective on the electronically mediated word. <i>Explorations in Media Ecology</i>, 3(1), 7-15. [clásica]</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta esta unidad de aprendizaje debe tener título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación o área afín. Preferentemente con estudios de postgrado en Ciencias Sociales o Humanidades, Conocimiento y dominio de marcos referenciales vinculado con ecología de los medios, sociosemiología, semiótica de los sistemas de comunicación, evolución histórica de los medios y los procesos de mediación, así como el vínculo entre redes hipermediales y la configuración social. Con experiencia docente y en espacios vinculados con la producción mediática. Saber articular hechos de la realidad mediática cotidiana con los procesos de reflexión abstractos vinculados a las perspectivas científicas de la comunicación revisadas en el curso.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Periodismo
- 5. Clave:**
- 6. HC: 01 HT: 04 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 01 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Diana Denisse Merchant Ley
Feliciano Castro Loya

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje de Periodismo es que el estudiante comprenda y aplique las herramientas del periodismo contemporáneo para contribuir a la construcción de opinión pública, al debate de los asuntos de interés colectivo y al cambio social. Se ubica en la etapa disciplinaria, es de carácter obligatorio, no precisa requisitos previos para cursarla y pertenece al área de conocimiento de Ecosistema Mediático.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar la realidad, a través de las herramientas del periodismo contemporáneo, para describirla de manera objetiva, con respeto, reconocimiento del otro y responsabilidad.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Producto de periodismo de investigación donde se evidencien las herramientas de todos los tipos de periodismo: de investigación, de datos y otras tendencias.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Periodismo de investigación

Competencia:

Diseñar un trabajo de investigación periodística en sus diversas fases, a través de la aplicación de una metodología del periodismo de investigación, para definir sus alcances y completarlo en el tiempo programado, con responsabilidad, respeto y pensamiento crítico.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 1.1. Función del periodismo de investigación en México
- 1.2. Principales periodistas y trabajos de largo aliento contemporáneos
- 1.3. Herramientas del periodismo de investigación
 - 1.3.1. Herramientas para la elección de tema
 - 1.3.2. Planteamiento de la investigación
 - 1.3.3. Ruta a seguir
- 1.4. Periodismo de investigación como periodismo digital
- 1.5. La práctica del periodismo de investigación

UNIDAD II. Periodismo de datos

Competencia:

Integrar los macrodatos a una investigación periodística, mediante la aplicación de las herramientas del periodismo de datos, para presentar resultados parciales de un trabajo de investigación, con honestidad e imparcialidad.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 2.1. El periodismo de datos y el trabajo colaborativo
- 2.2. Revisión de bases de datos
- 2.3. Interpretación de los datos
- 2.4. Presentación de los datos
 - 2.4.1. Infografías
 - 2.4.2. Videos
 - 2.4.3. Historias fotográficas
 - 2.4.4. Gráficas interactivas

UNIDAD III. Periodismo etnográfico (antropológico)

Competencia:

Integrar datos densos a una investigación periodística, mediante la aplicación de las herramientas del periodismo etnográfico, para presentar resultados parciales de un trabajo de investigación, con honestidad e imparcialidad.

Contenido:**Duración:** 4 horas

- 3.1. Definición del periodismo etnográfico
- 3.2. Herramientas del periodismo etnográfico
 - 3.2.1. Observación participante
 - 3.2.2. Rol de periodista en la comunidad
 - 3.2.3. Entrevista
- 3.3. Significados y sentidos de la comunidad experta

UNIDAD IV. Nuevas tendencias del periodismo

Competencia:

Seleccionar una nueva tendencia del periodismo, a partir de la distinción de sus características, con el fin de presentar la investigación de manera que cumpla con las exigencias de las audiencias contemporáneas, con responsabilidad, imparcialidad y honestidad.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 4.1. Periodismo en línea
- 4.2. Periodismo transmedia
- 4.3. El periodismo inmersivo y el rol de usuario
 - 4.3.1. Realidad virtual
 - 4.3.2. Periodismo 360
- 4.4. Normatividad

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Diseño de trabajo de investigación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar el trabajo de investigación. 2. Elige un tema de investigación. 3. Define el planteamiento de la investigación. 4. Define la ruta a seguir. 5. Pone en práctica la ruta a seguir. 6. Elabora y entrega avance logrado en la unidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	8 horas
UNIDAD II				
2	Integración de macrodatos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar el trabajo de integración de macrodatos. 2. Revisa base(s) de datos. 3. Selecciona los datos pertinentes para contestar la hipótesis y construir el argumento del trabajo. 4. Interpreta e integra los datos seleccionados con base en herramientas periodísticas. 5. Presenta el avance de la unidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Software de análisis de datos. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	16 horas
UNIDAD III				
3	Integración de datos densos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar el trabajo de integración de datos densos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. 	16 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Selecciona los lugares, personas y prácticas sociales a observar. 3. Selecciona los sujetos a entrevistar. 4. Elabora guías de entrevista. 5. Realiza entrevistas. 6. Selecciona los datos pertinentes para contestar la hipótesis y construir el argumento del trabajo. 7. Interpreta e integra los datos seleccionados con base en herramientas periodísticas. 8. Presenta el avance de la unidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Software para análisis de datos. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	
UNIDAD IV				
4	Producción de pieza investigativa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para producir la pieza investigativa. 2. Selecciona una nueva tendencia para producir la pieza investigativa. 3. Produce la pieza investigativa. 4. Presenta ante el grupo la pieza investigativa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Software para la producción de la pieza investigativa. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	24 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

Estudio de caso, método de proyectos, aprendizaje basado en problemas, técnica expositiva y ejercicios prácticos.

Estrategia de aprendizaje (alumno):

Investigación, estudio de caso, trabajo en equipo, exposiciones, visitas a campo y organizadores gráficos.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Exámenes (4 prácticas).....	40%
- Actividades de clase y tareas.....	15%
- Producto de periodismo de investigación integrando los resultados de las 4 prácticas	45%
Total	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas

García-Avilés, J.A. y Arias, F. (2016). Géneros periodísticos en los formatos visuales de Twitter: una propuesta de tipología. *Textual & Visual Media*, 9, pp. 101-132. Recuperado de <https://textualvisualmedia.com/index.php/txtvmedia/articloe/view/52>

Lee-Hunter, M. (2013). *La investigación a partir de historias. Manual para periodistas de investigación*. Montevideo, Uruguay: UNESCO. [clásica]

Paíno-Ambrosio, A., y Rodríguez-Fidalgo, M.I. (2019). Propuesta de “géneros periodísticos inmersivos” basados en la realidad virtual y el vídeo en 360°. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, pp.1132 - 1153. Recuperado de <http://www.revistalatinacs.org/074paper/1375/58es.html>

Trillo-Dominguez, M. y Alberich-Pascual, J. (2016). Deconstrucción de los géneros periodísticos y los nuevos medios: de la pirámide invertida al cubo de Rubik. *Profesional de la información*, (26) 6, pp. 1091-1099. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.nov.08>

Complementarias

Hermann, A.K. (2017). J-school ethnography. Mending the gap between the academy and journalism training?. *Journalism Studies*, (18)2. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2015.1043322>

Tandoc, E. y Oh, S.K. (2017). Small Departures, Big Continuities? Norms, values, and routines in The Guardian’s big data journalism. *Journalism Studies*, (18)8. Recuperado de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2015.1104260>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Periodismo debe contar con título de Periodismo o Ciencias de la Comunicación, con conocimientos avanzados de periodismo de investigación; preferentemente con estudios de posgrado y deseable experiencia docente. Ser crítico, analítico y que fomente el trabajo en equipo.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Comunicación, Cultura y Poder
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Erika Valenzuela Gómez
Diana Denisse Merchant Ley
Irma Daniela Rentería Díaz
Alejandra Rodríguez Estrada

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Comunicación, Cultura y Poder, proporciona al estudiante las herramientas analíticas para conocer las formas en que se expresa el poder en las estructuras políticas, económicas, sociales y culturales, además, contribuye al desarrollo de una mirada crítica en el ejercicio profesional como comunicólogo.

Esta asignatura se imparte en la etapa disciplinaria con carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento de Fundamentos de la Comunicación.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Examinar las formas en que se expresa el poder en los procesos de comunicación que tienen lugar en el entorno cultural, económico, político y social; para comprender la relación dialógica entre individuos e instituciones, así como los cambios que generan en dichos entornos; mediante la revisión de las distintas perspectivas que analizan la relación entre la comunicación y la cultura, con actitud crítica, reflexiva, empática y de apertura a la diversidad.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Ensayo académico en el que identifique las dimensiones del poder y la relación con fenómenos de la comunicación.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Conceptos básicos de comunicación, cultura y poder

Competencia:

Identificar los conceptos básicos de comunicación, cultura y poder, mediante la revisión de sus perspectivas teóricas, para reconocer su aplicación en las problemáticas relacionadas con la comunicación, con actitud crítica y respeto a la diversidad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 1.1. Revisión de las fuentes teóricas de la comunicación
 - 1.1.1. La producción social de sentido
 - 1.1.2. Discurso y producción simbólica
 - 1.1.3. Recepción-Interacción en los procesos de comunicación
- 1.2. La relación comunicación y cultura
 - 1.2.1. Dimensión simbólica de cultura
 - 1.2.2. Cultura material interiorizada y exteriorizada
 - 1.2.3. Apropiación y jerarquización cultural
- 1.3. La relación comunicación y poder
 - 1.3.1. Hegemonía
 - 1.3.2. Ideología
 - 1.3.3. Autonomía relativa
 - 1.3.4. Cambio social

UNIDAD II. El poder cultural y simbólico en los estudios de comunicación

Competencia:

Analizar el contexto histórico y político de los fenómenos de la cultura y comunicación, a partir de la teoría crítica, para comprender las industrias culturales y el papel ideológico del Estado, con pensamiento analítico y reflexivo.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 2.1. El contexto histórico y político en el que surgió la Escuela de Frankfurt
- 2.2. Conceptos centrales de la Teoría Crítica Alemana
 - 2.2.1. Industria cultural
 - 2.2.2. Consumo cultural
 - 2.2.3. Aparatos ideológicos del Estado
 - 2.2.4. Hegemonía

UNIDAD III. El poder económico-político en los estudios de comunicación

Competencia:

Analizar las condicionantes político-económicas en que se inscribe el fenómeno de la comunicación, a partir de la identificación de sus estructuras de poder, con la finalidad de comprender las lecturas que puedan hacer las audiencias, con actitud crítica y reflexiva.

Contenido:**Duración:** 8 horas

- 3.1. La teoría crítica
 - 3.1.1. Superestructuras
 - 3.1.2. Hegemonía
 - 3.1.3. Ideología
- 3.2. Economía política crítica
 - 3.2.1. Informe MacBride
 - 3.2.2. NOMIC
 - 3.2.3. Concentración mediática vs. Diversidad
- 3.3. Estudios culturales: de Birmingham a Latinoamérica

UNIDAD IV. El poder social en los estudios de comunicación

Competencia:

Analizar la capacidad de agencia de los actores sociales, mediante el estudio de la relación entre la comunicación y el poder para comprender su influencia en el cambio social, con pensamiento crítico, respeto a la diversidad y actitud reflexiva.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 4.1. La comunicación y el cambio social
 - 4.1.1. Comunicación para el desarrollo
 - 4.1.2 Comunicación alternativa
 - 4.1.3 Comunicación para el cambio social
- 4.2. La comunicación como campo social: interacciones, agencia y *habitus*
 - 4.2.1 Del sujeto al actor social
 - 4.2.2 Teoría de los campos y capitales
 - 4.2.3 El habitus y la agencia

UNIDAD V. El contrapoder en los estudios de comunicación: resistencias y contrahegemonías

Competencia:

Analizar las asimetrías en la producción social de sentido, a través de la revisión teórica de los movimientos sociales, para comprender el contrapoder, con pensamiento crítico, respeto a la diversidad y actitud reflexiva.

Contenido:

Duración: 4 horas

5.1. La asimetría en la producción social de sentido

5.2. Globalización contrahegemónica

5.2.1. Movimientos sociales y de reivindicación cultural: étnico-raciales, género, migración, disidencias sexuales, otros

5.2.2. Ciberactivismo.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD II				
1	Identificación del poder cultural simbólico en una comunidad, gremio o grupo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para identificar el poder cultural simbólico en una comunidad, gremio o grupo. 2. Selecciona un grupo, medio o comunidad. 3. Selecciona un instrumento de integración de datos (grupo focal, entrevista, encuesta, observaciones) 4. Aplica el instrumento a la comunidad, gremio o grupo. 5. Generar presentación para mostrar resultados al docente y grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Bibliografía • Software • Instrumento 	8 horas
UNIDAD III				
2	Identificación del poder político y económico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para identificar el poder político y económico de un medio de comunicación. 2. Selecciona un medio de comunicación. 3. Realiza un análisis documental para identificar las conexiones entre diversos grupos públicos y privados en las áreas económicas, políticas y sociales. 4. Generar presentación para mostrar resultados al docente y grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Bibliografía • Software 	8 horas

UNIDAD IV				
3	Identificar Habitus y tipos de poder	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para identificar el Habitus y tipos de poder social. 2. Selecciona un grupo social y observa las prácticas de ese grupo social. 3. Identifica a partir de las practicas el poder social. 4. Generar presentación para mostrar resultados al docente y grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Bibliografía • Software 	8 horas
UNIDAD V				
4	Identificar el contrapoder a través de movimientos sociales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para identificar el contrapoder en movimientos sociales. 2. Selecciona una película y observa las prácticas y discursos de los movimientos sociales que se presentan en la película. 3. Generar presentación para mostrar resultados al docente y grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Bibliografía • Software 	8 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Explica temáticas de comunicación, cultura y poder a través de la técnica expositiva
- Ejemplifica temáticas mediante casos
- Asesora y supervisa prácticas de taller
- Organiza exposiciones y modera participaciones
- Revisa, retroalimenta y evalúa tareas, exposiciones y trabajos finales
- Propicia la participación activa del estudiante

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investiga temáticas de comunicación, cultura y poder a través de la técnica expositiva
- Analiza temáticas mediante casos
- Realiza prácticas de taller
- Elabora y presenta exposiciones al grupo y docente
- realiza tareas, exposiciones y trabajos finales
- Participa activa y respetuosamente en clase

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Ensayo académico	40%
- Prácticas de taller.....	40%
- Tareas.....	10%
- Participación.....	10%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Alonso, M. (2011). Reseña de "Televisión, Audiencias y Estudios Culturales" de David Morley. Razón y Palabra, 16() Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199518706004 [clásica]</p> <p>Bagdikian, B. (2000). The media monopoly. Boston: Beacon Press. [clásica]</p> <p>Bourdieu, P. (2002). Campo de poder, campo intelectual. Buenos Aires: Editorial Montesor. [clásica]</p> <p>Bourdieu, P. (2007). El Sentido práctico. Buenos Aires: Siglo XXI Editores [clásica]</p> <p>Castells, M. (2004) "Informacionalismo, redes y sociedad red: una propuesta teórica" en Sociedad Red. [clásica]</p> <p>Cortés, J. (2000). Economía Global, Política y Medios de Comunicación. Chihuahua: Universidad Autónoma de Chihuahua. [clásica]</p> <p>De Sousa, B. (2018) Una epistemología del sur. México: Siglo XXI Editores-CLACSO.</p> <p>Giménez, G. (2007) "Culturas particulares e industrias culturales en tiempos de globalización" en Estudios sobre la cultura y las identidades sociales, p.41-85, México: CONACULTA-ITESO. [clásica]</p> <p>González, Jorge A. (2003) Cultura(s) y cibercultur@(s), Universidad Iberoamericana, Santa Fe, México. [clásica]</p>	<p>Barranquero y Sáez (2015) "Comunicación y buen vivir. La crítica decolonial y ecológica a la comunicación para el desarrollo y cambio social" en Palabra Clave, Vol. 18, Núm. 1, p. 41-82, Bogotá: Universidad de La Sabana. [clásica]</p> <p>Bauman, Z. (2010) La globalización. Consecuencias humanas (2da. Ed.). Reimp., México: Fondo de Cultura Económica. [clásica]</p> <p>Grimson, A. (2011) Los límites de la cultura. Crítica de las teorías de la identidad, Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores. [clásica]</p> <p>Hasan, V., y Gil, A. (2016). La comunicación con enfoque de género, herramienta teórica y acción política. Medios, agenda feminista y prácticas comunicacionales. El caso de Argentina. La ventana. Revista de estudios de género, 5(43), 246-280. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-94362016000100246&lng=es&tlng=es.</p>

- Gumucio-Dagron, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. Signo y pensamiento, 30(58), pp. 26-39. [clásica]
- MacBride, S. (1980). Un solo mundo, voces múltiples. Informe de la. México: Fondo de Cultura Económica. [clásica]
- Mattelart y Neveu (2004) Introducción a los estudios culturales, México: Paidós. [clásica]
- Mattelart, A. y M. (2005) Historia de las teorías de la comunicación, Barcelona: Paidós. [clásica]
- Mc Combs, M. Shaw, D. (1976.) The agenda-setting function of mass media, Public Opinion Quarterly. [clásica]
- Noelle-Neumann, E. (1995). La espiral del silencio. Barcelona: Paidós. Recuperado de https://www.infoamerica.org/documentos_pdf/noelle_neumann.pdf [clásica]
- Reguillo, R. (2012) “Naciones juveniles. Ciudadanía: el nombre de la inclusión”. [clásica]
- Rodríguez, A. y Muñiz, C. (2009). Recepción de la información política televisada en niños regiomontanos durante la campaña presidencial 2006. Comunicación y Sociedad, 11, 99-134. <http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n11/n11a5.pdf> [clásica]
- Sztompka, P. (1993). Sociología del cambio social. Madrid, España: Alianza Editorial. [clásica]
- Thompson, J. B. (2002) “El concepto de cultura” en Ideología y cultura moderna. Teoría crítica y social en la era de la comunicación de masas, 2da. Ed., p. 183-240, México: Universidad Autónoma Metropolitana. [clásica]

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta esta asignatura debe de tener título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación o área afín. Preferentemente con estudios de postgrado en Ciencias Sociales o Humanidades. Debe poseer conocimiento y dominio de teoría social y teorías de la comunicación. Con experiencia docente a nivel licenciatura en espacios vinculados con el manejo de la teoría y el análisis de fenómenos sociales y comunicativos

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Estética, Narrativas y Formatos
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Concepción Baxin Melgoza
Irma Daniela Rentería Díaz
Héctor Manuel Villanueva Gutiérrez

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad es brindar una visión crítica sobre las narrativas de los medios de comunicación, tradicionales y sociodigitales. Su utilidad radica en que le brinda al estudiante los conocimientos teóricos para el análisis y construcción de discursos contra hegemónicos. Esta unidad de aprendizaje se imparte en la etapa disciplinaria con carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento Vida Pública y Ciudadanía

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Examinar los recursos estéticos y narrativos de los medios de comunicación, tradicionales y socio digitales, a partir de la revisión teórica de los estudios culturales latinoamericanos, para construir los contenidos mediáticos y sociodigitales, con actitud crítica, reflexiva y de respeto hacia las distintas formas de expresión sociocultural.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Construye una narrativa contrahegemónica para un medio tradicional y uno socio digital, tomando como base una representación social estereotipada de un fenómeno social.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

UNIDAD I. De la oralidad hacia la imagen: la narrativa de los medios de comunicación

Competencia:

Analizar las formas en que los medios de comunicación representan el fenómeno social y su evolución, a partir de sus narrativas e imágenes, para reflexionar sobre el impacto de los medios en nuestra percepción social, con actitud crítica, reflexiva y objetiva.

Contenido:**Duración:** 12 horas

- 1.1. Las narrativas mediáticas
 - 1.1.1. Las narrativas en los medios de comunicación tradicionales
 - 1.1.1.1. La prensa
 - 1.1.1.2. La radio
 - 1.1.1.3. El cine
 - 1.1.1.4. La televisión
- 1.2. Las narrativas en los medios de comunicación socio digitales
 - 1.2.1 La digitalización de los medios tradicionales
 - 1.2.2. Las redes sociales: FB, IG, YT, TW, TT

UNIDAD II. La dimensión estética y ética de los medios de comunicación

Competencia:

Identificar las dimensiones estética y ética de los medios de comunicación tradicionales y sociodigitales, a partir de la revisión teórica y de contenidos mediáticos, para interpretar los discursos e imágenes, de forma crítica, reflexiva y responsable.

Contenido:

Duración: 10 horas

2.1. Las estéticas del entretenimiento

2.1.1. El espectáculo

2.1.2. La levedad

2.1.3. La “nueva era”

2.2. La ética y los medios de comunicación tradicionales y sociodigitales

2.2.1. Políticas de regulación de contenidos

2.2.2. Los límites de la interacción entre lo privado y lo público en medios de comunicación tradicionales y sociodigitales

UNIDAD III. Las narrativas mediáticas en los medios digitales contemporáneos

Competencia:

Analizar la complejidad de las narrativas mediáticas en los medios digitales contemporáneos, contrastando las implicaciones estéticas y éticas de la autorepresentación y la heterorepresentación, para imaginar y proponer narrativas contrahegemónicas, con actitud crítica, ética y creativa.

Contenido:**Duración:** 10 horas

3.1. Narrativas identitarias en los medios digitales contemporáneos

3.1.1. Narrativas hegemónicas

3.1.2. Narrativas contrahegemónicas

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Narrativa de los medios de comunicación tradicionales vs la narrativa de los medios de comunicación socio digitales	<ol style="list-style-type: none"> 1. El docente proporciona ejemplos de representaciones de fenómenos sociales desde una narrativa de medios de comunicación tradicionales y socio digitales. 2. Analiza los ejemplos y elige uno. 3. Elabora una comparativa entre la manera en que se representa en diferentes medios tradicionales y/o sociodigitales. 4. Entrega la tabla comparativa al docente para su revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ejemplos de representaciones de fenómenos sociales desde una narrativa en diferentes medios de comunicación • Computadora • Software de edición de textos • Internet 	8 horas
UNIDAD II				
2	Interpretación de discursos e imágenes en los medios	<ol style="list-style-type: none"> 1. El docente proporciona 3 representaciones de discursos e imágenes en medios tradicionales y sociodigitales. 2. Elige una de las representaciones. 3. Analiza e interpreta los discursos e imágenes desde sus dimensiones estéticas y éticas. 4. Entrega un reporte escrito y lo presenta al docente y al grupo para su revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ejemplos de representaciones de discursos e imágenes en medios tradicionales y sociodigitales • Computadora • Software de edición de textos • Internet 	8 horas
UNIDAD III				

3	Construcción de una narrativa contrahegemónica	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente para la construcción de una narrativa contrahegemónica. 2. Elige el tema de la narrativa por construir 3. Elige el medio a través del cual construirá la narrativa contrahegemónica 4. Produce la narrativa contrahegemónica con los elementos que correspondan al medio elegido. 5. Entrega al docente el producto mediático y lo presenta al grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Software de edición de textos • Internet • Software de presentación • Software de edición de video • Insumos requeridos por el medio de comunicación elegido. 	16 horas
---	--	--	--	----------

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

Estudio de caso, técnica expositiva, debates, ejercicios prácticos, foros, selección de materiales audiovisuales, selección de imágenes y audios, entre otras.

Estrategia de aprendizaje (alumno):

Investigación, estudio de caso, trabajo en equipo, exposiciones, organizadores gráficos, reportes, cuadros comparativos, revisión y análisis de materiales audiovisuales, participación en foros y demás.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales.....	40%
(Prácticas de taller)	
- Tareas.....	20%
- Narrativa contrahegemónica.....	40%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Barranquero, A., y Sáez, C. (2015). Comunicación y buen vivir. La crítica decolonial y ecológica a la comunicación para el desarrollo y cambio social. <i>Palabra Clave</i>, 18(1), 41-82, Bogotá: Universidad de La Sabana.</p> <p>Grimson, A. (2011). <i>Los límites de la cultura. Crítica de las teorías de la identidad</i>. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores. [clásica]</p> <p>Grimson, A. (2002). <i>Interculturalidad y comunicación</i>. Buenos Aires: Norma. [clásica]</p> <p>Hasan, V., & Gil, A. (2016). La comunicación con enfoque de género, herramienta teórica y acción política. Medios, agenda feminista y prácticas comunicacionales. El caso de Argentina. <i>La ventana. Revista de estudios de género</i>, 5(43), 246-280. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-94362016000100246&lng=es&tlng=es.</p> <p>Pech, C. y M. Rizo. (2019). Comunicación y discurso cotidiano: Discriminación y violencia en torno al ser mujer indígena en México, en <i>Comparative Cultural Studies: European and Latin American Perspectives</i>, (8), 17-29. Recuperado de https://10.13128/ccselap-10862</p> <p>Rincón, O. (2011). Nuevas narrativas televisivas: relajar, entretener, contar, ciudadanizar, experimentar. <i>Comunicar. Revista científica iberoamericana de comunicación y educación</i>, 18 (36), 43-50. Recuperado de https://doi.org/10.3916/C36-2011-02-04</p> <p>Rincón, O. (2006). <i>Narrativas mediáticas o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento</i>. Barcelona: Gedisa.</p>	<p>Bauman, Z. (2010) <i>La globalización. Consecuencias humanas</i> (2ª ed.). México: Fondo de Cultura Económica. [clásica]</p> <p>Figueiredo, C. y Bolaño, C. (2017). “Social Media and Algorithms: Configurations of the Lifeworld Colonization by New Media”. <i>The International Review of Information Ethics</i> 26 (December). Edmonton, Canada. http://informationethics.ca/index.php/irrie/article/view/277</p> <p>Giménez, G. (2007). <i>Estudios sobre la cultura y las identidades sociales</i>. México: CONACULTA-ITESO. [clásica]</p> <p>Jiwani, Y., and Dessner, M. (2016). “Barbarians in/of the land: Representation of muslim youth in the canadian press”. <i>Journal of Contemporary Issues in Education</i>, 11(1), 36-53. https://doi.org/10.20355/C5901G</p> <p>Sola-Morales, S. (2019). Videoactivism and Construction of Mediatic Identities, Youtube and #YoSoy132. <i>Anagramas Rumbos Y Sentidos De La Comunicación</i>, 18(35), 19-38. https://doi.org/10.22395/anqr.v18n35a2</p>

[clásica]

Scolari, C. y J. Rodríguez-Amat (2018). "A Latin American approach to mediatization: Specificities and contributions to global discussion about how the media shapes contemporary societies. *Communication Theory*, 28 (2), 131-154, Oxford: Oxford University Press. Recuperado en: <https://doi.org/10.1093/ct/qtx004>

Sola-Morales, S. (2013) Hacia una tipología de narrativas mediáticas identitarias. *Sphera Pública*, 2 (13), 30-48. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29732392003>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta esta asignatura deberá tener título de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación o área afín. Preferentemente con estudios de posgrado en Ciencias Sociales o Humanidades. Con experiencia docente a nivel licenciatura en espacios vinculados con el manejo de la teoría y el análisis de fenómenos socioculturales, de consumo cultural y comunicativos. Asimismo, conocimiento y dominio de teoría cultural y teorías de la comunicación. Ser una persona proactiva, analítica, creativa y comprometida con el aprendizaje significativo de los estudiantes.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Realización de Contenidos Fotográficos
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 04 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 08**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Victor Medina Gorosave
Alfonso Uriel Canales Félix
Rocío Alejandra Villanueva Urueta
Pablo Filemón Gudiana Lozano
Mariana Anabel Bello Zavala

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje brinda los conocimientos sobre la historia, técnica y producción de la fotografía, que le permite al estudiante producir proyectos fotográficos. Se encuentra en la etapa disciplinaria con carácter obligatoria, dentro del área de conocimiento de Ecosistema Mediático.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Aplicar los procesos teóricos y prácticos de la imagen fotográfica, mediante la combinación de técnica, equipamiento, creatividad y manejo de la luz, para generar un estilo propio en la creación de imágenes con un sentido estético y práctico a fin de comunicar ideas, con responsabilidad social en su práctica profesional.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Diseña proyectos fotográficos, donde demuestre el uso adecuado del equipo fotográfico y la calidad en la realización de productos comunicativos visuales.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Antecedentes básicos de la fotografía

Competencia:

Identificar la historia de la fotografía, mediante el estudio de sus antecedentes y de sus precursores a nivel internacional y regional, para conocer el origen e impacto de la fotografía dentro de la sociedad, con actitud crítica, analítica y responsable.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 1.1. ¿Qué es la fotografía? ayer y hoy; géneros y subgéneros
- 1.2. La historia de la fotografía: Del daguerrotipo a la fotografía digital
- 1.3. Pioneros y pioneras de la fotografía y las técnicas de producción primogénitas
- 1.4. La fotografía regional de la frontera California-Baja California

UNIDAD II. La luz

Competencia:

Identificar las características de la luz como materia prima para la producción fotográfica, mediante las distintas fuentes de luz, para lograr el registro adecuado de la imagen, con actitud proactiva, paciente y creatividad.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 2.1. ¿Qué es la luz? Sus propiedades
- 2.2. Luz natural y luz artificial
- 2.3. Luz directa
- 2.4. Luz difusa
- 2.5. Luz reflejada

UNIDAD III. La técnica fotográfica

Competencia:

Operar de manera correcta la cámara fotográfica, mediante la identificación de sus funciones, para obtener imágenes que cumplan con los criterios de la calidad visual, con actitud creativa, responsable y autogestión del conocimiento.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 3.1. Cámaras fotográficas y criterios para adquirirlas
- 3.2. El cuerpo de una cámara fotográfica DSLR y Mirrorless
- 3.3. La óptica de la imagen: la distancia focal y los ángulos de visión en un lente
- 3.4. Accesorios de la cámara: exposímetro, tripié, memorias, flash, y filtros
- 3.5. Equipo de iluminación profesional: sensores de radiofrecuencia, rebotadores, lámparas, y fondos
- 3.6. La operación de la cámara fotográfica

UNIDAD IV. La producción y difusión de contenidos fotográficos

Competencia:

Desarrollar producción y difusión de contenidos, para experimentar en la creación de imágenes con base en los géneros fotográficos, mediante la revisión de sus características y diferencias, con actitud proactiva, honesta, y creativa.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 4.1. El retrato
- 4.2. Fotografía de prensa
- 4.3. Fotografía documental
- 4.4. Fotografía publicitaria
- 4.5. Fotografía de arquitectura
- 4.6. Fotografía de la naturaleza y paisaje
- 4.7. Fotografía artística
- 4.8. El uso de la fotografía en la era de las redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter, páginas web y más

UNIDAD V. La composición fotográfica y esbozo de proyectos

Competencia:

Desarrollar proyecto fotográfico, mediante la aplicación correcta de la técnica, luz y lenguaje visual, para producir material visual comunicativo, con autogestión ética y creatividad.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 5.1. El lenguaje visual aplicado a la fotografía
- 5.2. ¿Reglas de composición fotográfica?
- 5.3. El nacimiento de una idea fotográfica
- 5.4. El desarrollo de una idea en el plano profesional. Creación de un brief fotográfico
- 5.5. Software para postproducción
- 5.6. Tipos de portafolios fotográficos
- 5.7. El cobro del servicio fotográfico
- 5.8. Normatividad

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD II				
1	La luz	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Observa los tipos de luz: <ul style="list-style-type: none"> • Luz natural. • Luz artificial. 3. Observa las características de la luz: <ul style="list-style-type: none"> • Reflexión. • Transmisión. • Absorción. 4. Identifica las características de la luz. 5. Entrega ejercicio que demuestra la comprensión de la luz. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). • Simulador de esquemas de iluminación. • Equipo de iluminación. 	4 horas
UNIDAD III				
2	Identificar la cámara	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Identifica las diferentes partes y funciones de la cámara DSLR y Mirrorless. 3. Entrega ejercicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Cámara fotográfica DSLR • Cámara fotográfica Mirrorless 	4 horas
3	Triangulo de exposimetría	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Identifica y opera los elementos de exposimetría: <ul style="list-style-type: none"> • velocidad de obturación • diafragma • sensibilidad ISO 	<ul style="list-style-type: none"> • Cámara fotográfica DSLR • Cámara fotográfica Mirrorless 	4 horas
4	Medición de la luz	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Opera las funciones de la 	<ul style="list-style-type: none"> • Cámara fotográfica DSLR • Cámara fotográfica Mirrorless • Exposímetro 	3 horas

		cámara para la correcta medición de luz/exposición. 3. Toma fotografías		
5	Balance de blancos	1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Opera las funciones de la cámara para conocer el efecto de la variación del balance de blancos. 3. Toma fotografías	<ul style="list-style-type: none"> • Cámara fotográfica DSLR • Cámara fotográfica Mirrorless 	3 horas
6	Ópticas	Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Identifica las características y efectos de las diversas ópticas: <ul style="list-style-type: none"> • Distancia focal • Luminosidad • Enfoque 3. Toma fotografías	<ul style="list-style-type: none"> • Cámara fotográfica DSLR • Cámara fotográfica Mirrorless • Ópticas (lentes para equipo DSLR/Mirrorless) 	4 horas
7	Iluminación artificial	1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Identifica las características del equipo de iluminación artificial 3. Opera el equipo de iluminación artificial 4. Toma fotografías	<ul style="list-style-type: none"> • Cámara fotográfica DSLR • Cámara fotográfica Mirrorless • Equipo de iluminación artificial • Estudio de iluminación 	8 horas
UNIDAD IV				
8	Foto de retrato	1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Reflexiona sobre las características del retrato. 3. Produce contenido fotográfico	<ul style="list-style-type: none"> • Cámara fotográfica DSLR • Cámara fotográfica Mirrorless • Equipo de iluminación artificial • Banco de imágenes de apoyo 	4 horas
9	Fotografía social	1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Reflexiona sobre las características de la fotografía social	<ul style="list-style-type: none"> • Cámara fotográfica DSLR • Cámara fotográfica Mirrorless • Banco de imágenes de apoyo 	4 horas

		3. Produce contenido fotográfico		
10	Fotografía comercial	1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Reflexiona sobre las características de la fotografía comercial 3. Produce contenido fotográfico	<ul style="list-style-type: none"> • Cámara fotográfica DSLR • Cámara fotográfica Mirrorless • Equipo de iluminación artificial • Banco de imágenes de apoyo • Accesorios diversos 	4 horas
11	Fotografía artística	1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Reflexiona sobre las características de la fotografía artística 3. Produce contenido fotográfico	<ul style="list-style-type: none"> • Cámara fotográfica DSLR • Cámara fotográfica Mirrorless • Equipo de iluminación artificial • Banco de imágenes de apoyo • Accesorios diversos 	4 horas
UNIDAD V				
12	Proyecto visual	1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Reflexiona sobre los aspectos que conforman la creación fotográfica en el campo profesional. 3. Desarrolla un proyecto fotográfico.	<ul style="list-style-type: none"> • Cámara fotográfica DSLR • Cámara fotográfica Mirrorless • Equipo de iluminación artificial • Banco de imágenes de apoyo • Accesorios diversos 	18 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Presenta información sobre los conceptos básicos
- Presenta y resuelve ejercicios prácticos relacionados con las temáticas
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Elabora y aplica evaluaciones
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y evalúa reportes de prácticas y actividades

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investiga y analiza información sobre conceptos básicos
- Resuelve ejercicios prácticos proporcionados por el profesor
- Realiza las prácticas de taller
- Presenta evaluaciones
- Participa activamente en clase
- Elabora y entrega reportes de prácticas
- Trabaja en equipo
- Elabora y entrega actividades en tiempo y forma

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

-Proyecto fotográfico.....	25%
- Prácticas fotográficas.....	35%
- Ejercicios.....	20%
- Tareas.....	20%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Bonnici, P. (2000). <i>Diseño con fotografías</i>. México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V. ISBN:970-10-2468-0</p> <p>Bustos, A. (2015). <i>Taller de Composición e Iluminación de estudio (manual)</i>. Barcelona. Recuperado de: https://www.uv.mx/personal/lenunez/files/2013/06/ILUMINACION-PROFESIONAL-EL-ESTUDIO.pdf</p> <p>Casanova, R. (1989). <i>Sobre la superficie bruñida de un espejo. Fotógrafos del siglo XIX</i>. México: Fondo de Cultura Económica. [clásica]</p> <p>Fox, A. (2014) <i>Tras la imagen. Investigación y práctica en fotografía</i>. México: Editorial Gustavo Gili, S.L. [clásica]</p> <p>Freeman, M. (2000) <i>Guía completa de fotografía</i>. Barcelona:Editorial Leopold Blume. [clásica]</p> <p>Gonzaga, L (2019) <i>Aprender a Iluminar en fotografía</i>. Madrid. Recuperado de: https://www.aprenderailuminar.com/2011/09/libro-ebook-pdf-aprender-iluminar.html</p> <p>González, L. (2005) “Definir fotografía” (capítulo) en <i>Fotografía y pintura: ¿dos medios diferentes</i>. España: Editorial Gustavo Gili, S.A. [clásica]</p> <p>Guadiana, P. (2006). <i>Tijuana: “Fotógrafos extranjeros en Tijuana” (capítulo) en Senderos en el tiempo</i>. México: Ayuntamiento de Tijuana. [clásica]</p> <p>Hackin J. (2013). <i>Fotografía. Toda la historia</i>. Barcelona: Blume</p>	<p>Caujolle, Ch. (2001). <i>55 Joan Fontcuberta</i>. London: Phaidon Press Limited.</p> <p>Costa, G. (2001). <i>55 Nan Goldin</i>. London: Phaidon Press Limited.</p> <p>Canon International. <i>Manuales del usuario</i>. Soportes-Descargas, recuperado de https://www.cla.canon.com/cla/es/support</p> <p>Durden, M. (2001). <i>55 Dorothea Lange</i>. London: Phaidon Press Limited.</p> <p>Freeman, M. (2007). <i>The Photographer’s eye. Composition and Design for Better Digital Photos</i>. Focal Press. England - The Ilex Press</p> <p>Freeman, P. (2004). <i>Photography and the Art and Seeing. A visual perception workshop for film and digital photography</i>. Canada- Key Porter Books.</p> <p>Feierabend, P. (s/f). <i>Photography Fashion</i>. Germany: Imago Publishing Ltd.</p> <p>Fundación Pedro Meyer. (2020). Zonezero, sitio de proyectos y fotógrafos contemporáneos. Recuperado https://zonezero.com/es/</p> <p>Hagen, Ch. (2001). <i>55 Mary Ellen Mark</i>. London: Phaidon Press Limited.</p> <p>Harvey, D. (2000). <i>Cuba</i>. New York: National Geographic Society.</p> <p>Hooks, M. (2002). <i>55 Tina Modotti</i>. London: Phaidon Press Limited.</p> <p>Jeffrey, I (1997). <i>The Photography Book. The 500 photographers</i>. New York: Phaidon Press Limited.</p>

Hedgecoe, J. (1997). *Nueva fotografía básica*. Barcelona: Grupo Editorial Ceac, S.A. [clásica]

Keene, M. (1995). *Práctica de la fotografía de prensa. Una guía profesional*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S.A. [clásica]

Lister, M. (1997). *La imagen fotográfica en la cultura digital*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S.A. [clásica]

Moles, A. (2006). *La imagen. Comunicación funcional*. México: Editorial Trillas, S.A. [clásica]

Newhall, B. (2002). *Historia de la fotografía*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A. [clásica]

Picaudé, V. (2004). *La confusión de los géneros en fotografía*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A. [clásica]

Sánchez-Gil, E. (2011). *Iluminación de retrato en estudio*. Madrid. Recuperado de: https://eltaburete.files.wordpress.com/2011/10/libroiluminacion_v4.pdf

Tenllado, F. J. (2015). *Elementos de la fotografía. Composición y Sintaxis en Fotografía*. Argentina – Umbrella.

Vilches, L. (1997). *Teoría de la imagen periodística*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S.A. [clásica]

Jeffrey, I. (2001). *55 Shomei Tomatsu*. London: Phaidon Press Limited.

Johnson, S. W., Rice, M. y William, C. (2012). *A History of Photography. From 1839 to the present*. The George Eastman House Collection. Los Angeles -Taschen.

Kelly, T. (2008). *The photographers*. New York: National Geographic Society. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=mAXjQANwXac>

Kismaric, C. (1992). *Frida Kahlo. The camera seduced*. San Francisco: Chronicle Books San Francisco.

Long, B. (2007). *Complete Digital Photography* (4th ed.) Boston: Massachusetts - Charles River Media.

Medina, C. (2001). *55 Graciela Iturbide*. London: Phaidon Press Limited.

Millán, O. *La fábrica de boxeadores en Tijuana*. México: Editorial Trilce.

Naggar, C. (1996). *Mexico through foreign eyes: photographs 1850-1990*. New York: W. W. Norton & Company New York-London.

Nikon International. *Manuales del usuario*. Centros de Descargas, recuperado de <https://downloadcenter.nikonimglib.com/es/index.html>

Nishii, K. (2001). *55 Daido Moriyama*. London: Phaidon Press Limited.

O' Brien, M. y Sibley N. (1995). *The Photographic Eye. Learning to see with a camera*. Worcester, Massachusetts USA: Davis Publication Inc.

Parry, E. (2001). *55 Joel-Peter Witkin*. London: Phaidon Press Limited.

Phillips, S. (2004). *Shomei Tomatsu. Skin of the nation*. San Francisco: San Francisco: Modern Art Museum of Modern Art and Japan Society.

Revista Luna Córnea. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes-Centro de la Imagen. Recuperado <https://centrodelaimagen.cultura.gob.mx/publicaciones/luna-cornea.html>

Stephenson, S. (2001). *55 W. Eugene Smith*. London: Phaidon Press Limited.

s/a, (2017). Annie Leibovitz, Times Talk. New York: New York Times Events. [Archivo de video]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=6L-_88YBjrY&list=FLJQpLivofvUflhqxStemskA&index=97

Tomang. (2010). *The Complete Photographer*. New York - Dorling Kindersley Limited

Weston, N (2004). *Photographers of Genius at The Getty*. Los Angeles: The J. Paul Getty Museum.

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Realización de Contenidos Fotográficos debe contar con título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación o área afín a las ciencias sociales, artes o humanidades, con conocimientos avanzados en el área fotográfica; preferentemente con estudios de posgrado y dos años de experiencia docente. Ser proactivo, analítico y que fomente el trabajo en equipo.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Fundamentos de la Comunicación en las Organizaciones
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Graciela Paz Alvarado
Nina Alejandra Martínez Arellano
Maria De Jesús Montoya Robles
Yazmín Vargas Gutiérrez
Elsa Del Carmen Villegas Moran

Fecha: 16 de diciembre de 2020

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya
Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

A través del presente curso el estudiante obtendrá conocimientos teórico necesarios que articulan una visión integral de los estudios organizacionales, con miras a identificar los procesos de la comunicación de forma integral aplicada en los ámbitos institucionales, ejerciendo su profesión de forma responsable e incluyente en el campo laboral.

La asignatura pertenece al área disciplinaria, es obligatoria para la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, pertenece al área de conocimiento Comunicación Integral en las Organizaciones. El curso se divide en cinco unidades académicas, en la primera se describen los antecedente de los estudios de la comunicación en las organizaciones, a través de la segunda unidad se analizan los fundamentos de la Comunicación en las Organizaciones, en la tercera se introduce a la teoría de las organizaciones en el Siglo XXI, en la cuarta unidad, se visualizan los campos de intervención de la Comunicación Integral en las organizaciones, la quinta, se analiza a la tecnologías de la información y de la comunicación en los procesos de comunicación de las organizaciones. Para cursar la asignatura de Fundamentos de la Comunicación en la Organizaciones, no se requieren conocimientos previos.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Comparar la perspectiva histórica de la comunicación con el desarrollo de las teorías organizacionales, mediante el abordaje de los enfoques teóricos que articulan una visión integral de las organizaciones, para identificar los procesos de la comunicación aplicada en los ámbitos institucionales, con iniciativa, sentido crítico y responsabilidad.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Reporte técnico de estudio de caso aplicado a la comunicación organizacional del contexto social, empresarial o institucional; conforme a los requerimientos APA vigentes.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Estudios de la comunicación en las organizaciones

Competencia:

Comparar la evolución histórica de la comunicación en las teorías del comportamiento organizacional, mediante la identificación de las características que cada escuela representa, para tener un marco referencial de estos estudios, mostrando actitud responsable, crítica y reflexiva.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 1.1. Escuelas del comportamiento organizacional
 - 1.1.1. Teoría Clásica
 - 1.1.2. Teoría Humanista
 - 1.1.3. Teoría de Sistemas
 - 1.1.4. Teoría Contingente

UNIDAD II. Fundamentos de la comunicación en las organizaciones

Competencia:

Describir el proceso de comunicación en las organizaciones, a través de la identificación de los diferentes contextos organizacionales internos y externos, con el propósito de distinguir los distintos ámbitos y niveles en el que se aplica la comunicación, con actitud propositiva, crítica y responsable.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 2.1. Alcance de la comunicación en las organizaciones e instituciones sociales
 - 2.1.1. Definiciones de organización y comunicación
 - 2.1.2. Elementos del proceso comunicativo organizacional
 - 2.1.3. Comunicación humana en la organización
 - 2.1.3.1. Comunicación interpersonal
 - 2.1.3.2. Comunicación grupal
 - 2.1.4. Ámbitos de la Comunicación Organizacional
 - 2.1.4.1. Comunicación Interna
 - 2.1.4.2. Comunicación Externa
 - 2.1.5. Campo profesional de la comunicación organizacional
 - 2.1.5.1. Papel de comunicador organizacional
 - 2.1.5.2. El DirCom y su importancia en la comunicación integral
 - 2.1.5.3. El código ético del comunicólogo organizacional en México

UNIDAD III. La Teoría de las organizaciones en el siglo XXI

Competencia:

Comparar la evolución de la comunicación en las teorías que involucran los estudios organizacionales, por medio de los diferentes instrumentos utilizados para su análisis, con la finalidad de profundizar en sus postulados, mostrando actitud reflexiva, crítica y comprometida.

Contenido:**Duración:** 8 horas

- 3.1. La comunicación como espacio de relación organizacional
 - 3.1.1. Subjetividad y construcción de sentido en las organizaciones
 - 3.1.2. Del funcionalismo a la filosofía de la comunicación integrada
 - 3.1.3. La teoría de la complejidad aplicada al campo de la comunicación organizacional
 - 3.1.4. De la teoría de la complejidad a la Nueva Teoría Estratégica y la Comunicación

UNIDAD IV. Comunicación integral en las organizaciones

Competencia:

Vincular la comunicación integral con los conocimientos de otras disciplinas, mediante el abordaje de otros saberes que permean la cultura organizacional, para armonizar los procesos de comunicación, con capacidad de gestión, visión y liderazgo.

Contenido:

Duración: 8 horas

4.1 Temáticas de comunicación organizacional

- 4.1.1. Cultura organizacional
- 4.1.2. Identidad imagen institucional
- 4.1.3. Relaciones públicas
- 4.1.4. Comunicación en crisis
- 4.1.5. Comunicación institucional
- 4.1.6. Liderazgo y toma de decisiones
- 4.1.7. Responsabilidad social corporativa
- 4.1.8. Clima organizacional

UNIDAD V. Las tecnologías de la información y de la comunicación en la comunicación de las organizaciones

Competencia:

Valorar los medios para la comunicación de acuerdo a los diferentes públicos, a través de identificar las necesidades en los diferentes vectores comunicacionales de la organización, con el propósito de optimizar los procesos de interacción, con actitud de responsabilidad social, empatía y resiliencia.

Contenido:

Duración: 4 horas

5.1.Las sociedades modernas tecnológicas

5.1.1. De consumidores y prosumidores en la comunicación organizacional

5.1.2. Nuevos medios de interacción interna y externa en las organizaciones en la comunicación global (vectores/flujos de información)

5.1.3. Cambios en las formas de trabajo e interacción laboral

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos De Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Escuelas del comportamiento organizacional	<ol style="list-style-type: none"> 1. De manera individual, indagar las teorías de comportamiento en las organizaciones. 2. Realiza una infografía. 3. Utiliza las normas del formato APA 4. Entrega al docente por medio del correo institucional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lecturas • Internet • Equipo de cómputo • Correo institucional 	4 horas
UNIDAD II				
2	Fundamentos de la comunicación en las organizaciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para la revisión de la literatura. 2. Realiza reporte de lectura. 3. Desarrolla un cuadro sinóptico. 4. Entrevista (podcast) a responsable de comunicación en una organización y presentarla en plenaria. 5. Utiliza las normas del formato APA 6. Entrega al docente por medio del correo institucional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lecturas • Pizarrón • Cañón • Internet • Grabadora • Equipo de cómputo • Correo institucional 	8 horas
UNIDAD III				
3	La comunicación como espacio de relación organizacional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para la revisión de la literatura. 2. Realiza reporte de lectura. 3. Cuadro comparativo. 4. Utilizar las normas del formato APA. 5. Entregarlo al docente por medio del correo institucional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lecturas • Cañón • Internet • Equipo de cómputo • Cómputo • Correo institucional 	8 horas
UNIDAD IV				

4	Comunicación Integral y otros saberes en las organizaciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para la dinámica de la unidad. 2. Se integra en equipo por temas. 3. Realiza presentación. 4. Presenta temáticas frente a grupo. 5. Utiliza normas del formato APA. 6. Entregarlo al docente por medio del correo institucional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lecturas • Cañón • Internet • Equipo de cómputo • Correo Institucional • Programas de cómputo 	8 horas
UNIDAD V				
5	Consumidores y prosumidores a las nuevas formas de interacción laboral	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para la dinámica de la unidad. 2. Se integra en equipo de trabajo. 3. Realiza entrevistas a personal en organizaciones. 4. Integra reporte analítico del estudio. 5. Utiliza normas del formato APA. 6. Entrega al docente por medio del correo institucional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lecturas • Cañón • Internet • Trabajo de campo grabadora • Equipo de cómputo • Correo Institucional 	4 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno

Estrategia de enseñanza (docente):

- Proporciona recursos bibliográficos sobre fundamentos y estudio de comunicación en las organizaciones
- Presenta ejemplos de búsqueda de información
- Solicita, supervisa, retroalimenta y evalúa de tareas
- Organiza ejercicios de discusión en aula
- Propicia la participación activa del estudiante

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Busca y analiza recursos bibliográficos sobre fundamentos y estudio de comunicación en las organizaciones
- Realiza búsqueda de información
- Realiza tareas asignadas
- Atiende observaciones de retroalimentación
- Participa en ejercicios de clase
- Atiende indicaciones del docente

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

-Dos evaluaciones parciales (10x2).....	20%
-Búsquedas información.....	10%
-Entrega de Tareas.....	20%
-Participación en Clase.....	10%
-Proyectos	30%
-Co evaluación	10%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Alvarado, O. (2015). <i>Administración estratégica: Análisis PEST</i>. Recuperado de http://blog.uca.edu.ni/octavio/files/2017/02/an%C3%A1lisis-de-la-situaci%C3%B3n-externa-pest.pdf</p> <p>Fernández Collado, C. (2002). <i>La comunicación humana</i>. México, McGraw Hill. [clásica]</p> <p>Garrido, F., J., Gerald M. Linda L. Putnam. (2020). <i>Fundamentos de Comunicación Organizacional: de la Organización a la Estrategia en el Siglo XXI</i>. México: Global Network.</p> <p>Gibson, J., y Donnelly, Jr. (2001). <i>Las Organizaciones: Comportamiento, Estructura, Procesos</i>. Chile. McGraw Hill. [clásica]</p> <p>Goldhaber, Gerald (2020): “<i>Murders Inc.</i>”. Ca, USA. Amazon.</p> <p>Guzmán R. Haydée, y Herrera, Raúl. (2019). <i>Comunicación estratégica: Interfaz relacional entre organizaciones y sus stakeholders</i>. Bogotá. Universidad Sergio Arboleda.</p> <p>Nosnik, Abraham, O. (2013). <i>Teoría de la comunicación productiva: Exploraciones más allá de la retroalimentación</i>. Rosario, Argentina: HOMOSAPIENS. [clásica]</p> <p>Putnam, Linda: “<i>The New Handbook of Organizational Communication</i>”, Edit. Sage, EEUU, 2001. [clásica]</p> <p>Trenza, A. (Julio 23, 2018). <i>Análisis Pestel: Qué es y para qué sirve</i>. Recuperado de https://anatrenza.com/analisis-pestel/#12-para-qué-sirve-el-analisis-pestel</p>	<p>AMIPCO. (2018). <i>Código de ética de la Asociación Mexicana de Investigadores y Profesionales en Comunicación Organizacional, A.C. (2018)</i>. Consultado el 14 de diciembre de 2020 en: http://amipco.org/DOCS/CODIGO%20ETICO%20PARA%20EL%20EJERCICIO%20PROFESIONAL%20CO%209-28-18.pdf</p> <p>Espinar Ruiz, E., Frau Marhuenda, C., González Rio, M. J., Martínez Gras, R., (2006). <i>Introducción a la sociología de la comunicación</i>. Universidad de Alicante, colección Texto docente. España. [clásica]</p> <p>Indalics. (s.f). Stakeholders: qué son, importancia y cómo gestionarlos. Recuperado de https://indalics.com/consultoria-informatica-stakeholders-que-son</p> <p>Lucas Marín, A. (1997). <i>La comunicación en la empresa y en las organizaciones</i>. Bosch Casa Editorial S.A. España. [clásica]</p> <p>Massoni, S. (2016). <i>Avatares del comunicador complejo y fluido: del perfil del comunicador social y otros devenires</i>. Quito: CIESPAL.</p> <p>Montoya-Robles, M. (2018). <i>Comunicación organizacional: revisión de su concepto y prácticas de algunos autores mexicanos</i>. Razón y Palabra. Recuperado de http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ry</p> <p>Palacios, J. A. (2015). <i>Historia y avances en la investigación en comunicación organizacional</i>. Revista Internacional de Relaciones Públicas. Recupeado de: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5301979</p>

	Rebeil, M. A. (2018). <i>Aportes a la teoría de la CCO desde la perspectiva de la comunicación integral</i> . <i>Razón y palabra</i> , 22 (100), 749-759. Recuperado de: https://www.revistarazonypalabra.org/index.php
--	--

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Fundamentos de la Comunicación en las Organizaciones debe contar con título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación o área afín, con conocimientos teóricos, prácticos y metodológicos en ciencias de la comunicación; preferentemente con estudios de posgrado y mínimo dos años de experiencia docente. Debe ser creativo, facilitador del conocimiento, con experiencia profesional y docente, incluyente, tolerante y dinámico.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Investigación Cuantitativa en Comunicación
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 04 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 08**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Sheila Delhumeau Rivera
Alejandra Rodríguez Estrada
María de Jesús Montoya
Armando Gutiérrez Ortega

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje Investigación Cuantitativa en Comunicación es que el alumno desarrolle las competencias teóricas y metodológicas fundamentadas en la perspectiva empírica de la ciencia, lo cual tiene como utilidad que describa, explique y analice procesos de comunicación en el contexto social contemporáneo. Se ubica en la etapa disciplinaria, es de carácter obligatorio, no precisa requisitos previos para cursarla y pertenece al área de conocimiento de Fundamentos de la Comunicación.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Aplicar la metodología y técnicas cuantitativas de investigación, para el estudio de fenómenos de comunicación, mediante el diseño, aplicación e interpretación de datos fundamentados en la perspectiva empírica de la ciencia, con responsabilidad social, honestidad y sentido crítico.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Reporte de un proyecto de investigación cuantitativa que incluya un planteamiento del problema, redacción de objetivos, hipótesis, diseño metodológico, análisis, discusión y presentación de resultados.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
Unidad I. La observación en la metodología cuantitativa

Competencia:

Distinguir los fundamentos de la investigación cuantitativa en las ciencias de la comunicación, a partir de la observación de fenómenos sociales, para identificar los alcances y limitaciones de la metodología, con pensamiento crítico y analítico.

Contenido:

Duración: 3 horas

- 1.1. Alcances y límites de las metodologías cuantitativas
- 1.2. Ver desde lo cuantificable
- 1.3. Implicaciones de los métodos cuantitativos en la toma de decisiones

Unidad II. Diseño de la investigación cuantitativa

Competencia:

Desarrollar un protocolo de investigación cuantitativa, a partir de la comprensión e integración de sus elementos, para generar información desde una perspectiva comunicacional, con responsabilidad, objetividad y pensamiento crítico.

Contenido:

Duración: 7 horas

- 2.1. El planteamiento del problema
- 2.2. Revisión de la literatura
- 2.3. Redacción del objetivo de investigación
- 2.4. Formulación de hipótesis
- 2.5. Diseño metodológico

Unidad III. Instrumentos de medición

Competencia:

Diseñar un instrumento de medición cuantitativo confiable y validado para la investigación, a partir de la revisión de literatura, la construcción de las variables y el análisis de tablas de indicadores, para generar datos que lleven a alcanzar el objetivo de la investigación, con creatividad, responsabilidad y actitud crítica.

Contenido:**Duración:** 7 horas

- 3.1. Instrumentos de medición en la investigación cuantitativa en Ciencias Sociales
- 3.2. Confiabilidad y validez de instrumentos de medición en Ciencias Sociales
- 3.3. El cuestionario
 - 3.3.1. Proceso de entrevista
 - 3.3.2. Tipos de cuestionarios
 - 3.3.3. Escalas de medición
 - 3.3.4. Operacionalización de variables y creación de ítems
 - 3.3.5. Diseño de cuestionario
 - 3.3.6. Prueba piloto

Unidad IV. Muestreo

Competencia:

Diseñar el muestreo de la población de estudio, a partir de los objetivos de la investigación y los criterios para la construcción de marcos muestrales, para aplicar el instrumento de medición, con honestidad y responsabilidad.

Contenido:

Duración: 5 horas

- 4.1. Cómo se selecciona una muestra bajo el enfoque cuantitativo
- 4.2. El tamaño de la muestra
- 4.3. Muestra probabilística estratificada
- 4.4. Muestreo probabilístico por racimos
- 4.5. Listados y otros marcos muestrales
- 4.6. Tamaño óptimo de la muestra
- 4.7. Muestras no probabilísticas

Unidad V. Estadística aplicada para el análisis de los datos

Competencia:

Analizar los datos recolectados con el instrumento de medición, a partir de las herramientas estadísticas para Ciencias Sociales, para interpretar el comportamiento de la población representada, con responsabilidad y honestidad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 5.1. Distribución de datos
- 5.2. Distribución de frecuencias
- 5.3. Medidas de tendencias central
- 5.4. Medidas de dispersión
- 5.5. Distribución muestral
- 5.6. Tablas cruzadas
- 5.7. Correlaciones
- 5.8. Análisis factorial

Unidad VI. Reporte final

Competencia:

Realizar un reporte de investigación cuantitativa, a partir de la integración de los datos, para presentar los resultados de la investigación, con responsabilidad y actitud crítica.

Contenido:**Duración:** 2 horas

- 6.1. Redacción de reporte de investigación cuantitativa
- 6.2. Presentación de tablas
- 6.3. Interpretación de datos

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Distinción de metodologías cualitativas y cuantitativas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para llevar a cabo la práctica. 2. Realiza una búsqueda de artículos científicos en las bases de datos de la universidad. 3. Selecciona dos artículos que aborden fenómenos de comunicación, uno con metodología cualitativa y otro con metodología cuantitativa. 4. Elabora un reporte en donde señale las diferencias del abordaje metodológico de cada artículo. 5. Presenta de manera individual frente al grupo, mediante selección por sorteo. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Internet ● Bases de datos electrónicas ● Editor de documentos 	5 horas
UNIDAD II				
2	Elaboración de un protocolo de investigación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para la elaboración del protocolo de investigación. 2. Reflexiona problemáticas de fenómenos de comunicación y elabora el planteamiento del problema. 3. Elabora fichas de investigación mediante la revisión de la literatura 4. Redacta los objetivos, tanto el general, como los específicos 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Internet ● Software para citación de documentos ● Editor de documentos ● Bases de datos electrónicas ● Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). 	14 horas

		<p>de la investigación.</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Formula la(s) hipótesis 6. Esboza el diseño metodológico. 7. Integra el protocolo de investigación y lo entrega al docente para recibir retroalimentación. 		
UNIDAD III				
3	Diseño de instrumento de investigación cuantitativa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para la elaboración del instrumento de investigación cuantitativa. 2. Genera una tabla de indicadores a partir de la revisión de la literatura de las variables de la investigación. 3. Diseña el instrumento de investigación cuantitativa. 4. Envía el instrumento a experto(s) para su validación. 5. Pilotea el instrumento de investigación cuantitativa. 6. Realiza ajustes al instrumento, derivados del pilotaje y lo entrega al docente. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Internet ● Editor de documentos 	11 horas
UNIDAD IV				
4	Diseño del muestreo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente para identificar la población. 2. Define un tipo de muestreo. 3. Diseña la muestra. 4. Elabora la estrategia de aplicación en campo. 5. Integra el diseño del muestreo y los entrega al docente. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Internet ● Software para procesar bases de datos. ● Editor de documentos 	5 horas

5	Trabajo de campo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente para realizar el trabajo de campo. 2. Implementa la estrategia de aplicación en campo. 3. Genera una base de datos y captura la información del instrumento. 4. Limpia y revisa la calidad de los datos capturados y entrega al docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Software para procesar bases de datos. • Editor de documentos • Cuestionario • Lápiz 	14 horas
UNIDAD V				
6	Análisis de datos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente para realizar el análisis de datos. 2. Realiza el análisis de datos a partir de la(s) hipótesis. 3. Elabora tablas o figuras con su respectiva interpretación. 4. Integra y entrega el documento al docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Software para procesar bases de datos. • Editor de documentos 	10 horas
Unidad VI				
7	Reporte final	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente para realizar el reporte de investigación cuantitativa. 2. Integra el diseño del instrumento, el muestreo y el análisis de datos en un reporte final, conforme al manual de estilo indicado por el docente. 3. Entrega el reporte al docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Software • Editor de documentos 	5 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Presenta información sobre los conceptos básicos
- Presenta y resuelve ejercicios prácticos relacionados con las temáticas
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Elabora y aplica evaluaciones
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y evalúa reportes de prácticas y actividades

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investiga y analiza información sobre conceptos básicos
- Resuelve ejercicios prácticos proporcionados por el profesor
- Realiza las prácticas de taller
- Presenta evaluaciones
- Participa activamente en clase
- Elabora y entrega reportes de prácticas
- Trabaja en equipo
- Elabora y entrega actividades en tiempo y forma

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- 2 Exámenes: Protocolo	20%
Trabajo de campo y análisis de datos.....	20%
- Tareas	10%
- Instrumento de investigación	10%
- Diseño de muestreo	10%
- Reporte de investigación cuantitativa.....	30%
Total	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
American Psychological Association (2009). <i>Publication Manual of the American Psychological Association</i> (6 th ed.). Washington, D.C.: American Psychological Association. [clásica]	Bradburn, N., et. al. (2004). <i>Asking questions. The definitive guide to questionnaire design- for market research, political polls, and social and health questionnaires</i> . San Francisco: Jossey-Bass. [clásica]
Bisquerra, R. (2019). <i>Metodología de la investigación educativa</i> (6 ^a ed.). Madrid: La Muralla.	Floyd, J.F. y Mangione, T.W. (1990). <i>Standardized survey interviewing. Minimizing interviewer-related error</i> . Newbury Park: SAGE. [clásica]
Creswell, J. W. (2009). <i>Research Design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches</i> . Thousand Oaks, California: SAGE. [clásica]	Levin, Richard y Rubin, David (2010). <i>Estadística para administración y economía</i> (7 ^a ed.). México: Pearson Educación. [clásica]
Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014) <i>Metodología de la Investigación</i> (6 ^a . ed). México: McGraw-Hill. [clásica]	Levin, Jack (1991). <i>Fundamentos de Estadística en la Investigación Social</i> (2 ^a . ed.). México: Editorial Alfaomega. [clásica]
Martínez Lanz, P. (2011). <i>Manual básico de investigación científica</i> . México: Manual Moderno. [clásica]	Traugott, M. y P. Lavrakas (1997). <i>Encuestas: Guías para electores</i> . México: Siglo XXI. [clásica]
Macías, N., Cardona, D., y Cáceres, L. J. G. (2007). <i>Comunicometodología: Intervención social estratégica</i> . México: Universidad Intercontinental. [clásica]	Wimmer, R. y Dominick, J. (2001). <i>Introducción a la investigación en medios masivos de comunicación</i> (6 ^a . ed.). México: International Thomson Editores. [clásica]
Martín, P., Lafuente, M. y Faura, Ú. (2015). <i>Guía práctica de Estadística aplicada a la empresa y al marketing</i> . España: Paraninfo Universidad.	
Rruhn, K. (2014). <i>La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa</i> . México: Fondo de Cultura Económica. [clásica]	
Vilches, L. et.al.,(coord.) (2011). <i>La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital</i> . Barcelona, España: Gedisa Editorial. [clásica]	

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Investigación Cuantitativa en Comunicación, debe contar con título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación o área afín, con conocimientos avanzados sobre estadística y métodos cuantitativos; preferentemente con estudios de posgrado y tres años de experiencia docente, se recomienda que en su experiencia haya realizado investigación académica de corte cuantitativa.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Análisis de Audiencias
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 02**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Armando Gutiérrez Ortega
Elsa del Carmen Villegas Morán
Gerardo Guillermo León Barrios

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje de Análisis de Audiencias proporciona al estudiante un marco de referencia y elementos de reflexión sobre la evolución de las aproximaciones científicas en el estudio de las audiencias, desarrollando sus habilidades de análisis, síntesis y redacción avanzada. Además, se desarrollan habilidades como: la capacidad para analizar y relacionar nociones y conceptos teóricos, dominio de conceptos de ciencia y ciencias sociales, dominio de habilidades de lectura de comprensión, dominio de habilidades de síntesis y habilidades de redacción avanzada

Esta asignatura se imparte en la etapa disciplinaria con carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento Ecosistema Mediático

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar las diversas formas de ser audiencias, nuevas audiencias y prosumidores, por medio del conocimiento de los antecedentes teóricos y metodológicos de las ciencias de la comunicación, para conocer la construcción de explicaciones e identificación de las perspectivas sobre el estado de las mediaciones, con responsabilidad científica y sistematicidad

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Reporte de investigación de un caso seleccionado en donde se problematice las diversas formas de ser audiencia, nuevas audiencias y prosumidores. que integre los siguientes elementos: Introducción, marco teórico, perspectiva metodológica, análisis y referencias

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Tradiciones y antecedentes de los estudios de audiencias

Competencia:

Identificar los antecedentes teóricos del análisis de audiencia, a través del estudio de su evolución teórica y principales conceptos, para reconocer su influencia en los abordajes científico actuales, de forma minuciosa y actitud crítica.

Contenido:

Duración: 12 horas

- 1.1. El modelo matemático de la información y la *mass communication research*
- 1.2. La teoría de los efectos
- 1.3. Los usos y gratificaciones
- 1.4. El análisis literario
- 1.5. Los *cultural studies* y el giro etnográfico
- 1.6. De los estudios de recepción a la noción de audiencia
- 1.7. Las audiencias en la ecología mediática

UNIDAD II. Dimensiones y abordajes de los estudios de audiencias

Competencia:

Caracterizar las audiencias, de acuerdo a las distintas dimensiones y abordajes teóricos, para fundamentar conceptualmente la metodología de estudio, con sentido crítico y de forma sistematizada.

Contenido:

Duración: 12 horas

- 2.1. Las audiencias masivas
- 2.2. Las audiencias activas
- 2.3. Crisis de las audiencias masiva
- 2.4. Las audiencias múltiples
- 2.5. El modelo de las multimediasiones
- 2.6. Nuevas audiencias frente a cambio de paradigma: de modelo uno a muchos al modelo muchos a muchos
- 2.7. De audiencias a prosumidores: medios, hipermedios y cultura de participación

UNIDAD III. Análisis de un caso de audiencias, nuevas audiencias y prosumidores

Competencia:

Examinar audiencias, mediante la aplicación de las perspectivas metodológicas disciplinares, para generar prospectiva y conocer el estado de las mediaciones, de forma minuciosa, responsable y sistemática.

Contenido:**Duración:** 8 horas

- 3.1. Perspectivas de metodología y método en la convergencia mediática
- 3.2. Segmentación: grupos etarios, género, familia, nivel socioeconómico, hábitos
- 3.3. Perspectivas de método y técnica: abordajes cuantitativos, cualitativos e integración metodológica
- 3.4. Del rating a los estilos de vida: minería de datos, big-data, small-data
- 3.5. Sistematización y análisis de observables
- 3.6. Mirada crítica para entender las audiencias, nuevas audiencias y prosumidores en la ecología mediática global, regional y local

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Revisión teórica de los abordajes científicos sobre el estudio de audiencia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para realizar la revisión teórica de los abordajes científicos sobre el estudio de audiencias. 2. Se organiza en equipos. 3. Realiza búsqueda de información sobre los antecedentes teóricos y conceptuales del estudio de las audiencias. 4. Realiza un análisis de la información. 5. Redacta un reporte que integre cada una de las perspectivas revisadas en clase que atienda a las normas APA. 6. Presenta ante el grupo 7. Entrega a docente 	<ul style="list-style-type: none"> • Compendio de lecturas. • Computadora • Internet 	12 horas
UNIDAD II				
2	Reporte de caracterización de audiencias	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para determinar el procedimiento de caracterización empleando las distintas dimensiones y abordajes teóricos. 2. Se organiza en equipos. 3. Realiza búsqueda de información sobre la caracterización de audiencias. 4. Realiza un análisis de la información. 	<ul style="list-style-type: none"> • Compendio de lecturas. • Computadora • Internet 	12 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 5. Redacta un reporte que integre cada una de las perspectivas revisadas en clase que atienda a las normas APA. 6. Presenta ante el grupo 7. Entrega a docente 		
UNIDAD III				
3	Análisis de audiencias	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para realizar el análisis de audiencias. 2. Se organiza en equipos. 3. Selecciona una audiencia. 4. Realiza un análisis de la audiencia selecciona que integre la segmentación, descripción de sus estilos de vida, procesos de análisis y discusión de los resultados. 5. Presenta ante el grupo 6. Entrega a docente 	<ul style="list-style-type: none"> • Compendio de lecturas. • Computadora • Internet 	8 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Proporciona recursos bibliográficos sobre el análisis de audiencia
- Explica temáticas a través de la técnica expositiva
- Proporciona y analiza casos de estudio con el grupo
- Diseña y aplica evaluaciones
- Organiza reflexiones grupales sobre los análisis de las obras
- Propicia la participación activa del estudiante

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Consulta recursos bibliográficos sobre análisis de audiencias
- Participa en reflexiones grupales sobre estudios de caso
- Participa activamente en clase
- Se integra en equipos para realizar análisis de audiencias
- Realiza reportes de análisis
- Atiende instrucciones de docente

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Prácticas de taller.....	30%
- Tareas	10%
- Presentaciones.....	20%
- Reporte de análisis	40%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Aguaded, J. (2001). <i>Internet y los jóvenes</i>. Grupo Comunicar: España. [clásica]</p> <p>Buckingham, D. (1993) <i>Leyendo Audiencias: personas jóvenes y Medios de comunicación</i>. Prensa Universitaria: Mánchester. [clásica]</p> <p>Buckingham, D. (2002) <i>Crece en la era de los medios electrónicos. Tras la muerte de la infancia</i>. Educación Crítica: España. [clásica]</p> <p>Callejo, J. (2001). <i>Investigar las audiencias. Un análisis cualitativo</i>. Barcelona: Paidós. [clásica]</p> <p>Covarrubias, K. Y. (1994). <i>Cuéntame en qué se quedó: la telenovela como fenómeno social</i>. México, D.F.: Trillas. [clásica]</p> <p>Jara, Rubén. y Garnica, Alejandro (2007). <i>¿Cómo la ves?: la televisión mexicana y su público</i>. México: IBOPE AGB. [clásica]</p> <p>Jensen, Klaus y K. Rosengren. (1990). "Five traditions in search of the audience", en <i>European Journal of Communication</i>, Vol 5. número 2/3, Londres: Sage. [clásica]</p> <p>Maigret, E. (2005). <i>Sociología de la comunicación y de los medios</i>. Fondo de Cultura Económica: México. [clásica]</p> <p>Navarro, F. (2010). <i>Del ágora al rating. La investigación y medición de audiencias</i>. México: Porrúa. [clásica]</p> <p>Orozco, Guillermo (1992). <i>Hablan los televidentes</i>. Estudios de</p>	<p>Orozco, G. (2005). <i>Audiencias: mediaciones y televisión pública. La deconstrucción múltiple de la televidencia en la era del avasallamiento mediático</i>. Buenos Aires: Omar Rincón (compilador) <i>Televisión pública: del consumidor al ciudadano</i>, La Crujía.</p>

recepción de varios países. México:Universidad Iberoamericana (coord.) [clásica]

Orozco, Guillermo (2006). Televidencias y mediaciones: la construcción de estrategias por la audiencia, en el consumo cultural en América Latina. Colombia: Andrés Bello. [clásica]

Orozco, Guillermo (2007). Un mundo de visiones. Interacciones de las audiencias en múltiples escenarios mediáticos y virtuales: ILCE. [clásica]

Orozco, G., & Coord. (2012). TVMorfosis. La televisión abierta hacia la televisión de redes. Tintable: México. [clásica]

Orozco, G., & Coord. (2013). TVMorfosis 3. Audiencias audiovisuales: consumidores en movimiento. Tintable: México. [clásica]

Orozco, G., & Coord. (2015). TVMorfosis 4. Television everywhere. México: Tintable. [clásica]

Orozco, G., & Coord. (2016). TVMorfosis 5. La creatividad en la era digital. Tintable: México.

Orozco, G., & Coord. (2017). TVMorfosis 6. Gestión y consumo de contenidos digitales. Nuevos modelos. Tintable: México.

Scolari, C. (2008). Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. España: Gedisa. [clásica]

Uribe, Ana (2003). Re-imaginando México con la telenovela. Recepción cultural de telenovelas por inmigrantes mexicanos residentes en Los Ángeles, Ca. Tesis doctoral. COLEF: Tijuana. [clásica]

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Análisis de Audiencias debe contar con título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación o área afín, con conocimientos importantes en el estudio de las audiencias, la evolución de los sistemas mediáticos y el estado del arte vinculado con el análisis de los procesos y actores de la mediación en el contexto contemporáneo; preferentemente con estudios de postgrado y tres años de experiencia docente. Ser un promotor activo de la reflexión crítica e inculcar el valor del pensamiento científico como estrategia de cambio del ecosistema mediático.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Complejidad
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Erika Valenzuela Gómez
Irma Daniela Rentería Díaz
Estela Salomé Solís Gutiérrez
Gerardo Guillermo León Barrios

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 17 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje es transitar de la visión lineal a la multidimensional en comunicación. Su utilidad radica en que le permite al alumno una mirada más amplia e incluyente de los fenómenos comunicativos, aplicando el paradigma de la complejidad para entender la comunicación como una herramienta de transformación social de la realidad. Se imparte en la etapa disciplinaria con carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento Fundamentos de la Comunicación.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Examinar el paradigma de la complejidad y valorar su importancia en el campo comunicacional, a través de la identificación de sus características principales y la comparación con otros abordajes teóricos, para aplicarlo en el análisis de dinámicas y escenarios intervenidos por las redes sociales, así como en el diseño estratégico de contenidos mediáticos interdisciplinarios, con una actitud crítica, propositiva y responsable.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Diseño de una campaña de Narrativa Transmedia, pertinente y orientada a un público meta específico, utilizando como referencia el paradigma de la complejidad y sus propiedades, con apertura, ética y pensamiento crítico. Deberá entregar un documento donde se encuentren los elementos de contenido y de preproducción del diseño de la campaña.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Nociones y fundamentos

Competencia:

Identificar los conceptos básicos del paradigma de la complejidad, a través de la revisión de enfoques teóricos vinculados con el pensamiento complejo, para comprender su relación con la comunicación en un sentido multidimensional, con actitud crítica y apertura.

Contenido:

Duración: 14 horas

- 1.1. Elementos del pensamiento complejo y la comunicación
- 1.2. Elementos del pensamiento sistémico y la comunicación
- 1.3. Memética, cultura y comunicación
- 1.4. Ciencias cognitivas y comunicación
- 1.5. Sistemas sociales recursivos y la doble estructuración

UNIDAD II. Desplazamientos: de la linealidad a la complejidad de la comunicación

Competencia:

Valorar críticamente las perspectivas teóricas heredadas de la comunicación, para transitar de una visión lineal a una multidimensional de la comunicación, a través del análisis de los desafíos del contexto global contemporáneo, con responsabilidad social, actitud crítica y reflexiva.

Contenido:

- 2.1. Las perspectivas de la comunicación que heredamos
- 2.2. Los desafíos de nuestra contemporaneidad: la fluidez, lo caótico y lo complejo
- 2.3. El paradigma de la complejidad y la comunicación

Duración: 8 horas

UNIDAD III. Nuevas herramientas para la comunicación en un mundo complejo

Competencia:

Examinar las herramientas para la comunicación en un mundo complejo, a través de la revisión teórica y metodológica de las diferentes propuestas contemporáneas, para aplicarlas en el análisis de diversos escenarios sociales, con actitud reflexiva, crítica e incluyente.

Contenido:**Duración:** 10 horas

- 3.1. Comunicación y cibercultur@ de acuerdo con Jorge Alberto González
- 3.2. Ingeniería en Comunicación Social de acuerdo con Jesús Galindo
- 3.3. Comunicación Estratégica de acuerdo con Rafael Alberto Pérez y Sandra Massoni
- 3.4. El modelo de la Comunicación para el cambio social de acuerdo con Alfonso Gumucio
- 3.5. El modelo de la medicación social de acuerdo con Manuel Martín Serrano

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Análisis de una situación social en un material videográfico.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisa el video presentado por el docente. 2. Realiza una reflexión apoyado en la guía de lectura del material videográfico. 3. Se reúne en equipos para realizar una reflexión conjunta sintetizando las aportaciones individuales. 4. Presenta la reflexión al grupo y al docente en plenaria para su revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Material videográfico • Computadora • Proyector • Bocinas • Guía de lectura del material videográfico • Internet 	6 horas
2	Análisis de un material de lectura	<ol style="list-style-type: none"> 1. De manera individual realiza la lectura de un capítulo de: Una historia del cuerpo en la edad media. 2. Realiza una reflexión apoyado en la guía de lectura del material 3. Se reúne en equipos para realizar una reflexión conjunta sintetizando las aportaciones individuales. 4. Presenta la reflexión al grupo y al docente en plenaria para su revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Material de lectura • Computadora • Proyector • Bocinas • Guía de lectura • Internet 	6 horas
UNIDAD II				
3	Esquema de perspectivas teóricas de la comunicación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente para la elaboración del esquema de perspectivas teóricas de la comunicación. 2. Se reúne en equipo para realizar el esquema de 	<ul style="list-style-type: none"> • Material de lectura • Computadora • Proyector • Bocinas • Internet 	8 horas

		<p>perspectivas teóricas de la comunicación considerando el nivel, las dimensiones comunicativas y las corrientes teóricas.</p> <p>3. Expone en plenaria su esquema para recibir retroalimentación y ser evaluados.</p>		
UNIDAD III				
4	Análisis de estudio de caso	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente para analizar el estudio de caso. 2. Investiga y selecciona una situación social concreta para analizarla. 3. Identifica en dicha situación social cómo podría aplicar alguna de las perspectivas teóricas revisadas en la unidad. 4. Realiza su propuesta en un video de máximo 5 minutos 5. Presenta el video con la propuesta de aplicación en el seminario. 	<ul style="list-style-type: none"> • Situación social que se analizará • Software de edición de video • Cámara de video • Computadora • Proyector • Bocinas • Internet • Sala audiovisual 	12 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

Estudio de caso, método de proyectos, aprendizaje basado en problemas, técnica expositiva, debates, ejercicios prácticos, foros, selección y propuesta de material videográfico, selección y propuesta de material de lectura, entre otras.

Estrategia de aprendizaje (alumno):

Investigación, estudio de caso, trabajo en equipo, exposiciones, organizadores gráficos, ensayos, resúmenes, cuadros comparativos, seminario y producción de un video.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales.....	40%
(Prácticas)	
- Tareas.....	20%
- Diseño de campaña de narrativa transmedia...	40%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Aguado, J. M. (2003). <i>Comunicación y cognición: Bases epistemológicas de la complejidad</i>. España: Comunicación Social, Ediciones y Publicaciones. [clásica]</p> <p>Aguirre, H. (2008). Antología de comunicación para el cambio social : lecturas históricas y contemporáneas, Entrevista a Alfonso Gumucio-Dagron. <i>Canalé</i>, 2(2), 42-44. Recuperado de http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/canale/article/view/1147</p> <p>Caparrós, N., y Cruz, R. (dir.). (2014). <i>Viaje a la complejidad, Vol 4 (Complejidad de lo social. La trama de la vida)</i>. Madrid: Biblioteca Nueva. [clásica]</p> <p>Costa, J. (2010). <i>DirCom, estrategia de la complejidad: Nuevos paradigmas para la Dirección de la Comunicación</i>. España: Universidad de Valencia. [clásica]</p> <p>De Régules, S. (2016). <i>Las teorías del caos y la complejidad. El mundo es un caleidoscopio</i>. Buenos Aires: EMSE EDAPP S.L.</p> <p>Earls, J. (2013). <i>Introducción a la teoría de sistemas complejos</i>. Perú: Universidad Católica del Perú: [clásica]</p> <p>Galindo, J. (2015). <i>Ingeniería en Comunicación Social. Hacia un programa general</i>. México: BUAP.</p> <p>García, R. (2008). <i>El conocimiento en construcción. De las formulaciones de Jean Piaget a los sistemas complejos</i>. España: Gedisa. [clásica]</p>	<p>Aimei, Y. and Adam, J. (2019). “Embracing a network perspective in the network society: the dawn of a new paradigm in strategic public relations”. Saffer, <i>Public Relations Review</i>. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.101843</p> <p>Caparrós, N., y Cruz, R. (dir.). (2012). <i>Viaje a la complejidad vol 1</i>, Madrid: Biblioteca Nueva. [clásica]</p> <p>Caparrós, N., y Cruz, R. (dir.). (2012). <i>Viaje a la complejidad vol 2</i>. Madrid: Biblioteca Nueva. [clásica]</p> <p>Caparrós, N., y Cruz, R. (dir.). (2013). <i>Viaje a la complejidad vol 3</i>. Madrid: Biblioteca Nueva. [clásica]</p> <p>Fiedler-Ferrara, N. (2010). Complex thinking: building a new paradigm. In <i>VIRUS</i>. N. 3. São Carlos: Nomads.usp. Recuperado de: http://www.nomads.usp.br/virus/virus03/review/layout.php?item=1&lang=en [clásica]</p> <p>Igartua, J., y Humanes, M. L. (2004). <i>Teoría e investigación en comunicación social</i>. Madrid: Síntesis. [clásica]</p> <p>Meza, J. y Gómez, L. (2019). Facebook groups as social intervention tools for improving digital skills. <i>Social Work Education The International Journal</i>, Vol. 39 (1), 71-84. Recuperado de https://doi.org/10.1080/02615479.2019.1642867</p> <p>Montouri, A. (2013). Edgar Morin and complex thought. <i>Complex thought resource paper</i>, 1-23. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/260603130_Edgar_Morin_and_Complex_Thought [clásica]</p>

García, R. (2009). *Sistemas complejos. Conceptos, métodos y fundamentación epistemológica de la investigación interdisciplinaria*. España: Gedisa. [clásica]

Giddens, A. (1987). *Las nuevas reglas del método sociológico*. Buenos Aires: Amorrortu. [clásica]

González, J. (2003). *Cultura(s) y cibercultur@(s)*. Santa Fe, México: Universidad Iberoamericana. [clásica]

Lara-Rosano, F. (2017). *Fundamentos para el diagnóstico e intervención en sistemas complejos: Metodología para el Análisis de la Complejidad Social*. España: Académica Española

Luengo, E. (2018). *Las vertientes de la complejidad. Pensamiento sistémico, ciencias de la complejidad, pensamiento complejo, paradigma ecológico y enfoques holistas*. México: ITESO

Martín, M. (2007). *Teoría de la comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad*. Madrid: McGraw Hill. [clásica]

Maturana, H (1996). *La realidad: ¿objetiva o construida?* Barcelona: Anthropos-UIA-ITESO. [clásica]

Massoni, S. (2007). *Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido*. Argentina: Homo Sapiens Ediciones. [clásica]

Morin, E. (1996). *Introducción al pensamiento complejo*. España: Gedisa. [clásica]

Pérez, R., y Massoni, S. (2009). *Hacia una teoría general de la estrategia: Cambio de paradigma en el comportamiento humano, la sociedad y las instituciones*. Madrid: Ariel.

Oldrich, H. (2019). Into a new paradigm. Trivialization and Public Opinion. Slogans, substance and styles of thought in the Age of Complexity. 165-186. Recuperado de: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-17925-0>

Scolari, C., y Rodríguez-Amat, J. (2018). A Latin American approach to mediatization: Specificities and contributions to global discussion about how the media shapes contemporary societies. *Communication Theory*, Vol. 28 (2), 131-154, Oxford: Oxford University Press. Recuperado en: <https://doi.org/10.1093/ct/qtx004>

[clásica]

Piaget, J., y García, R. (1982). *Psicogénesis e Historia de la Ciencia*. Madrid: Siglo XXI. [clásica]

Roel, S. (2015). *¿Cómo emerge el Orden en los Sistemas Sociales?: Teoría del Caos y de Sistemas Complejos*. Createspace Independent Publishing Platform. [clásica]

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Comunicación y Complejidad debe contar con título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación o área afín, con conocimientos avanzados de teorías de comunicación y metodologías de investigación; preferentemente con estudios de posgrado y tres años de experiencia docente. Debe ser crítico, reflexivo y con mentalidad abierta.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Comunicación Ambiental
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Nelly Calderón de la Barca Guerrero
Concepción Baxin Melgoza

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Comunicación Ambiental tiene como finalidad gestionar estrategias de comunicación que contribuyan a la solución de problemas socioambientales, mediante la elaboración de diagnóstico participativo, estrategias de comunicación, así como la comprensión de problemáticas, capacidad de interlocución con los actores (integrantes y expertos), capacidad de síntesis, diálogo, trabajo en equipo y liderazgo; además de mostrar actitud proactiva, responsable, respeto por el entorno y de compromiso social. Está unidad pertenece a la etapa disciplinaria, es de carácter obligatorio y se encuentra dentro del área de conocimiento calidad de vida y bienestar de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Determinar estrategias de comunicación, para el medio ambiente, a través del diagnóstico socioambiental, y con ello co-crear e implementar acciones que contribuyan a la solución del problema, con creatividad, profesionalismo y responsabilidad social.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

1. Diagnóstico de una problemática socioambiental en el contexto regional.
2. Reporte de resultados que incluya diseño, implementación y evaluación de estrategia de comunicación para el medioambiente a partir de los resultados obtenidos el diagnóstico apoyados en propuesta de divulgación de la ciencia.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Contexto socioambiental

Competencia:

Analizar los factores que intervienen en las problemáticas socioambientales, mediante el reconocimiento de la crisis y los objetivos del desarrollo sostenible, para la comprensión y búsqueda de los elementos que influyen en la calidad de vida del contexto regional, con actitud reflexiva, crítica y proactiva.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 1.1. Factores sociales determinantes en medio ambiente
- 1.2. Problemas del medioambiente en los ámbitos local, estatal, nacional y global
- 1.3. Crisis socioambiental
- 1.4. Objetivos del desarrollo sostenible
- 1.5. Economía circular
- 1.6. Identificación de problemáticas ambientales en el contexto regional

UNIDAD II. Ciudadanía ambiental

Competencia:

Examinar la importancia de la participación social en la solución de problemáticas socioambientales, a través de reconocer los movimientos sociales, actores e instancias estratégicas involucradas en la conservación y preservación del medio ambiente, para destacar las dinámicas sociales en beneficio de nuestro entorno, mostrando actitud proactiva, apertura y respeto por la naturaleza.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 2.1. Movimientos socioambientales
- 2.2. Instituciones y organizaciones especializadas en el medio ambiente
- 2.3. Comunicación y conflicto
- 2.4. Regulación ambiental y políticas.
- 2.5. Diagnóstico participativo en problemática socioambiental.

UNIDAD III. Estrategias de comunicación ambiental

Competencia:

Distinguir diferentes estrategias de comunicación ambiental, mediante las definiciones y características del marketing ambiental, comunicación de crisis, periodismo ambiental y educación ambiental, para seleccionar su adecuada aplicación en la solución de problemáticas socioambientales, con actitud de diálogo, atención al entorno y responsabilidad social.

Contenido:

- 3.1. Negociación y Mediación
- 3.2. Marketing ambiental
- 3.3. Comunicación de crisis
- 3.4. Periodismo ambiental
- 3.5. Educación ambiental

Duración: 10 horas

UNIDAD IV. Diseño e implementación de estrategias de comunicación

Competencia:

Implementar una estrategia de comunicación, por medio del diagnóstico y diseño de una propuesta que atienda a una problemática socioambiental, con el propósito de contribuir a la sustentabilidad y la calidad de vida, mostrando actitud creativa, empática y colaborativa.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 4.1. Diseño de estrategia de comunicación que atienda problemática ambiental
- 4.2. Implementación de propuesta de comunicación para el medio ambiente

UNIDAD V. Evaluación de propuesta de comunicación para el medio ambiente

Competencia:

Evaluar la propuesta de comunicación socioambiental, mediante el diseño de indicadores y la aplicación y evaluación de técnicas y resultados, con la finalidad de identificar áreas de oportunidad y ajustar la estrategia utilizada, con honestidad, responsabilidad y pensamiento crítico.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 5.1. Diseño de evaluación a partir de los indicadores iniciales
- 5.2. Objetivos de evaluación
- 5.3. Identificación de actores
- 5.4. Técnicas de evaluación, aplicación y resultados

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Factores sociales determinantes en el medio ambiente	<ol style="list-style-type: none"> 1. De manera individual, indagar sobre los factores sociales determinantes en el medio ambiente, en diversas fuentes fidedignas físicas y digitales. 2. Realiza un mapa conceptual, de manera digital, con la información obtenida y referenciando en formato APA. 3. Entrega al docente por medio del correo institucional. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuentes digitales y físicas ● Internet ● Equipo de cómputo ● Correo institucional ● Cuaderno de apuntes 	2 horas
2	Identificar problemática socioambiental del contexto regional.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Docente solicita organizarse por equipos, para la identificación de problemáticas del contexto regional. 2. Por equipos se realiza lluvia de ideas para la identificación de problemáticas socioambientales factibles de ser intervenidos. 3. Planteamiento de problema socioambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuentes digitales y físicas ● Internet ● Equipo de cómputo ● Correo institucional ● Cuaderno de apuntes 	2 horas
UNIDAD II				
3	Análisis de la participación social en la solución de problemáticas socioambientales.	<ol style="list-style-type: none"> 1. El o la maestra presenta una relación de casos de problemáticas socioambientales. 2. Por equipos, los estudiantes eligen una de estas problemáticas, se documentan en torno a ella y preparan argumentos para la posterior realización de un debate. 3. Debate por equipos, donde se discutan diferentes casos de problemáticas socioambientales, donde ha habido organización y participación ciudadana. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuentes digitales y físicas ● Internet ● Equipo de cómputo ● Correo institucional ● Cuaderno de apuntes 	6 horas

UNIDAD III				
4	Distinguir diferentes estrategias de comunicación ambiental.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisión de diferentes estrategias y acciones de comunicación ambiental. 2. Identificar casos donde se hayan aplicado diferentes estrategias de comunicación ambiental. 3. Selección de una estrategia de comunicación que sea pertinente para la problemática ambiental identificada. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuentes digitales y físicas ● Internet ● Equipo de cómputo ● Correo institucional ● Cuaderno de apuntes 	4 horas
UNIDAD IV				
5	Diagnóstico de un problema socioambiental del contexto regional.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Documentación en torno al caso elegido. 2. Diálogo y documentación con los actores principales del entorno estudiado. 3. Sistematización y análisis de los datos recabados 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuentes digitales y físicas ● Internet ● Grabadora ● Equipo de cómputo ● Correo institucional ● Cuaderno de apuntes 	6 horas
6	Diseño de una propuesta que atienda a una problemática socioambiental.	<ol style="list-style-type: none"> 1. A partir del diagnóstico realizado y el diálogo con los actores claves, cada equipo visualiza estrategias de comunicación que contribuyan a la solución de la problemática identificada. 2. Diseño de estrategias de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuentes digitales y físicas ● Internet ● Equipo de cómputo ● Correo institucional ● Cuaderno de apuntes 	6 horas
7	Implementación y evaluación de estrategia de comunicación socioambiental.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aplicación de la propuesta de comunicación en campo en los diferentes escenarios y medios elegidos. 2. Retroalimentación con los actores clave en torno a la propuesta implementada. 3. Evaluación de estrategia de comunicación ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuentes digitales y físicas ● Internet ● Equipo de cómputo ● Correo institucional ● Cuaderno de apuntes 	6 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Técnica expositiva
- Presentación de casos prácticos
- Moderador de debates
- Retroalimentación

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Participación
- Resolución de casos prácticos
- Debates

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Mapa mental.....	05%
- Debate por equipos.....	10%
- Análisis de estrategias de comunicación ambiental	05%
- Planteamiento de problemática socioambiental	10%
- Diagnóstico de una problemática socioambiental.....	30%
- Diseño de estrategia de comunicación.....	20%
- Implementación y evaluación de estrategia	20%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Adilson Cabral, César Bolaño, Denize Araujo, Fernando Andacht, Fernando Paulino Eds. (2017). <i>Nuevos conceptos y territorios en América Latina</i>. FELAFACS http://www.pagina42.com.br/pdfs/New_concepts_and_territories_in_Latin_America.pdf</p> <p>Asociación Empresarial para el Desarrollo, (2014). <i>Comunicación estratégica para la sostenibilidad paso a paso</i>. Recuperado de https://www.aedcr.com/sites/default/files/docs/manual_comunicacion_sostenibilidad.pdf [clásica]</p> <p>Badillo, M. (2011). <i>Una visión de la Comunicación estratégica y el desarrollo sostenible</i>. UNAD. Recuperado de https://estudios.unad.edu.co/images/ecsah/ComunicacionSocial/Ponencia_Miguel_Badillo_Una_vision_de_la_Comunicacion_estrategica_y_el_desarrollo.pdf [clásica]</p> <p>ComunicaRSE. (2014). <i>Qué puede y debe hacer la comunicación para la sustentabilidad</i>. Recuperado de https://www.comunicarseweb.com/sites/default/files/1417632245_que_puede_y_debe_hacer_la_comunicacion_por_la_sustentabilidad.pdf [clásica]</p> <p>Corbett, J.B. (2006). A spectrum of environmental ideologies. En: <i>Communicating Nature: How We Create and Understand Environmental Messages</i> (pp. 26-56). Washington, DC: Island Press. [clásica]</p> <p>Frich, A.B. (2018). <i>Semiótica ambiental: un campo emergente de articulación interdisciplinaria</i>. Tópicos del Seminario, (39), 13-36. Recuperado de:</p>	<p>Deloitte, (2012). <i>Cambio climático, ética y regulaciones para la sustentabilidad</i>. Recuperado de: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/risk/Sustentabilidad/mx(en-mx)Etica_Regulaciones.pdf [clásica]</p> <p>González, G. (2012). La representación social del cambio climático. En: <i>Revista mexicana de investigación educativa</i>, Vol 17 (No.55) p.p. 1035 – 1062. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/pdf/rmie/v17n55/v17n55a3.pdf [clásica]</p> <p>Massoni, S (2008). <i>La sustentabilidad ataca de nuevo</i>. Recuperado de: https://www.tendencias21.es/fluido/La-sustentabilidad-ataca-de-nuevo_a5.html [clásica]</p> <p>Massoni. S. (2011). <i>Comunicación estratégica: comunicación para la innovación</i>. Santa Fe, Argentina: Homosapiens. [clásica]</p> <p>OPS/OMS Archivado, C., Saludables, A., & Saludables, A. (2020). Acerca de Municipios Saludables. Recuperado de: https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=10706:about-healthy-municipalities&Itemid=820&lang=es#:~:text=Esencialmente%2C%20un%20municipio%20saludable%20es,y%20acci%C3%B3n%20de%20las%20comunidades.&text=En%20las%20Am%C3%A9ricas%2C%20la%20OPS,marco%20de%20participaci%C3%B3n%20de%20desarrollo.</p> <p>Patri, J. (SF). <i>La comunicación ambiental, un nuevo desafío para las organizaciones</i>. Recuperado de: https://industriaambiental.com.ar/articulo.php?id=157</p>

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-12002018000100013&lng=es&tlng=es.

INECC (2014). *Investigación en cambio climático, sustentabilidad y crecimiento verde*. Recuperado de: https://www.inecc.gob.mx/transparencia/transparencia/libro_blanco.pdf [clásica]

Krohling, K, M.,(2015). La comunicación en la gestión de la sostenibilidad en las organizaciones. En: *Revista Mediterránea de Comunicación*, 6 (2). Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/281266721_La_comunicacion_en_la_gestion_de_la_sostenibilidad_en_las_organizaciones

Leon, C. (2017). *Sandra Massoni: La comunicación como encuentro social que enactúa*. Recuperado de: <https://www.uasb.edu.ec/web/spondylus/contenido?sandra-massoni-la-comunicacion-como-encuentro-sociocultural-que-enactua>

Massoni, S. (2020). *Ambiente y sustentabilidad*. Recuperado de: <https://www.pagina12.com.ar/242824-ambiente-y-sustentabilidad>

Padovani, C., & Calabrese, A. (2014). *Communication rights and social justice*. Colorado, USA: Palgrave Mcmillan.

Pairoba, C. (2013). *Hacia una comunicación científica sustentable*. Recuperado de: <http://planetciencia.blogspot.com/2013/07/hacia-una-comunicacion-cientifica.html> [clásica]

Teso, G., Fernández-Reyes, R., Piñuel Raigada, J.L. (2018). *Comunicación para la sostenibilidad: el cambio climático en los medios*. Madrid: Fundación Alternativas

UNAM, (2014). *Cambio climático, miradas de género*.

Rosales, S. (2009). *El discurso del cambio climático y de las medidas de aceptación*. México: Universidad Pedagógica Nacional [clásica]

Recuperado de:
<https://sustentabilidad.unam.mx/pdf/publicaciones/generoycc.pdf> [clásica]

Vila, V. (2019). *La comunicación estratégica para la implantación de los ODS en el sector salud*. Valencia, España: Universitat Jaume, Recuperado de: http://espacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:master-CEE-SyRSC-Vvila/Vila_Vives_Victoria_TFM.pdf

Wilkins, K., Tufte, T., & Obregon, R. (2014). *The handbook of development communication and social change*. Chichester, England: Wiley-Blackwell. [clásica]

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje debe contar con título en Ciencias de la Comunicación o áreas afines, con experiencia docente y profesional en comunicación ambiental. Experiencia en la gestión de proyectos socioambientales. Preferentemente con especialización o cursos de actualización profesional en materia ambiental. Como habilidades se requiere contar con una actitud proactiva, responsable y respeto por el entorno.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Realización de Contenidos Audiovisuales
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 06 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 10**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Claudia Iveth Becerra Lugo
Alfonso Uriel Canales Félix
Joaquín Chávez Espinosa
Christian Aracely Vargas Esparza

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje brinda los conocimientos sobre las herramientas digitales y los nuevos medios audiovisuales, que permite al estudiante producir diversos contenidos audiovisuales. Se encuentra en la etapa disciplinaria con carácter obligatoria, dentro del área de conocimiento de Ecosistema Mediático.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Producir contenidos mediáticos audiovisuales, para mejorar las condiciones de representación e intercambio en los procesos de comunicación mediática, a través del uso del lenguaje audiovisual, con una actitud creativa, responsable y de excelencia.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Proyectos audiovisuales; que integre la etapa de diseño, los proceso de producción, el desarrollo de contenidos y su gestión en plataformas en línea.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Introducción a la producción audiovisual

Competencia:

Analizar las posturas de la producción audiovisual, mediante la identificación de los elementos de la sintaxis, para adentrarse al lenguaje audiovisual, con actitud creatividad y compromiso.

Contenido:

Duración: 5 horas

- 1.1. Diferencias entre medios audiovisuales
 - 1.1.1. Público
 - 1.1.2. Técnicas de producción
 - 1.1.3. Contenido
 - 1.1.4. Regulación
- 1.2. Formas de escaneo para la generación de imagen en movimiento
 - 1.2.1. Entrelazado
 - 1.2.2. Progresivo
 - 1.2.3. Formatos de contenedores y Códec
- 1.4. Etapas del proceso de producción
 - 1.4.1. Preproducción
 - 1.4.2. Producción
 - 1.4.3. Postproducción
- 1.5. Géneros de la producción audiovisual
 - 1.5.1. Ficción
 - 1.5.2. No-Ficción
 - 1.5.3. Publicitario
 - 1.5.4. Informativo
 - 1.5.5. Docudrama
 - 1.5.6. Entretenimiento

UNIDAD II. Lenguaje audiovisual

Competencia:

Aplicar el lenguaje audiovisual, mediante el uso técnico de los diversos elementos que lo componen, para realizar un producto audiovisual, con paciencia, disciplina y perseverancia.

Contenido:

Duración: 5 horas

2.1. Lenguaje audiovisual

- 2.1.1. Plano, escena y secuencia
- 2.1.2. Movimientos y ángulos
- 2.1.3. Composición
- 2.1.4. Fotograma por segundo
- 2.1.5. El sonido como elemento narrativo
- 2.1.6. Diseño sonoro
- 2.1.7. Musicalización

2.2. Iluminación

- 2.2.1. Funciones de la luz
- 2.2.2. Balance de blanco
- 2.2.3. Exposimetría
- 2.2.4. Sistema triangular de iluminación, en interior y exterior
- 2.2.5. Modificadores de luz y sus efectos
- 2.2.6. Esquemas de iluminación
 - 2.2.6.1. Softlight
 - 2.2.6.2. Claroscuro
 - 2.2.6.3. Iluminación para Chroma Key

2.3. Sonido

- 2.3.1. Tipos de micrófono: Lavalier, boom y micrófono unidireccional
- 2.3.2. Patrones polares: Cardioide, Omnidireccional y Bidireccional
- 2.3.3. Tipos de recurso: Voz, música y sonido
- 2.3.4. Transiciones y elipsis

2.4. Teoría del Montaje audiovisual

- 2.4.1. El eje (Regla de los 180 grados)

UNIDAD III. Preproducción

Competencia:

Planificar las necesidades del proyecto audiovisual, a partir de establecer un flujo de trabajo y su organización, para determinar sus necesidades de producción, con actitud lógica y creativa.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 3.1. Aspectos organizativos de una producción
- 3.2. Diseño y desarrollo de un concepto audiovisual
- 3.3. Público meta y audiencia
- 3.4. Guión técnico
 - 3.4.1. Storyboard
 - 3.4.2. Breakdown
 - 3.4.3. Plan de producción
 - 3.4.4. Shot list
- 3.5. Diseño de arte
 - 3.5.1. Caracterización de personajes
 - 3.5.2. Vestuario
 - 3.5.3. Maquillaje
- 3.6. Escenografía
- 3.7. Plan de producción
- 3.8. Scouting

UNIDAD IV. Producción

Competencia:

Aplicar el concepto del proyecto audiovisual, a partir de la técnica seleccionada, para el correcto funcionamiento del proyecto, con actitud colaborativa, eficacia y congruencia.

Contenido:

Duración: 5 horas

4.1. Continuidad

4.1.1. Espacio y tiempo cinematográfico

4.1.1.1. Uso del espacio cinematográfico

4.1.1.2. Uso del tiempo cinematográfico

4.1.2. Técnicas de cobertura

4.1.2.1. Master shot

4.1.2.2. Multicámara

4.1.2.3. Cámara única

4.1.3. Toma triple

4.1.3.1. Multicámara

4.1.3.2. Cámara única

4.1.4. Continuidad estática y dinámica

4.2. Entrevista

4.2.1. Funciones

4.2.2. Tipos de entrevista

4.2.3. Etapas de la entrevista

4.2.3.1. Desarrollo

4.2.3.2. Realización

4.3. El plano-contraplano

4.4. Coordinación del equipo de producción

4.5. Producción de Chroma Key

4.6. Aspectos técnicos de la captura de sonido e imagen

4.7. Dirección en un proyecto audiovisual

UNIDAD V. Post producción

Competencia:

Definir el ensamblaje del proyecto audiovisual, a partir de la técnica de montaje, para establecer la narrativa adecuada del proyecto, con trabajo colaborativo, congruencia y respeto.

Contenido:

Duración: 5 horas

- 5.1. Selección y organización de archivos
- 5.2. El montaje
 - 5.2.1. Técnicas y características del montaje para la transmisión en vivo
 - 5.2.2. Técnicas y características del montaje en video digital
 - 5.2.3. Ritmo
- 5.3. Programas de edición no lineal
 - 5.3.1. Corrección de color
 - 5.3.2. Colorimetría
 - 5.3.3. Corrección de audio
 - 5.3.4. Diseño de identidad visual del proyecto
 - 5.3.5. Cortes y transiciones
 - 5.3.6. Uso de recursos: Títulos, textos, efectos y animación
 - 5.3.7. VFX y Chroma key
 - 5.3.8. Edición multicámara

UNIDAD VI. Divulgación de contenidos audiovisuales

Competencia:

Definir los canales de difusión, a través de una estrategia de medios, para valorar la pertinencia del público meta, con eficacia, objetividad y organización.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 6.1. Estudio de producción
- 6.2. Roles del personal en el estudio
- 6.3. Escaleta
- 6.4. Ensayo y Timing
- 6.5. Sistemas de producción digital multicámara
- 6.6. Optimización de tamaño y exportación
 - 6.6.1. Divulgación de video bajo demanda (VoD)
 - 6.6.2. Divulgación de video en vivo (Streaming)
 - 6.6.3. Calidad, resolución y tamaño de los videos
- 6.7. Normatividad

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD II				
1	Reconocimiento del lenguaje audiovisual, captura de planos y tomas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Captura de la imagen con sus respectivas indicaciones. 3. Analiza producciones audiovisuales. 4. Adquiere referentes de producciones de diferentes géneros. 5. Identifica en las producciones los elementos que permiten la función narrativa adecuada. 6. Entrega ejercicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). • Simulador de esquemas de iluminación. 	9 horas
UNIDAD III				
2	Descripción del proyecto y desarrollo del guión	<ol style="list-style-type: none"> 1. Da seguimiento a indicaciones por parte del docente. 2. Plantea una propuesta para la realización de Spot publicitario. 3. Desarrolla guión técnico. 4. Elabora propuesta. 5. Presenta propuesta audiovisual. 6. Retroalimentación por parte del docente. 7. Entrega de evidencia en formato digital. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Cámara de video, tripie, micrófono • Software de edición no lineal 	10 horas
UNIDAD IV				
3	Realización del registro audiovisual	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las recomendaciones por parte del docente. 2. Plantea una propuesta de producción para la realización de video institucional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Cámara de video, tripie, micrófono • Software de edición no lineal 	19 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 3. Desarrolla guión técnico. 4. Realiza producción. 5. Presenta video institucional. 6. Retroalimentación por parte del docente. 7. Entrega de evidencia en formato digital. 		
UNIDAD V				
4	Montaje de la producción	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las recomendaciones por parte del docente. 2. Plantea producción con énfasis en montaje para la realización de video clip. 3. Desarrolla guión técnico, puntualizando el montaje. 4. Realiza producción utilizando técnica de Chroma Key. 5. Ensamblaje de la producción 6. Presenta video clip. 7. Retroalimentación por parte del docente. 8. Entrega de evidencia en formato digital. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Cámara de video, tripie, micrófono. • Equipo de iluminación • Estudio. • Software de edición no lineal. 	18 horas
5	Montaje de la producción	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las recomendaciones por parte del docente. 2. Plantea producción con énfasis en montaje para la realización de video ficción. 3. Desarrolla guión técnico, puntualizando el montaje. 4. Realiza producción. 5. Ensamblaje de la producción 6. Realiza ajustes en el tratamiento de la imagen, proponiendo una paleta de color 7. Presenta video de ficción. 8. Retroalimentación por parte del 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Cámara de video, tripie, micrófono. • Software de edición no lineal. 	18 horas

		docente. 9. Entrega de evidencia en formato digital.		
UNIDAD VI				
6	Distribuir los contenidos audiovisuales considerando la audiencia meta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las recomendaciones por parte del docente. 2. Plantea propuesta de contenido de divulgación. 3. Investiga diferentes fuentes bibliográficas, orales y documentales. 3. Desarrolla propuesta de escaleta y guion técnico. 4. Realiza entrevistas. 5. Producción de contenido. 6. Ensamblaje de la producción. 7. Presenta video de ficción. 8. Retroalimentación por parte del docente. 9. Entrega de evidencia en formato digital. 10. Distribución de Streaming. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Consulta de recursos bibliográficos. • Internet. • Cámara de video, tripie, micrófono. • Software de edición no lineal. 	21 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Presenta información sobre los conceptos básicos
- Presenta y resuelve ejercicios prácticos relacionados con las temáticas
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Elabora y aplica evaluaciones
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y evalúa reportes de prácticas y actividades

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investiga y analiza información sobre conceptos básicos
- Resuelve ejercicios prácticos proporcionados por el profesor
- Realiza las prácticas de taller
- Presenta evaluaciones
- Participa activamente en clase
- Elabora y entrega reportes de prácticas
- Trabaja en equipo
- Elabora y entrega actividades en tiempo y forma

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Ejercicios y participaciones.....10%
- Proyectos audiovisuales
 - Práctica de spot publicitario..... 10%
 - Práctica de video institucional..... 20%
 - Práctica de video clip 20%
 - Práctica de ficción..... 15%
 - Práctica de contenido educativo..... 25%
- Total.....100%**

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Academia, V. I. V. A. T. (2019). Art direction and advertising production: analyze, connect, experiment, and create. Vivat Academia, (147), 65-86.</p> <p>Andersson, B. (2015). <i>The DSLR Filmmaker's Handbook: Real-World Production Techniques</i>. Estados Unidos: John Wiley & Son.</p> <p>Ascher, E. y Pincus, E. (2009). <i>The Filmmaker's Handbook: A Comprehensive Guide for the Digital Age</i>. Estados Unidos: Penguin Group. [clásica]</p> <p>Brown, B. (2019). <i>Motion picture and video: Lighting for cinematographers, gaffers and lighting technicians</i>. Nueva York: A focal Press Book.</p> <p>Clark, B., Spohr, S., Higginbotham, D., y Bakhrú, K. (2019). <i>The Guide to Managing Postproduction for Film, TV, and Digital Distribution</i>. Nueva York: Routledge</p> <p>Edgar-Hunt, R. (2015). <i>Bases del cine: Dirección</i>. Barcelona: Parramón ediciones. [clásica]</p> <p>Lancaster, K. (2019). <i>Basic Cinematography: A Creative Guide to Visual Storytelling</i>. Nueva York: Routledge.</p> <p>Fernández, A. P. (2015). <i>Fundamentos de producción y gestión de proyectos audiovisuales</i>. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.</p> <p>McLean, A. L., Stutesman, D., Desjardins, M., Black, P., y de Perthuis, K. (2016). <i>Costume, Makeup, and Hair</i>. Estados Unidos: Rutgers University Press.</p>	<p>Adobe. (2020). Guía del usuario de Premiere Pro. Obtenido de https://helpx.adobe.com/es/premiere-pro/user-guide.html</p> <p>Apple. (2020). Manual del usuario de Final Cut Pro. Obtenido de https://support.apple.com/es-mx/guide/final-cut-pro/ver92663661d/mac</p> <p>Fissoun, D. (2020). Color correction with Davinci Resolve 16. Obtenido de Blackmagic Design: https://www.blackmagicdesign.com/support/</p> <p>Guildhall School of Music & Drama. (2019). Filmmaking Masterclass with Final Cut Pro X. Obtenido de Youtube: https://youtu.be/H883qIGV48E</p> <p>Gyncild, B., & Fridsma, L. (2019). Adobe After Effects CC 2019 release classroom in a Book: The official training workbook from Adobe. Adobe Press.</p> <p>Harte, L. (2008). Introduction to Data Multicasting, IP Multicast Streaming for Audio and Video Media Distribution. Althos. [clásica]</p> <p>Jago, M. (2017). Adobe Premiere Pro CC Classroom in a Book (2017 release): Adobe Prem Pro CC in Bk_p1. Adobe Press.</p> <p>Jago, M. (2019). Adobe Audition CC classroom in a book: the official training workbook from Adobe. Adobe Press.</p>

Murch, W. (2001). *In the blink of an eye: A perspective on Film Editing*. Los Angeles: Silman-James Press. [clásica]

Salas, A. Z. (2015). *Manual de producción audiovisual para diseñadores*. Distrito Federal: Ediciones Universidad Autónoma de México.

Sánchez, R. C. (2012). *Montaje cinematográfico: Arte de movimiento*. Distrito Federal: Ediciones Universidad Autónoma de México. [clásica]

Shiel, M., Schleier, M., Tashiro, C., Prince, S., y Connor, J. D. (2015). *Art Direction and Production Design (Vol. 9)*. Rutgers University Press.

Soto, J. A. (2016). *Manual de producción audiovisual*. México: Ediciones UC.

Stewart, P. (2017). *The Live-Streaming Handbook: How to create live video for social media on your phone and desktop*. Nueva York: Routledge.

Valdez, S. C. (2017). *Arte y gestión de la producción audiovisual*. Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).

Worthington, C. (2009). *Bases del cine: Producción*. Barcelona: Parramón. [clásica]

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Realización de Contenidos Audiovisuales debe contar con título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Medios Audiovisuales, Cinematografía o área afín, preferentemente con el dominio de elementos del lenguaje audiovisual, los formatos y la estética de la imagen en movimiento; con habilidades y experiencia en el diseño, producción, postproducción, streaming y gestión de contenidos audiovisuales; con estudios de posgrado y dos años de experiencia docente. Ser proactivo, analítico y que fomente el trabajo en equipo.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Diagnóstico de la Comunicación en las Organizaciones
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Graciela Paz Alvarado
Nina Alejandra Martínez Arellano
Maria De Jesús Montoya Robles
Yazmín Vargas Gutiérrez
Elsa Del Carmen Villegas Moran

Fecha: 16 de diciembre de 2020

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

A través de la presente unidad de aprendizaje Diagnóstico de la Comunicación en las Organizaciones, el estudiante obtendrá conocimientos teórico-prácticos que le permitan conocer los diferentes procesos de comunicación integral que acontecen en la dinámica cotidiana en las organizaciones sociales, esto será de utilidad para que el estudiante cuente con las herramientas para realizar diagnósticos de comunicación en los entornos organizacionales. Se encuentra ubicada en la etapa disciplinaria del plan de estudios del programa educativo de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, es de carácter obligatorio, no precisa requisitos previos para cursarla, sin embargo, es recomendable haber cursado Fundamentos de Comunicación en las Organizaciones como conocimientos previos; y pertenece al área de conocimiento de “Comunicación Integral en las Organizaciones”. El curso se divide en cinco unidades académicas, en la primera se refiere al diagnóstico organizacional, en la segunda unidad se observan los modelos fundacionales del diagnóstico de la comunicación organizacional, en la tercera se consideran las herramientas de diagnóstico organizacional estratégico, en la cuarta unidad, se aborda la gestión del diagnóstico de comunicación organizacional, y en la quinta, se analizan los resultados del diagnóstico de comunicación organizacional.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diagnosticar el estado actual de los procesos de interacción y comunicación interna y externa que acontecen en las organizaciones sociales, mediante los principios conceptuales y metodológicos de la comunicación organizacional, a fin de localizar las áreas de oportunidad para la, con honestidad, actitud crítica y responsabilidad social.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Un diagnóstico descriptivo de un caso real sobre el estado en que se encuentra la comunicación organizacional interna o externa en la organización, a partir de la valoración de los elementos que constituyen sus procesos de comunicación.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

UNIDAD I. El diagnóstico organizacional

Competencia:

Distinguir las perspectivas teórico-metodológicas que se utilizan en la gestión del diagnóstico de la comunicación en las organizaciones, a partir de la exploración de los supuestos que las constituyen, para operar proyectos de análisis comunicacional, con respeto a la diversidad y actitud crítica.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 1.1. Definición y antecedentes del diagnóstico organizacional
- 1.2. Perspectivas del diagnóstico organizacional
 - 1.2.1. El diagnóstico funcional
 - 1.2.2. El diagnóstico cultural
- 1.3. Perspectivas metodológicas de los diagnósticos de comunicación
 - 1.3.1. Métodos y técnicas del diagnóstico de la comunicación
 - 1.3.2. Objetivos de los diagnósticos de comunicación en las organizaciones
 - 1.3.3. Los resultados de los diagnósticos de la comunicación
- 1.4. Elementos del diagnóstico de comunicación organizacional
 - 1.4.1. Generación de información. De los objetivos a los instrumentos de recolección
 - 1.4.2. Organización de la información. Integración de los datos empíricos
 - 1.4.3. Análisis e interpretación de la información



UNIDAD II. Modelos fundacionales del diagnóstico de la comunicación organizacional

Competencia:

Determinar las variables que distinguen a los modelos fundacionales del diagnóstico de la comunicación organizacional, a través de la identificación y comparación de las perspectivas epistemológicas, para el diseño de herramientas procedimentales del diagnóstico, con pensamiento crítico, analítico y honestidad.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 2.1. Communication Satisfaction Questionnaire
- 2.2. Organizational Communication Development
- 2.3. Communication Audit Questionnaire

UNIDAD III. Herramientas de diagnóstico organizacional estratégico

Competencia:

Analizar el entorno organizacional, a través de las herramientas del diagnóstico estratégico, para definir la situación en la que se encuentran los procesos comunicacionales micro y macro de la organización, con respeto a la diversidad, pensamiento crítico y responsabilidad social.

Contenido:**Duración:** 6 horas

3.1. PESTEL y FODA:herramientas estratégicas para la comunicación organizacional

3.1.1. Análisis del entorno organizacional

3.1.2. El análisis PESTEL

3.1.3. El FODA, un análisis estratégico para la comunicación en la organización

UNIDAD IV. La gestión del diagnóstico de comunicación organizacional

Competencia:

Gestionar un espacio organizacional para la implementación de un diagnóstico comunicacional, a través del despliegue de las herramientas metodológicas y el uso de sus habilidades de comunicación oral y escrita, con la finalidad de generar un sistema de información que permita identificar áreas de oportunidad y mejora continua en la organización, con respeto, empatía y liderazgo.

Contenido:

Duración: 6 horas

4.1. Acciones para la gestión de diagnóstico en la organización.

4.1.1. El primer contacto. Establecimiento del alcance y objetivos del diagnóstico

4.1.2. El brief. La conversación con el cliente y el establecimiento de necesidades, intereses y expectativa

4.1.3. El plan de trabajo, cronograma y presupuesto

4.1.4. Operación del diagnóstico. El despliegue de las herramientas

UNIDAD V. Análisis y resultados del diagnóstico de comunicación organizacional

Competencia:

Integrar un informe del diagnóstico, a partir de la sistematización y el análisis de la información producto del proceso de investigación realizado en el entorno micro y macrosocial de la organización, para instalar la conversación y definir las pautas de acción alineadas a los objetivos organizacionales, con respeto, empatía y liderazgo.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 5.1. Integración, análisis e interpretación de la información
- 5.2. Identificación de áreas de oportunidad para la toma de decisiones
- 5.3. Redacción del informe diagnóstico
- 5.4. Presentación de resultados al cliente

VI. ESTRUCTURA LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Exploración de los supuestos teórico-metodológicos del diagnóstico organizacional.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza búsqueda documental 2. Atiende las indicaciones del docente para recopilar las evidencias prácticas sobre diagnósticos 3. Realiza reportes de lectura 4. Genera información 5. Organiza datos 6. Analiza e interpreta información 7. Diseña infografía 8. Utiliza las normas del formato APA 9. Entrega al docente por medio del correo institucional 	<ul style="list-style-type: none"> • Lecturas • Computadora • Internet • Pizarrón • Cañón • Fotocopias • Bases de datos 	8 horas
UNIDAD II			•	
2	Identificación de modelos fundacionales del diagnóstico de la comunicación organizacional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para búsqueda de información 2. Realiza búsqueda cuestionario 	<ul style="list-style-type: none"> • Lecturas • Pizarrón • Cañón • Internet • Bases de datos 	6 horas

		<p>de satisfacción de la comunicación</p> <p>3. Realiza tabla comparativa de los modelos de diagnóstico</p> <p>4. Diseña instrumento de diagnóstico de comunicación.</p> <p>5. Utiliza las normas del formato APA</p> <p>6. Entrega al docente por medio del correo institucional</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de cómputo • Programas de Cómputo • Correo institucional • 	
UNIDAD III			<ul style="list-style-type: none"> • 	
3	Herramientas de diagnóstico organizacional estratégico	<p>1. Atiende las indicaciones del docente para realizar la búsqueda de fuentes</p> <p>2. Analiza las exigencias del contexto social</p> <p>3. Comparte con el grupo y docente los resultados del análisis de herramientas estratégicas</p> <p>4. Participa en la elección de caso de estudio</p> <p>5. Decide y elige la organización objeto de análisis</p> <p>6. Utiliza las normas del formato</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lecturas • La organización objeto de análisis • Internet • Bases de datos • Equipo de cómputo • Programas de Cómputo • Correo institucional • 	6 horas

		APA 7. Entrega al docente por medio del correo institucional		
UNIDAD IV				
4	Gestión del diagnóstico de comunicación organizacional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elige la organización objeto de análisis 2. Realiza acciones para la gestión de diagnóstico en la organización 3. Realiza el primer contacto. 4. Diseña el plan de trabajo, cronograma y presupuesto 5. Opera del diagnóstico 6. Utiliza las normas del formato APA 7. Informa al docente por medio del correo institucional 	<ul style="list-style-type: none"> • La organización objeto de análisis • Internet • Bases de datos • Equipo de cómputo • Programas de Cómputo • Correo institucional 	6 horas
UNIDAD V				
5	Análisis y resultados del diagnóstico de comunicación organizacional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza la interpretación y el análisis de la información 2. Identifica las áreas de oportunidad para la toma de decisiones 3. Redacta el informe del diagnóstico 4. Presenta los resultados al cliente 5. Utiliza las normas del formato APA 6. Informa al docente por medio del correo institucional 	<ul style="list-style-type: none"> • La organización objeto de análisis • Internet • Bases de datos • Equipo de cómputo • Programas de Cómputo • Correo institucional Internet • Cañón 	6 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Proporciona recursos bibliográficos sobre diagnóstico de comunicación
- Supervisa y dirige prácticas
- Organiza pláticas con empleadores para diagnóstico de comunicación
- Diseña práctica académica
- Revisa, retroalimenta y evalúa tareas, prácticas del diagnóstico de comunicación
- Propicia la participación activa del estudiante

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Busca y analiza recursos bibliográficos sobre diagnóstico de comunicación
- Analiza ejemplos de diagnóstico de comunicación
- Realiza prácticas del diagnóstico de comunicación
- Participa en pláticas con empleadores para diagnóstico de comunicación
- Participa activamente en clase
- Atiende indicaciones del docente

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.

Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

Reportes de lecturas	10%
Participación continua.....	10%
Dos exámenes parciales (2 x10%).....	20%
Gestión del diagnóstico en la organización.....	20%
Diagnóstico en la organización	20%
Informe final del diagnóstico.....	20%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Arévalo, R. I. & Guillén, G. (2017). <i>Introducción</i>. En Arévalo, R. I. & Guillén, G. (Orgs.), <i>La comunicación para las organizaciones en México: evolución, teoría y práctica</i>. México: S.C. Universidad Anáhuac México y Editorial Tirant.</p> <p>Gamboa, Z. A. (2016). <i>Diagnóstico y estrategia de comunicación organizacional interna y externa para la municipalidad de San Miguel Petapa</i>. Guatemala. Universidad de San. Guatemala</p> <p>Garrido, F. J., Goldhaber, G., Putnam. L. (2020). <i>Fundamentos de Comunicación Organizacional: de la Organización a la Estrategia en el Siglo XXI</i>. Recuperado de: https://www.researchgate.net/profile/Francisco_Garrido7/publication/343629110_Fundamentos_de_Comunicacion_Organizacional_2020/links/5f6a6d1aa6fdcc0086345f39/Fundamentos-de-Comunicacion-Organizacional-2020.pdf</p> <p>Guzmán R. H., Herrera, R. (2019). <i>Comunicación estratégica: Interfaz relacional entre organizaciones y sus stakeholders</i>. Bogotá. Universidad Sergio Arboleda.</p>	<p>Contreras, O. E. (2015). <i>Comunicación organizacional y corporativa, las definiciones</i>. Revista DIRCOM. Recuperado en, http://www.dircomsocial.com/profiles/blogs/revista-dircom-108-comunicacion-organizacional [clásica]</p> <p>Paladines, G. F. & Abendaño R. M. (2019) (coords.). <i>Colección de Comunicación Estratégica 2019: Aportes a la comunicación interna y de crisis</i>. Ecuador: Ediloja Cía.</p>

Martínez, D. y Milla, A. (2012). *Análisis del Entorno*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de https://books.google.com.mx/books?id=LDStM0GQPkgC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false [clásica].

Parada, P. (2013). *Análisis PESTEL, una herramienta de estrategia empresarial de estudio del entorno*. Recuperado de <http://www.pascualparada.com/analisis-pestel-una-herramienta-de-estudio-del-entorno/> [clásica].

Putnam, L. L., & Mumby, D.K. (2014). (Eds.) *The SAGE Handbook of Organizational Communication: Advances in Theory, Research, and Methods*. Los Angeles, CA: Sage Publications [clásica].

Putnam, L. L., Fairhurst, G. T., & Banghart, S. (2016). Contradictions, Dialectics, and Paradoxes in Organizations: A Constitutive Approach. *The Academy of Management Annals*, 10 (1), 65-171.

Rebeil, M. A. & Arévalo, R. I. (2017). *Las organizaciones y sus procesos de comunicación: una visión integral*. En Arévalo, R. I. & Gullén, G. (coords.), *La comunicación para las organizaciones en México: evolución, teoría y práctica*. México: S.C. Universidad Anáhuac México y Editorial Tirant Lo Blanch México S. de R. L.

Rebeil, M. A. & Arévalo, R. I. (2018). *Comunicación integral para las organizaciones e instituciones: conceptualización y enfoque con responsabilidad social*. En León, G. A., Castillo, E., Montes, M. & Oliveros, L. A. (Coords.), *Tendencias críticas y nuevos retos de la comunicación*. México: Qartuppi.

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Diagnóstico de la Comunicación en las Organizaciones debe contar con título de licenciado en Ciencias de la Comunicación o área afín, con conocimientos teóricos, prácticos y metodológicos en ciencias de la comunicación; preferentemente con estudios de posgrado y mínimo dos años de experiencia docente. Debe ser creativo, facilitador del conocimiento, con experiencia profesional y docente, incluyente, tolerante y dinámico.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Análisis e Interpretación de Datos Comunicativos
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Armando Gutiérrez Ortega
María de Jesús Montoya Robles
Sheila Delhumeau Rivera

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Análisis e Interpretación de Datos Comunicativos tiene el propósito de dotar al estudiante con habilidades para integrar metodologías, referentes teóricos y aplicaciones instrumentales para la interpretación de datos comunicativos

Esta asignatura se imparte en la etapa disciplinaria con carácter obligatoria y aporta al área de conocimiento de Fundamentos de la Comunicación

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Valorar diversas formas de información y datos, empleando los referentes teórico-metodológicos y los instrumentos de aglomeración, análisis y representación de datos, para la toma de decisiones y la comprensión de los procesos de significación e interacción en el ecosistema de comunicación contemporáneo, mostrando sentido crítico, responsabilidad y creatividad.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

1. Estudios de caso en los que se analice y reflexiones sobre el uso, aplicación, alcances y tipo de soluciones que los distintos protocolos y técnicas de recuperación y análisis de datos generaron para la industria de la producción de contenidos mediáticos o el campo de las interacciones comunicativas; que integre los siguientes elementos:

2. Portafolio digital con el análisis visual que integre los siguientes elementos: Introducción, estado del arte, metodologías, definición del contexto, perspectiva metodológica, análisis y referencias de los estudios de caso.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. La información

Competencia:

Comparar la naturaleza de la información, por medio del estudio de sus fuentes, técnicas de integración y análisis de datos, para configurar estrategias de búsqueda, evaluación y agrupamiento de datos, mostrando responsabilidad y sentido crítico.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 1.1. El valor de las fuentes de la información
- 1.2. Calidad de la información
- 1.3. Tipología de los documentos
 - 1.3.1. Textuales
 - 1.3.2. Hipertextuales
 - 1.3.3. Multimediales
 - 1.3.4. Hipermediales
- 1.4. Técnicas de recuperación de la información en bases de datos
- 1.5. Aplicaciones para la integración de datos en línea
- 1.6. Técnicas de análisis de datos

UNIDAD II. Minería de opinión

Competencia:

Aplicar los enfoques de análisis de minería de opinión, por medio de la revisión de los alcances y funcionalidad instrumental de los recursos tecnológicos de esta técnica, para la descripción de información vinculada con las reacciones de los usuarios de interfaces digitales, evidenciando responsabilidad, ética profesional y sentido crítico.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 2.1. Definiciones y alcances
- 2.2. Enfoques de análisis
 - 2.2.1. Palabras clave
 - 2.2.2. Afinidad léxica
 - 2.2.3. Correlaciones estadísticas
 - 2.2.4. Técnicas de nivel de concepto
- 2.3. Herramientas de minería de opinión
 - 2.3.1. Google-POMS
 - 2.3.2. Google N-gram
 - 2.3.3. Opinión Finder

UNIDAD III. Minería de datos

Competencia:

Aplicar los enfoques de análisis de minería de datos, por medio de la revisión de los alcances y funcionalidad instrumental de los recursos tecnológicos de esta técnica, para la descripción de los resultados vinculados con las expresiones de los usuarios de interfaces digitales, evidenciando respeto por las normas, responsabilidad y sentido crítico.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 3.1. Principios básicos y alcances
- 3.2. El proceso de la minería de datos
 - 3.2.1. Selección del conjunto de información
 - 3.2.2. Análisis de las propiedades de los datos
 - 3.2.3. Pre procesamiento de datos
 - 3.2.4. Selección y aplicación de técnica de minería
 - 3.2.5. Extracción de datos
 - 3.2.6. Interpretación
- 3.3. Técnicas de minería de datos
 - 3.3.1. Regresión lineal
 - 3.3.2. Árboles de decisión
 - 3.3.3. Clustering

UNIDAD IV. Análisis de redes sociales

Competencia:

Aplicar los enfoques de análisis de redes sociales, por medio de la revisión de los alcances y funcionalidad instrumental de los recursos tecnológicos de esta técnica, para la integración y análisis de información vinculada con las reacciones, expresiones, niveles de interacción, de los usuarios de interfaces digitales, evidenciando respeto por las normas, responsabilidad y sentido crítico

Contenido:

Duración: 8 horas

- 4.1. Definiciones y alcances
- 4.2. Tipología de los análisis
 - 4.2.1. Interacciones y estructura de la red
 - 4.2.2. Procesamiento de lenguaje
 - 4.2.3. Procesamiento de eventos complejos
 - 4.2.4. Minería de datos
- 4.3. Proceso de análisis
 - 4.3.1. Identificación de fuentes
 - 4.3.2. Extracción de base de datos
 - 4.3.3. Depuración informativa
 - 4.3.4. Análisis
 - 4.3.5. Visualización
 - 4.3.6. Interpretación
- 4.4. Herramientas
 - 4.4.1. Google Analytics
 - 4.4.2. Twitter Analytics
 - 4.4.3. Hootsuite
 - 4.4.4. Twitonomy
 - 4.4.5. Mention map
 - 4.4.6. Foller map
 - 4.4.7. Otras

UNIDAD V. Visualización de datos

Competencia:

Sintetizar los resultados de la aplicación de cada uno de los procesos de análisis, por medio de las herramientas de visualización de datos, para la divulgación y aplicación de los resultados, con actitud analítica, responsabilidad científica y honestidad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 5.1. Definiciones y alcances
- 5.2. Aplicaciones para la comunicación
- 5.3. Tipología de los recursos de visualización de datos
- 5.4. Herramientas para la visualización de datos
 - 5.4.1. Google Fusion Table
 - 5.4.2. Infogram
 - 5.4.3. Visionars
 - 5.4.4. Tableau
 - 5.4.5. QlikView
 - 5.4.6. LightningChart
 - 5.4.7. SAS Visual Analytics
 - 5.4.8. Herramientas de código abierto

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Mapa de las fuentes y recursos de información	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del docente para elaborar el mapa de las fuentes y recursos de información. 2. Se reúne en equipos. 3. Realiza búsqueda de documental sobre las fuentes y recursos de información. 4. Elabora un mapa que muestre la calidad, tipología de documentos y fuentes, técnicas de recuperación y análisis de los datos. 5. Presenta ante el grupo 6. Entrega a docente Integra al portafolio de evidencias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información • Computadora • Internet • Cañón • Software 	4 horas
UNIDAD II				
2	Proyecto de análisis de servicios redes sociales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del docente para elaborar un proyecto de análisis de servicios de redes sociales. 2. Se reúne en equipos. 3. Realiza búsquedas en plataformas y servicios digitales de redes sociales. 4. Analiza los perfiles de opinión aplicando las herramientas Google-POMS, Google N-gram y Opinión Finder de acuerdo al caso. 5. Elabora un reporte que integre 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información • Computadora • Internet • Cañón • Software 	6 horas

		<p>el análisis de la información de las reacciones de los usuarios.</p> <p>6. Presenta ante el grupo</p> <p>7. Entrega a docente</p> <p>Integra al portafolio de evidencias.</p>		
UNIDAD III				
3	Proyecto de minería de datos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del docente para elaborar un proyecto de minería de datos. 2. Se reúne en equipos. 3. Realiza búsquedas en plataformas y servicios digitales sobre perfiles expresiones de usuarios. 4. Analiza los perfiles de expresiones de usuarios aplicando las herramientas regresiones lineales, árboles de decisión y <i>clustering</i> de acuerdo al caso. 5. Elabora un reporte que integre el análisis de la información de las expresiones de los usuarios. 6. Presenta ante el grupo. 7. Entrega a docente. <p>Integra al portafolio de evidencias.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información • Computadora • Internet • Cañón • Software 	6 horas
UNIDAD IV				
4	Proyecto de minería de datos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del docente para elaborar un proyecto de minería de datos. 2. Se reúne en equipos. 3. Realiza búsquedas en plataformas y servicios de redes sociales sobre estructura de interacciones de 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información • Computadora • Internet • Cañón • Software 	8 horas

		<p>la red, procesamiento del lenguaje y procesos complejos, y minería de datos.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Analiza la información aplicando las pertinentes. 5. Elabora un reporte que integre el análisis de la información. 6. Presenta ante el grupo 7. Entrega a docente <p>Integra al portafolio de evidencias.</p>		
UNIDAD V				
5	Reporte analítico visual	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del docente para elaborar un reporte analítico visual. 2. Se reúne en equipos. 3. Sistematiza los resultados de los procesos de análisis previos. 4. Selecciona la herramienta adecuada para su visualización. 5. Elabora el reporte visual de los resultados previos. 6. Elabora la presentación. 7. Presenta ante el grupo. 8. Entrega a docente. <p>Integra al portafolio de evidencias.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información • Computadora • Internet • Cañón • Software 	8 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Proporciona recursos bibliográficos sobre el análisis e interpretación de datos comunicativos en medios digitales
- Explica temáticas a través de la técnica expositiva
- Proporciona y analiza casos de estudio con el grupo
- Diseña y aplica evaluaciones
- Organiza reflexiones grupales sobre los análisis de datos comunicativos
- Propicia la participación activa del estudiante
- Muestra el uso de herramientas digitales para el análisis e interpretación de información

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Consulta recursos bibliográficos sobre análisis e interpretación de datos comunicativos en medios digitales
- Participa en reflexiones grupales sobre estudios de caso
- Participa activamente en clase
- Se integra en equipos para realizar análisis opiniones, reacciones e interacciones de usuarios
- Aplica herramientas digitales para el análisis e interpretación de información
- Realiza reportes de análisis
- Atiende instrucciones de docente

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Tareas.....	30%
- Presentaciones.....	20%
- Evidencia 1 Estudios de caso..... (reportes de práctica)	30%
- Evidencia 2 Portafolio digital.....	20%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Agrawal, R. (2018). <i>Extracting knowledge from opinion mining</i>. Pennsylvania: IGI Global.</p> <p>Barabási, A., y Pósfai, M. (2016). <i>Network science</i>. Cambridge: Cambridge University Press.</p> <p>Bathia, S., Chaudhary, P., y Dey, N. (2020). <i>Opinion mining in information retrieval</i>. Berlin: Springer.</p> <p>Chen, M., Feixas, M., Viola, I., Bardera, A., Shen, H., y Sbert, M. (2016). <i>Information theory tools for visualization</i>. Natick, Estados Unidos: A K Peters.</p> <p>Crane, H. (2018). <i>Probabilistic foundations of statistical network analysis</i>. Londres: Chapman and Hall.</p> <p>Healy, K. (2018). <i>Data Visualization: A Practical Introduction</i>. Princeton, Estados Unidos: Princeton University Press.</p> <p>Jones, H. (2018). <i>Analítica de datos: La guía definitiva de análisis de Big Data para empresas, técnicas de minería de datos, recopilación de datos y conceptos de inteligencia empresarial</i>. Bravex Publications.</p> <p>Jones, H. (2019). <i>Ciencia de Los Datos: La Guía Definitiva Sobre Análisis de Datos, Minería de Datos, Almacenamiento de Datos, Visualización de Datos, Big Data Para Empresas Y Aprendizaje Automático Para Principiantes</i>. Bravex Publications.</p> <p>Kadushin, C. (2012). <i>Understanding Social Networks: Theories, Concepts, and Findings</i>. Oxford: Oxford University Press.</p>	<p>Bakshi, R. K., Kaur, N., Kaur, R., & Kaur, G. (2016, March). Opinion mining and sentiment analysis. In 2016 3rd International Conference on Computing for Sustainable Global Development (INDIACom) (pp. 452-455). IEEE.</p> <p>Cairo, A. (2016). <i>The Truthful Art: Data, Charts, and Maps for Communication</i> (1a. ed.). New Riders Publishing.</p> <p>Covarrubias, B., Berengueres, A., y Sandell, M. (2019). <i>Visualización de Datos & Storytelling</i>.</p> <p>Gordillo, R. C. (2016). Localización de Datos de Contactos Personales Utilizando Técnicas de Minería Web y Redes Sociales. <i>Investigación e Innovación en Ingenierías</i>, 4(1).</p> <p>Injadat, M., Salo, F., & Nassif, A. B. (2016). Data mining techniques in social media: A survey. <i>Neurocomputing</i>, 214, 654-670.</p> <p>Martínez Pagés, J. J. (2017). Minería de opiniones mediante análisis de sentimientos y extracción de conceptos en Twitter.</p> <p>Reyes-Ortiz, J. A., Paniagua-Reyes, F., & Sánchez, L. (2017). Minería de opiniones centrada en tópicos usando textos cortos en español. <i>Res. Comput. Sci.</i>, 134, 151-162.</p> <p>Sun, S., Luo, C., & Chen, J. (2017). A review of natural language processing techniques for opinion mining systems. <i>Information fusion</i>, 36, 10-25.</p> <p>Wexler, S., Shaffer, J., y Cotgreave, A. (2017). <i>The Big Book of Dashboards: Visualizing Your Data Using Real-World Business Scenarios</i>. Hoboken, Estados Unidos: Wiley.</p>

Knaflic, C.N. (2015). *Storytelling with Data: A Data Visualization Guide for Business Professionals*. Hoboken, Estados Unidos: Wiley.

Marr, B. (2015). *Big Data: Using Smart Big Data, Analytics and Metrics to Make Better Decisions and Improve Performance*. Hoboken, Estados Unidos: Wiley.

Newman, M. (2017). *Networks*. Oxford: Oxford University Press.

Rafique, W., Khan, S.A., y Sohail, M. (2017). *Data mining and social network analysis on email data*. LAP LAMBERT Academic Publishing.

Ryan, L. (2018). *Visual Data Storytelling with Tableau*. Boston: Addison-Wesley Professional.

Struhl, S. (2016). *Practical Text Analytics: Interpreting Text and Unstructured Data for Business Intelligence*. Londres: Kogan Page.

Wilke, C. (2019). *Fundamentals of data visualization: a primer on making informative and compelling figures*. Newton, Estados Unidos: O'Reilly Media.

Yang, S., Beller, B., y Zheng, L. (2016). *Social Network Analysis: Methods and Examples*. Thousand Oaks, Estados Unidos: Sage Publications, Inc.

Wheelan, C. (2014). *Naked Statistics: Stripping the Dread from the Data*. Nueva York: W. W. Norton & Company.

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Análisis e Interpretación de Datos Comunicativos debe contar con título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación o área afín, con conocimientos importantes en el proceso de recuperación, valoración y estudio de información y bases de datos mediante aplicaciones y recursos digitales; preferentemente con estudios de postgrado y un año de experiencia docente. Ser entusiasta del trabajo con estudiantes con poca formación en el área, con capacidad de vincular las fuentes de información con las tendencias de investigación en el campo de la comunicación y habilidad en estrategias de enseñanza en el uso de aplicaciones.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Comunicación y Salud
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Nelly Calderón de la Barca Guerrero
Concepción Baxin Melgoza

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje es contribuir al bienestar y la calidad de vida de la población a partir del diseño de estrategias de comunicación. Su utilidad radica en que le permite al estudiante identificar las problemáticas de salud en diferentes contextos, a través de un diagnóstico, para crear y gestionar estrategias comunicativas que contribuyan a la solución de éstas. Se imparte en la etapa terminal con carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento Calidad de Vida y Bienestar

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Gestionar estrategias de comunicación para la salud, a través del diagnóstico, para la co-creación e implementación de acciones que contribuyan a la solución del problema, con creatividad, profesionalismo y responsabilidad social.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

1. Diagnóstico y diseño de estrategias de comunicación y divulgación, que responda a una problemática de salud.
2. Reporte de implementación y evaluación de las estrategias de comunicación para la salud.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Concepciones sobre salud

Competencia:

Analizar las diferentes concepciones de salud, a través de la revisión teórica, las políticas y regulaciones aplicadas a la misma, para reconocer el contexto actual e identificar las principales problemáticas de salud, con actitud reflexiva, crítica y apertura.

Contenido:

Duración: 5 horas

- 1.1. Salud vs ausencia de enfermedad
- 1.2. Salud pública: Problemas de salud en los ámbitos local, estatal, nacional y global
- 1.2. Campo de la salud en México
- 1.3. Perspectiva dialógica, bourdiana -campo-
- 1.4. Toma de decisiones con visión compleja -cómo impactan las decisiones en los diferentes componentes del sistema-
- 1.5. Políticas públicas en salud
- 1.6. Regulaciones en salud

UNIDAD II. Determinantes sociales en salud

Competencia:

Analizar las diferentes concepciones de salud, a través de la revisión teórica, las políticas y regulaciones aplicadas a la misma, para reconocer el contexto actual e identificar las principales problemáticas de salud, con actitud reflexiva, crítica y apertura.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 2.1. Descripción de los contextos económico, político, social y cultural en torno a la salud
 - 2.1.1. Estratificación
 - 2.1.1.1. Ingreso
 - 2.1.1.2. Educación
 - 2.1.1.3. Etnicidad
 - 2.1.1.4. Género
 - 2.1.2. Estructurales
 - 2.1.2.1. Condiciones de vida y trabajo
 - 2.1.2.2. Seguridad alimentaria
 - 2.1.2.3. Poder político y personal para la toma de decisiones
 - 2.1.3. Macro-globalización
 - 2.1.3.1. Derechos humanos
 - 2.1.3.2. Contexto sociopolítico
 - 2.1.3.3. Seguridad social
 - 2.1.3.4. Mercado laboral
 - 2.1.3.5. Sistema educacional
- 2.2. Identificación de problemáticas de salud en el contexto regional
- 2.3. Diagnóstico participativo en salud
- 2.4. Diseño de indicadores

UNIDAD III. Ámbitos de intervención

Competencia:

Identificar las diferentes formas y actores de la intervención en salud desde la comunicación, a través de una perspectiva dialógica y considerando la relación entre los consumos alimentarios y sus afectaciones en el organismo, el consumo responsable, percepción de riesgo y comunicación de crisis, para realizar el diagnóstico de la problemática detectada, con respeto a la diversidad, actitud proactiva y responsabilidad social.

Contenido:**Duración:** 5 horas

- 3.1. Interpersonal, intragrupal, institucional, social
- 3.2. Relación entre los consumos alimentarios y sus afectaciones en el organismo
- 3.3. Consumo responsable
- 3.4. Percepción de riesgo
- 3.5. Comunicación de crisis

UNIDAD IV. Gestión de la comunicación

Competencia:

Desarrollar estrategias de comunicación para la salud, a partir de las actividades de divulgación y mercadotecnia social, para su implementación en un grupo social determinado, con creatividad, compromiso social y empatía.

Contenido:**Duración:** 8 horas

- 4.1. Diseño de propuesta de estrategias de comunicación para la salud, apoyado en actividades de divulgación
- 4.2. Mercadotecnia social en salud
- 4.3. Segmentación de públicos, uso de lenguaje y tono
- 4.4. Producción multimedia en diferentes formatos y plataformas
- 4.5. Implementación de estrategia de comunicación para la salud

UNIDAD V. Evaluación de propuesta de comunicación para la salud

Competencia:

Diseñar la evaluación para la propuesta de comunicación y salud, a partir de los indicadores iniciales, considerando los objetivos de la misma y a los actores, para implementarla y detectar áreas de oportunidad, con honestidad, actitud objetiva y propositiva.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 5.1. Diseño de evaluación a partir de los indicadores iniciales
- 5.2. Objetivos de evaluación
- 5.3. Identificación de actores
- 5.4. Técnicas de evaluación, aplicación y resultados

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD III				
1	Revisión de estudios de caso relacionados con la comunicación para la salud.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente para la revisión de los estudios de caso relacionados con la comunicación para la salud. 2. Investiga situaciones relacionadas con la comunicación y salud. 3. Realiza diagnóstico de las situaciones para determinar la problemática y el nivel de intervención en comunicación para la salud que debería realizarse. 4. Identifica las opciones aplicables al problema detectado. 5. Presenta el reporte por escrito al docente atendiendo las características de entrega que determine. 6. Expone los resultados para su retroalimentación y evaluación. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Referencias ● Acceso a Bases de datos ● Internet ● Computadora ● Estudios de casos detectados ● Software de edición de textos. 	5 horas
UNIDAD IV				
2	Propuesta de comunicación para la salud	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente para elaborar la propuesta de comunicación para la salud. 2. A partir del diagnóstico realizado en la práctica anterior identifica las estrategias de comunicación que van a aplicar. 3. Realiza propuesta de estrategias de comunicación. 4. Entrega al docente el documento con la propuesta para su revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Referencias ● Internet ● Computadora ● Diagnóstico ● Software de edición de textos. 	5 horas

3	Diseño y producción de actividades de divulgación	<p>1. Atiende las orientaciones del docente para el diseño y producción de actividades de divulgación.</p> <p>2. A partir de la propuesta de estrategias de comunicación elaborada y el diagnóstico realiza el diseño de los mensajes y las actividades de divulgación, considerando el público al cual se dirige y el objetivo que se pretende alcanzar.</p> <p>3. Realiza la producción de las actividades de divulgación.</p> <p>4. Entrega al docente el documento con el diseño y producción de las actividades de divulgación para su revisión y retroalimentación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Referencias ● Internet ● Computadora ● Diagnóstico ● Software de edición de textos. ● Equipo de registro audiovisual ● Aplicaciones para realización audiovisual ● Elementos que requiera en función del diseño de las estrategias de comunicación elegidas. 	5 horas
4	Implementación de la estrategia de comunicación para la salud, documentación del proceso y sus resultados preliminares.	<p>1. Realiza la implementación de la estrategia de comunicación para la salud.</p> <p>2. Hace registro documental del proceso de implementación y sus resultados preliminares considerando los siguientes elementos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - audiovisual - fotografías - bitácora - experiencias del grupo social participante <p>3. Entrega al docente sus evidencias para su revisión y retroalimentación.</p> <p>4. Expone ante el grupo y el docente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Equipo de registro audiovisual ● Aplicaciones para realización audiovisual ● Elementos que requiera en función del diseño de las estrategias de comunicación elegidas. ● Computadora ● Software de edición de texto 	7 horas
UNIDAD V				
5	Diseño de la evaluación para la propuesta de comunicación y salud	<p>1. Atiende las orientaciones del docente para el diseño de la evaluación para la propuesta de comunicación social.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Indicadores y objetivos de la estrategia de comunicación ● Computadora ● Software de edición de texto 	5 horas

		<p>2. Retoma los indicadores iniciales y los objetivos de la estrategia de comunicación para el diseño de la evaluación de la propuesta de comunicación.</p> <p>3. Diseña los instrumentos de evaluación de la propuesta de comunicación para la salud considerando a los actores implicados.</p> <p>4. Entrega al docente la evaluación para su revisión y retroalimentación.</p>		
6	Evaluación de la propuesta de comunicación y salud	<p>1. Realiza la evaluación de la propuesta de comunicación y salud.</p> <p>2. Procesa la información obtenida a través de los instrumentos de evaluación.</p> <p>3. Organiza, analiza e interpreta los resultados para realizar la conclusión y detectar áreas de oportunidad.</p> <p>4. Entrega al docente los resultados de la evaluación, así como la interpretación, conclusión y la detección de áreas de oportunidad para su revisión y evaluación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Instrumentos de evaluación ● Actores implicados en la propuesta de comunicación ● Computadora ● Software de edición de texto 	5 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

Estudio de caso, método de proyectos, aprendizaje basado en problemas, técnica expositiva, debates, ejercicios prácticos, entre otras.

Estrategia de aprendizaje (alumno):

Investigación, estudio de caso, trabajo en equipo, exposiciones, visitas a campo, organizadores gráficos, resúmenes, cuadros comparativos, diseño de estrategias comunicativas, documentación audiovisual, producción de estrategias comunicativas.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales.....	10%
- Tareas.....	20%
- Exposiciones.....	10%
- Diagnóstico y diseño de estrategias.....	40%
- Reporte de implementación y evaluación.....	20%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Beltrán, S., y Ramiro, L. (2010). Comunicación para la salud del pueblo. Una revisión de conceptos básicos. <i>Estudios sobre las Culturas Contemporáneas</i>, XVI. (31),17-65. Recuperado de: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=316/31613952002 [clásica]</p> <p>Martínez, C. A., y Sosa, M. S. (2016). Aportaciones y diferencias entre comunicación en salud, comunicación para el desarrollo y para el cambio social. <i>Revista de Comunicación y Salud</i>, 6, 69–80.</p> <p>Montes de Oca, A., y Rizk, M. (2014). La comunicación para la salud y el desafío del enfoque ecosistémico. <i>Comunidad y Salud</i>, 12(2, Supl. Supl), 28-35. Recuperado de: http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1690-32932014000300006&lng=es&tlng=es [clásica]</p> <p>Ríos, I. (2011). Comunicación en salud: conceptos y modelos teóricos. <i>Perspectivas de la comunicación</i>, 4, 123-140 [clásica]</p> <p>Romaní, F., Carreazo, J.P., Aguilar J.M., y Espinoza, D.H. (2018). La divulgación científica en el campo de la salud pública: La experiencia del Instituto Nacional de Salud. <i>Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Publica</i>, 35(3), 515-522. Recuperado de https://dx.doi.org/10.17843/rpmesp.2018.353.3640</p> <p>Rojas-Rajs, S., & Jarillo, S. E. (2013). Comunicación para la salud y estilos de vida saludables: aportes para la reflexión desde la salud colectiva. <i>Interface - Comunicação, Saúde, Educação</i>, 17(46),587-599. Recuperado de</p>	<p>Bodison, S. (2015). Engaging the Community in the Dissemination, Implementation, and Improvement of Health-Related Research. <i>Clinical and Translational Science</i>, 8(6), 814–819. Recuperado de https://doi.org/10.1111/cts.12342</p> <p>Dahlstrom M. F. (2014). Using narratives and storytelling to communicate science with nonexpert audiences. <i>Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America</i>, 111 Suppl 4(Suppl 4), 13614–13620. Recuperado de https://doi.org/10.1073/pnas.1320645111 [clásica]</p> <p>Magaña, P., Patiño M. L. (2018). <i>La creación de historias de ciencia. Introducción al periodismo de la ciencia</i>. Sociedad Mexicana para la Divulgación de la Ciencia y la Técnica, A.C. (1a ed.) CDMX, México: Somedicyt.</p> <p>Peña-de León, A., Amezcua-Núñez, J. & Hernández-Bonilla, A. (2017). La promoción de estilos de vida saludable aprovechando los espacios públicos. <i>Horizonte sanitario</i>, 16(3), 201-210. Recuperado de https://doi.org/10.19136/hs.a16n3.1878</p> <p>Russell, N. (2009). <i>Communicating Science: Professional, Popular, Literary</i>. Cambridge: Cambridge University Press. Recuperado de doi:10.1017/CBO9780511803918 [clásica]</p>

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1801/180128561008> [clásica]

Solís, L., Magaña, M., y Muñoz, H. (2016). *Manual básico de video para la comunicación y el periodismo de ciencia*. Recuperado de: http://https://www.academia.edu/28514666/Manual_B%C3%A1sico_de_Video_para_la_Comunicaci%C3%B3n_y_el_Periodismo_de_Ciencia

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje deberá tener título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación o áreas afines. Experiencia previa de por lo menos 3 años en la divulgación de la ciencia y/o la salud. Experiencia docente y en el manejo de aplicaciones y/o software para la realización de productos de divulgación. Ser una persona proactiva, organizada y comprometida con el aprendizaje significativo de los estudiantes.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Planeación Comunicativa para el Espacio Público
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Diana Denisse Merchant Ley
Irma Daniela Rentería Díaz
Erika Valenzuela Gómez
Alejandra Rodríguez Estrada

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 17 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje brinda los conocimientos sobre la planeación y diseño de estrategias comunicativas, que permite al estudiante desarrollar alternativas de intervención social. Se encuentra en la etapa terminal con carácter obligatoria, dentro del área de conocimiento de Vida Pública y Ciudadanías.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Planear estrategias comunicativas con distintos grupos sociales, a través de un diagnóstico de comunicación, para ofrecer alternativas de intervención social, con actitud de apertura al diálogo, respeto y colaboración.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Elabora plan de estrategias comunicativas para la intervención social, que integre las etapas de planeación, el diagnóstico y la estrategia seleccionada.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Análisis de la situación

Competencia:

Analizar el contexto social local, mediante la participación con los sujetos involucrados, para elaborar el diagnóstico, con apertura al dialogo, actitud participativa, y trabajo colaborativo.

Contenido:

Duración: 12 horas

- 1.1. Diagnóstico participativo
 - 1.1.1. Contexto social
 - 1.1.2. Contexto local
 - 1.1.3. Público objetivo

UNIDAD II. La planeación en comunicación

Competencia:

Planificar la intervención horizontal, a través de la reflexión del problema social y las etapas de la misma, para generar propuestas que contribuyan a la solución, con actitud crítica, sistemática y creativa.

Contenido:

- 2.1. Reflexión de un problema social
- 2.2. Etapas de la planeación
- 2.3. La intervención horizontal
- 2.4. La planificación en la Comunicación para el desarrollo

Duración: 10 horas

UNIDAD III. Elección de estrategias

Competencia:

Diseñar un plan de intervención, a través de la selección de estrategias comunicativas, para generar propuestas que contribuyan a la solución del grupo social, con actitud creativa, reflexiva y respetuosa.

Contenido:

Duración: 10 horas

- 3.1. La estrategia
- 3.2. Acciones de comunicación
- 3.3. ¿Qué canales y medios utilizar?
- 3.4. ¿Qué herramientas comunicativas utilizar?
- 3.5. Diseño y contenidos
- 3.6. Definición de los planes de acción

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Diagnostico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Elección del grupo social. 3. Caracteriza el tipo de contexto. 4. Elabora y aplica los instrumentos de integración de datos. 5. Analiza los datos y genera el diagnostico. 6. Entrega reporte. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). • Software de análisis de datos. • Procesador de textos y herramientas para la integración de datos. 	18 horas
UNIDAD II				
2	Planeación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Diseña una matriz metodológica. 3. Desarrolla la matriz metodológica. 4. Diseña cronograma de tiempos, recursos y acciones. 5. Entrega y presentación del reporte al grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). • Procesador de textos y herramientas. 	14 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Presenta información sobre los conceptos básicos
- Presenta y resuelve ejercicios prácticos relacionados con las temáticas
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Elabora y aplica evaluaciones
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y evalúa reportes de prácticas y actividades

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investiga y analiza información sobre conceptos básicos
- Resuelve ejercicios prácticos proporcionados por el profesor
- Realiza las prácticas de taller
- Presenta evaluaciones
- Participa activamente en clase
- Elabora y entrega reportes de prácticas
- Trabaja en equipo
- Elabora y entrega actividades en tiempo y forma

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Práctica 1.....	20%
- Práctica 2.....	20%
- Tareas y actividades.....	20%
- Plan de estrategias comunicativas.....	40%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Galindo Cáceres, J. (2015). <i>Ingeniería en Comunicación Social. Hacia un programa general</i>. México: BUAP.</p> <p>Galindo Cáceres, Jesús (2011). Reseña de "Estrategias de Comunicación" de Rafael Alberto Pérez. Razón y Palabra, (75), Recuperado de https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1995/199518706016</p> <p>González, J. A. (2003). <i>Cultura(s) y cibercultur@(s)</i>. México: Universidad Iberoamericana. [clásica]</p> <p>Gobierno de navarra. (2011). ¿Cómo planificar la comunicación desde una institución pública? Metodología para el diseño de planes de comunicación. Recuperado de http://www.navarra.es/nr/rdonlyres/5fbd54a1-d7cf-4eaf-9ec3-43ad2fcd3a9e/0/guiaparaelaborarunplandecomunicacion2012x.pdf</p> <p>Massoni, S. (2013). <i>Metodologías de la comunicación estratégica. Del inventario al encuentro sociocultural</i>. Argentina, Rosario: Homo Sapiens. [clásica]</p> <p>Piñuel, J. L., y Lozano, C. (2006). <i>Ensayo general sobre la comunicación</i>. Barcelona: Paidós. [clásica]</p> <p>Torrice, E. (2004). <i>Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación</i>. Buenos Aires: Norma. [clásica]</p> <p>Tur-Viñes, V. y Monserrat, J. (2015). El plan estratégico de comunicación. Estructura y funciones. Razón y palabra (88). Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N88/Varia/46_VinesGauchi_V88.pdf</p>	<p>Martín Barbero, J. y S. Corona. (2017). <i>Ver con los Otros. Comunicación intercultural</i>. México: Fondo de Cultura Económica.</p> <p>McNiff, J. (2017). <i>Action Research. All you need to know</i>. Los Angeles: SAGE.</p> <p>Rey, G. (2003). "Ver desde la ciudadanía. Observatorios y veedurías de medios de comunicación en América Latina" en Revista Probidad, Ed. 24, Lima: Gobierno del Perú. [clásica]</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Planeación Comunicativa para el Espacio Público debe contar con título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación o área afín a las ciencias sociales, artes o humanidades, con conocimientos avanzados en planeación estratégica e intervención; preferentemente que haya coordinado proyectos de intervención a nivel comunitario, público o privado, con estudios de posgrado Ciencias Sociales o Humanidades y dos años de experiencia docente. Ser proactivo, analítico y que fomente el trabajo en equipo.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Gestión y Diseño de Contenido en Redes Sociodigitales
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Luis Manuel Serrano Dávila
Christian Aracely Vargas Esparza

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Gestión y Diseño de Contenidos en Redes Sociodigitales tiene como finalidad formar al estudiante como gestor de contenido multimediático y administración de interacciones en comunidades virtuales, por medio del conocimiento sobre las normativas en redes sociodigitales, herramientas tecnológicas, protocolos de intervención, comunicación mediática; así como habilidades de técnicas de retórica y la comunicación persuasiva, uso de equipo informático o dispositivos inteligentes y conocimiento de los convencionalismos de la Web, mostrando actitud asertiva, sistemática, organizativa, reflexiva y observadora. Esta unidad pertenece a la etapa disciplinaria, es de carácter obligatorio y forma parte del área de conocimiento de ecosistema mediático de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Elaborar un espacio de gestión de contenidos e interacción, mediante los recursos de conceptualización, operación, producción, recuperación de información, seguimientos y herramientas de producción de las distintas plataformas digitales y comunidades virtuales, para contribuir con las mejores prácticas en los procesos de interacción e imagen de una organización, con responsabilidad y ética.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

1. Estudios de caso de contenidos sociodigitales de actualidad en los que se analizarán los componentes que integran la creación y gestión de comunidades virtuales, desarrollo de contenidos, análisis de resultados y seguimiento para identificar procesos y mejores prácticas en este sistema mediático.
2. Proyecto de medios sociodigitales que promuevan las interacciones e imagen de una organización aplicando las prácticas más eficaces en estrategias de información y comunicación en línea

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Conceptos constitutivos de las comunidades virtuales

Competencia:

Analizar las características técnicas de la distribución en contenidos para el internet y los elementos teóricos de la socialización, por medio de conocer el posicionamiento web, así como las funciones del gestor de comunidades virtuales y la definición de redes sociales, con el propósito de articular una estrategia de medios y coadyuvar el proceso comunicativo, con actitud proactiva y respeto a la diversidad cultural.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 1.1. Comunidades virtuales y sus características
 - 1.1.1. Web 2.0
 - 1.1.2. Definición de comunidades virtuales
 - 1.1.3. Definición de redes sociales
 - 1.1.4. Redes sociales verticales y horizontales
 - 1.1.5. Funciones del gestor de comunidades virtuales
 - 1.1.6. Viralidad en comunidades virtuales
- 1.2. Posicionamiento Digital
 - 1.2.1. Posicionamiento web (SEO y SEM)
 - 1.2.2. Optimización de una red social y algoritmo
 - 1.2.3. Engagement y socialización de los contenidos
- 1.3. Estudio de casos de éxito en el marketing digital

UNIDAD II. Redes sociales

Competencia:

Distinguir las características de las diferentes redes sociales, mediante el análisis funcional de sus códigos normativos, con la finalidad de identificar los beneficios y limitaciones que ofrecen las plataformas, para la construcción de mensajes y contenidos que se ajusten a las particularidades del público meta, mostrando actitud de emprendimiento y respeto.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 2.1. Redes sociales para las empresas
- 2.2. Facebook
- 2.3. Twitter
- 2.4. Instagram
- 2.5. Youtube
- 2.6. Whatsapp
- 2.7. Pinterest
- 2.8. Otro

UNIDAD III. Creación y gestión de comunidades virtuales

Competencia:

Elaborar un plan de redes sociodigitales, a través del análisis y punto de partida, definición de objetivos de comunicación, plan de contenidos y plan de acción, con el propósito de generar una estrategia de comunicación digital efectiva, con actitud proactiva, liderazgo y visión.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 3.1. Análisis y punto de partida
 - 3.1.1. Descripción del proyecto
 - 3.1.2. Definición de los recursos, equipo y presupuesto
 - 3.1.3. Análisis presencia online de la empresa, de competidores y
 - 3.1.4. referentes
- 3.2. Target, plataforma y objetivos
 - 3.2.1. Segmentación
 - 3.2.2. Definir audiencias
 - 3.2.3. Elección de plataformas
 - 3.2.4. Objetivos de comunicación en medios sociales
- 3.3. Plan de contenidos
 - 3.3.1. Guía de estilo y usos en medios sociales
 - 3.3.2. Protocolo de gestión y prevención de crisis de reputación online
- 3.4. Plan de acciones
 - 3.4.1. Plan de acción en medios sociales
 - 3.4.2. Calendario de acciones
- 3.5. Planificación de contenidos
 - 3.5.1. Planificación de contenidos semestral
 - 3.5.2. Plan de publicaciones mensual
- 3.6. Monetización y evaluación
 - 3.6.1. Establecer KPIs y herramientas
 - 3.6.2. Monitorización y medición de resultados
 - 3.6.3. Elaboración de informes y evaluación de resultados y aprendizajes
- 3.7. Plan de contingencia y control de daños

UNIDAD IV. Creación de contenidos

Competencia:

Crear contenidos comunicativos multimediáticos, mediante la aplicación de un calendario editorial, así como formatos y características de contenido, para adaptarlo a los fines de público meta de cada organización social, con actitud de puntualidad, disciplina y respeto.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 4.1. Tipos de contenidos
- 4.2. Elaboración de mensajes gráficos, escritos o audiovisuales acordes a los objetivos
- 4.3. Redacción
- 4.4. Adaptación de los contenidos a las medidas y formatos requeridos por las plataformas seleccionadas
- 4.5. Calendario editorial
- 4.6. Frecuencia de publicación
- 4.7. Cómo difundir los perfiles corporativos

UNIDAD V. Análisis de resultados y seguimientos

Competencia:

Analizar los resultados de la estrategia, mediante las herramientas cuantitativas y cualitativas de las redes sociales, mediación de resultados, así cómo definir las acciones de seguimiento, con la finalidad de optimizar los recursos económicos y humanos, con eficacia, congruencia y asertividad.

Contenido:

Duración: 10 horas

- 5.1. Analítica en las redes sociales
- 5.2. Estrategias de publicación y calendarización del contenido
 - 5.2.1. Estrategias de monetización
 - 5.2.2. Plan de publicación por fecha y hora
- 5.3. Medición de resultados
 - 5.3.1. Análisis de datos e interacción de la audiencia
 - 5.3.1.1. Contenidos (tuits, retuits y menciones)
 - 5.3.1.2. Audiencia (seguidores)
 - 5.3.1.3. Comunidad (usuarios participativos)
 - 5.3.2. Incidencia de la estrategia en el cumplimiento de los objetivos
- 5.4. Monetización
 - 5.4.1. Análisis de contenido orgánico y monetizado
- 5.5. Normatividad

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Estudio de caso práctico sobre perfil político	<ol style="list-style-type: none"> 1. En pares, analizar el perfil político otorgado por el docente. 2. Establecer la efectividad de las estrategias utilizadas en la comunicación de un mensaje político. 3. Recomendar estrategias y alternativas para la comunicación efectiva. 4. Presentar frente al grupo y entregar al docente por medio de un documento escrito los hallazgos obtenidos utilizando el formato APA vigente. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Perfil político ● Equipo de cómputo ● Internet ● Proyector ● Aplicación para presentación ● Aplicación para redacción de documentos 	2 horas
2	Estudio práctico comparativo de campañas	<ol style="list-style-type: none"> 1. En pares, buscar y seleccionar dos campañas políticas, publicitarias o de divulgación. 2. Comparar las campañas. 3. Establecer la efectividad de las estrategias utilizadas en la comunicación. 4. Recomendar estrategias y alternativas para la comunicación efectiva. 5. Entregar al docente un cuadro comparativo de las estrategias de las campañas seleccionadas por medio digital, utilizando el formato APA vigente. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Campañas ● Equipo de cómputo ● Internet ● Aplicación para redacción de documentos 	2 horas
3	Indagación de perfiles de páginas	<ol style="list-style-type: none"> 1. De forma individual, el 	<ul style="list-style-type: none"> ● Equipo de cómputo 	2 horas

	de cazatalentos	<p>estudiante realiza una búsqueda documental, en perfiles de páginas de oferta laboral ,donde identifique las habilidades y funciones de un profesional de medios sociodigitales</p> <p>2. Elaborar una presentación en donde se enumeren las funciones y habilidades de un community manager.</p> <p>3. Presentar frente al grupo y entregar al docente por medio de un documento escrito los hallazgos obtenidos utilizando el formato APA vigente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuentes bibliográficas sugeridas ● Internet ● Proyector ● Aplicación para presentación ● Aplicación para redacción de documentos 	
UNIDAD II				
4	Redes sociales de las empresas	<p>1. En equipo, el estudiante realiza una búsqueda documental, en las fuentes sugeridas por el docente de la red social que le haya sido asignada para exponer (revisar carta descriptiva) ,donde identifique las normativas de las distintas redes sociodigitales.</p> <p>2. Elaborar una presentación en donde se expongan las normativas de las redes sociodigitales.</p> <p>3. Presentar frente al grupo y entregar al docente por medio de un documento escrito los hallazgos obtenidos utilizando el formato APA vigente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Equipo de cómputo ● Fuentes bibliográficas sugeridas ● Internet ● Proyector ● Aplicación para presentación ● Aplicación para redacción de documentos 	4 horas
UNIDAD III				

5	Planificar la estrategia de Socialmedia	<ol style="list-style-type: none"> 1. En equipo, los estudiantes realizarán un diagnóstico e identificarán un punto de partida. 2. Determinar, mediante la indagación documental, el público objetivo y elaborar un perfil de cliente potencial que contenga elementos de segmentación de audiencias. 3. Diseñar un protocolo de producción y gestión de contenidos. 4. Elaborar un plan de acción y calendarización de actividades, con apoyo del docente. 5. Realizar un calendario de publicaciones para las diferentes redes sociodigitales. 6. Evaluar los datos estadísticos de las cuentas previo a la ejecución de la estrategia. 7. Elaborar plan de contingencia para eventualidades y control de daño surgidos de la interacción con los usuarios 	<ul style="list-style-type: none"> ● Equipo de cómputo ● Formatos y Fuentes bibliográficas sugeridas por el docente ● Internet ● Proyector ● Aplicación para presentación ● Aplicación para redacción de documentos 	6 horas
UNIDAD IV				
6	Ejecutar la estrategia de Socialmedia	<ol style="list-style-type: none"> 1. En equipo, aplicar la estrategia desarrollada en la práctica anterior, que atienda a las diversas problemáticas identificadas durante el diagnóstico. 2. Presentar un reporte de actividades, mediante un formato otorgado por el docente, de forma semanal. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Equipo de cómputo ● Formatos y Fuentes bibliográficas sugeridas por el docente ● Internet ● Proyector ● Aplicación para redacción de documentos 	6 horas

UNIDAD V				
7	Analizar la estrategia de Socialmedia	<ol style="list-style-type: none"> 1. En equipo, sintetizar los reportes de actividad desarrollados en la práctica anterior, mediante la redacción de un documento final que cumpla con los siguientes puntos: nombre del proyecto; nombre de los estudiantes; descripción de las actividades; objetivo de la actividad; impacto de la estrategia, observaciones y anexos conformados por evidencias gráficas de la aplicación de la estrategia. 2. Presentar resultados ante el grupo y entregar al docente un documento integrador de la actividad realizada. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Equipo de cómputo ● Formatos y Fuentes bibliográficas sugeridas por el docente ● Internet ● Proyector ● Aplicación para presentación y redacción de documentos 	10 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Técnica expositiva
- Estudio de casos
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Coadyuva la participación de los estudiantes
- Elabora y aplica evaluaciones.
- Retroalimentación continua
- Moderar exposiciones

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Indaga y analiza información sobre conceptos básicos
- Resolución de casos prácticos
- Realiza prácticas de taller
- Planifica, ejecuta y evalúa estrategias de comunicación.
- Exposición
- Participa activamente en clase
- Elabora y entrega reportes de actividad
- Trabaja en equipo
- Elabora y entrega actividades en tiempo y forma
- Indagación de perfiles

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Estudios de casos.....30%
- Proyecto integrado.....50%
- Exposición sobre redes sociales para las empresas....20%
- Total.....100%**

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Facebook. (2020). <i>Facebook business</i>. Recuperado https://www.facebook.com/business</p> <p>Foursquare. (2020). <i>Foursquare Business</i>. Recuperado de http://es.business.foursquare.com/</p> <p>Google. (2020). <i>Material.io</i>. Recuperado https://material.io/design</p> <p>Instagram. (2020). <i>Instagram Business</i>. Recuperado https://business.instagram.com/</p> <p>Kraut, R. E., & Resnick, P. (2012). <i>Building Successful Online Communities: Evidence-Based Social Design</i>. Cambridge: MIT Press. [clásica]</p> <p>Kutchera, J., García, H., & Fernández, A. (2014). <i>Exito: Su estrategia de marketing digital en 5 pasos</i>. Distrito Federal: Grupo editorial Patria. [Clásica]</p> <p>Linkedin. (2020). <i>Linkedin</i>. Recuperado https://www.linkedin.com/</p> <p>Marshall, C. (2018). <i>Writing for Social Media</i>. Swindon: BCS Learning & Development Limited.</p> <p>Muñiz Troyano, J., & Polo, J. D. (2014). <i>Community manager: Estrategias de gestión de redes sociales</i>. Distrito Federal: Alfaomega. [clásica]</p> <p>Pinterest. (2020). <i>Pinterest Business</i>. Recuperado https://business.pinterest.com/es/</p> <p>Snapchat. (2020). <i>Snapchat Business</i>. Recuperado</p>	<p>Brands and Roses. (2020). <i>Yorokobu: Revista digital sobre creatividad, innovación, cultura y tendencias</i>. Recuperado https://www.yorokobu.es/</p> <p>Christakis, N. A., & Fowler, J. H. (2010). <i>Conectados</i>. Madrid: Editorial Taurus. [clásica]</p> <p>Generalitat de Cataluña. (Julio de 2015). <i>Guía de redes sociales de la Generalitat de Cataluña</i>. Recuperado https://github.com/gencat/guia-xarxes/blob/master/assets/pdf/v07_guia_usos_xarxa_es.pdf</p> <p>Godin, S. (2009). <i>All Marketers Are Liars</i>. Nueva York: Portfolio. [clásica]</p> <p>Google. (2020). <i>Google Analytics academy</i>. Recuperado https://analytics.google.com/analytics/academy/</p> <p>Hootsuite. (2020). <i>Global Digital Report 2020 de We are Social</i>. Recuperado https://wearesocial.com/digital-2020</p> <p>Trecebits. (2020). <i>Trecebits: Redes Sociales y tecnología</i>. Recuperado https://www.trecebits.com/</p>

<p>https://forbusiness.snapchat.com/</p> <p>Social Media Marketing Guru. (2020). <i>Social Media Marketing Mastery</i>. Worcester: Online Creative Services.</p> <p>Spotify. (2020). <i>Spotify Advertising</i>. Recuperado https://ads.spotify.com/es-MX/</p> <p>TikTok. (2020). <i>Tiktok Business</i>. Recuperado https://www.tiktok.com/business/es</p> <p>Tormo, M. (2013). <i>Community Manager</i>. Distrito Federal: Alfaomega, RC Libros. [Clásica]</p> <p>Tumblr. (2020). <i>Tumblr Business</i>. Recuperado https://www.tumblr.com/business</p> <p>Twitch. (2020). <i>Twitch Creator Camp</i>. Recuperado https://www.twitch.tv/creatorcamp/en/</p> <p>Twitter. (2020). <i>Twitter Business</i>. Recuperado https://business.twitter.com/en/f.html</p> <p>Whatsapp. (2020). <i>WhatsApp Business</i>. Recuperado https://www.whatsapp.com/business/</p> <p>Youtube. (2020). <i>Creator Academy</i>. Recuperado https://creatoracademy.youtube.com/page/welcome</p>	
---	--

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Gestión y Diseño de Contenido en Redes Sociodigitales debe contar con el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Mercadotecnia, Imagen Pública, Relaciones Públicas, Diseño, Publicidad o áreas afines. Con al menos dos años de experiencia docente, preferentemente con estudios de posgrado interdisciplinarios. Debe tener experiencia en la gestión de comunidades online, debe ser proactivo y responsable.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Planeación Estratégica de Proyectos de Comunicación
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 04 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 08**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Graciela Paz Alvarado
Nina Alejandra Martínez Arellano
Elsa del Carmen Villegas Morán
Yazmín Vargas Gutiérrez

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Planeación Estratégica de Proyectos de Comunicación, brinda las habilidades para diseñar un plan operativo de comunicación estratégica a partir de los resultados de un diagnóstico comunicacional y de integrar las necesidades e intereses de la organización demandante en congruencia con su filosofía organizacional, con la finalidad de hacerlo apto para responder a las realidades complejas y dinámicas de los entornos organizacionales. Se encuentra ubicada en la etapa terminal del plan de estudios del programa educativo de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, es de carácter obligatorio, no precisa requisitos previos para cursarla, y pertenece al área de conocimiento de Comunicación Integral en las Organizaciones.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar un plan estratégico de comunicación alineado a los objetivos y metas organizacionales, mediante los usos reflexivos de recursos teóricos, herramientas técnico procedimentales, que impulse la transformación de las áreas de oportunidad detectadas en los estudios previos, con profesionalismo, trabajo en equipo y creatividad.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Plan estratégico de comunicación que responda a los aspectos y necesidades del diagnóstico descriptivo de comunicación desarrollado a partir de la valoración de los elementos que constituyen los procesos de comunicación de la organización demandante.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. La planeación estratégica

Competencia:

Distinguir las perspectivas teórico-metodológicas que se utilizan en la planeación estratégica de la comunicación en las organizaciones, a partir de la exploración de los supuestos que las constituyen, para operar proyectos comunicacionales, con respeto, responsabilidad social y profesionalismo.

Contenido:

Duración: 10 horas

- 1.1. Aproximaciones a la planificación estratégica organizacional y comunicacional
- 1.2. El papel del director de comunicación en la planificación de la estrategia
- 1.3. El proceso de la planificación estratégica
 - 1.3.1. El diagnóstico estratégico
 - 1.3.2. La formulación de la estrategia
 - 1.3.3. La operación de la estrategia
 - 1.3.4. El seguimiento o monitoreo de la estrategia

UNIDAD II. Definición de criterios para plan operativo de comunicación estratégico

Competencia:

Definir las directrices que constituyen el plan operativo de comunicación, a partir del análisis de la situación organizacional y la revisión conceptual necesaria, para responder a las necesidades e intereses de la organización y favorecer el trabajo colaborativo, la creatividad e innovación de los procesos.

Contenido:

Duración: 10 horas

- 2.1. Identificación y jerarquización de los aspectos estratégicos del problema a intervenir
- 2.2. Identificación de los actores y públicos de interés de la estrategia
- 2.3. Definición de los objetivos generales y operativos
 - 2.3.1. Objetivos SMART
- 2.4. Definición de los objetivos comunicacionales de la estrategia
 - 2.4.1 Informativos
 - 2.4.2. Interaccionales / participación
 - 2.4.3. Ideológicos / sensibilización
- 2.5. Definir los ejes y tonos a priorizar en el plan de comunicación
 - 2.5.1 Los ejes (qué)
 - 2.5.2. Los tonos (cómo)

UNIDAD III. El diseño del plan operativo de comunicación estratégico

Competencia:

Diseñar el plan operativo de comunicación estratégico que integre las directrices definidas por el estudio diagnóstico y las acciones que respondan a los cambios requeridos por la organización, a través de uso de herramientas metodológicas de la planeación estratégica, con la finalidad de promover mejoras en el ambiente organizacional alineados a los objetivos estratégicos de la misma con respeto a la diversidad, trabajo en equipo y profesionalismo.

Contenido:**Duración:** 12 horas

- 3.1. Elementos del plan de comunicación
 - 3.1.1. De los proyectos a las acciones de comunicación
 - 3.1.2. Acciones, productos y espacios de comunicación
 - 3.1.3. Cronograma de actividades
 - 3.1.4. Generación de indicadores de evaluación y seguimiento
 - 3.1.5. Presupuesto

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Planeación estratégica	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza búsqueda documental 2. Atiende las indicaciones del docente para recopilar las evidencias prácticas sobre diagnósticos. 3. Realiza reportes de lectura. 4. Genera información. 5. Organiza datos. 6. Analiza e interpreta información 7. Diseña infografía y tabla comparativa. 8. Entregarlo al docente por medio del correo institucional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lecturas • Computadora • Internet • Pizarrón • Cañón • Bases de datos 	10 horas
UNIDAD II				
2	Definición de directrices del Plan operativo de comunicación estratégico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para búsqueda de información 2. Realiza una identificación y jerarquización de actores 3. Define los objetivos del plan de comunicación. 4. Define los objetivos comunicacionales del plan operativo 5. Presenta al grupo para retroalimentar la propuesta 6. Entregarlo al docente por medio del correo institucional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lecturas • Pizarrón • Cañón • Internet • Bases de datos • Diagnóstico organizacional • Equipo de cómputo • Programas de Cómputo • Correo institucional 	10 horas
UNIDAD III				
3	Diseña el plan operativo de comunicación estratégica	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para realizar la búsqueda 	<ul style="list-style-type: none"> • Lecturas • La organización objeto de 	12 horas

		<p>de fuentes.</p> <p>2. Analiza las exigencias del contexto social e integra las directrices del plan operativo.</p> <p>3. Define las acciones de comunicación a emprender</p> <p>4. Define las tareas y tiempos (cronograma) a seguir para la implementación del plan operativo.</p> <p>5. Elaborar presupuesto</p> <p>6. Elabora justificación de la propuesta</p> <p>7. Genera indicadores para la evaluación.</p> <p>8. Presentar en plenaria el plan operativo de comunicación estratégica</p>	<p>análisis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Internet • Bases de datos • Documento de definición de directrices del plan operativo de comunicación • Equipo de cómputo • Programas de Cómputo • Correo institucional 	
--	--	--	--	--

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Proporciona recursos bibliográficos sobre planeación estratégica comunicacional
- Supervisa y dirige prácticas
- Organiza pláticas con asesores de comunicación
- Diseña práctica académica
- Revisa, retroalimenta y evalúa tareas, prácticas de planeación estratégica
- Propicia la participación activa del estudiante

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Busca y analiza recursos bibliográficos sobre planeación estratégica
- Analiza la información del diagnóstico y del entorno organizacional
- Realiza prácticas de diseño de directrices y objetivos de planificación de manera co-creada
- Participa en pláticas con asesores para la planeación estratégica en comunicación
- Participa activamente en clase
- Atiende indicaciones del docente

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Reportes de lecturas e infografía y/o tabla comparativa	10%
- Participación continua	10%
- Diseño de directrices y objetivos de comunicación para el plan	20%
- Diseño de acciones de comunicación, responsables y su calendarización	30%
- Diseño de indicadores para la evaluación	20%
- Documento integrador del plan operativo de comunicación	10%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Aljure, S. A. (2015). <i>El plan estratégico de comunicación: método y recomendaciones prácticas para su elaboración</i>. Chía: Universidad de La Sabana, Universitat Oberta de Catalunya, España.</p> <p>Alvarez, A. (2017) <i>La magia del planning: cómo utilizar la planificación estratégica para potenciar la eficacia de la comunicación</i>. ESIC. España.</p> <p>Contreras, Baspineiro A. (2014). <i>Planificación Estratégica de la Comunicación</i>. En comunicación estratégica para las organizaciones. Pp. 11-23. Editorial "Quipus"; CIESPAL, Quito, Ecuador. Consultado en: https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/49490.pdf [clásica].</p> <p>Montserrat, Gauchi y Sabater Quinto. (2017). <i>Planificación estratégica de la comunicación en redes sociales</i>. Editorial UOC. Barcelona.</p> <p>Tur-Viñes, Victoria y Monserrat-Gauchi, Juan (2014). <i>El plan estratégico de comunicación. Estructura y funciones</i>. Razón y Palabra, (88). [Fecha de Consulta 14 de Diciembre de 2020]. ISSN: Disponible en: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1995/199532731046 [clásica].</p>	<p>Capriotti, P. (2013). <i>Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa</i>. Malaga, España : IIRP- Instituto de Investigación en Relaciones Públicas. [clásica]</p> <p>Guillem, M., F. (2017). <i>Cómo hacer un plan estratégico de comunicación</i> (vol. IV). La investigación estratégica de evaluación. España, Editorial UOC (Colección Dircom), 522 págs., ISBN: 9788491164029.</p> <p>Macias M., Yudis Karina. (2012). <i>Plan de mejoramiento de la comunicación organizacional en la Empresa Quality Plus Service S.A.S. "Trabajo de Grado para Optar al Título de Profesional en Lenguas Modernas"</i>. BOGOTA, D.C. Universidad EAN, Facultad De Humanidades y Ciencias Sociales. Recuperado en https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/4204/MaciasKarina2013.pdf;jsessionid=97F36EF127E807C319BEAA5B681E19A0?sequence=1 [clásica]</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Planeación Estratégica de Proyectos de Comunicación debe contar con título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación o área afín, con conocimientos teóricos, prácticos y metodológicos en ciencias de la comunicación; preferentemente con estudios de posgrado y mínimo dos años de experiencia docente. Debe ser creativo, facilitador del conocimiento, con experiencia profesional y docente, incluyente, tolerante y dinámico.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Comunicación y Mercadotecnia
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Roberto Salazar Márquez
Elsa del Carmen Villegas Moran

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje de Comunicación y Mercadotecnia apoya a los estudiantes en la adquisición de conocimientos y habilidades para comprender el contexto en que se desarrolla una propuesta de valor, el segmento de mercado al que se dirige y con base en esto, crear estrategias que permitan a la organización alcanzar los objetivos planteados.

Esta asignatura se imparte en la etapa disciplinaria con carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento Comunicación Integral en las Organizaciones

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Desarrollar estrategias de comunicación, para la inserción al mercado de propuestas de valor de distinto orden, a partir del análisis de conceptos teóricos básicos, así como del uso de estrategias de comunicación, con medios masivos, no masivos e híbridas, con apego al sentido de pertinencia, competencia limpia y eficiencia en los recursos

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Portafolio de casos prácticos desarrollados, desde el análisis de la situación hasta la sugerencia final de acciones a realizar.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Conceptos generales de mercadotecnia

Competencia:

Identificar los conceptos generales que rigen la interacción de propuestas de valor, por medio de la revisión teórica, en la búsqueda de intercambios que satisfagan los objetivos individuales o colectivos de los actores que intervienen, con honestidad y responsabilidad.

Contenido:

Duración: 10 horas

- 1.1. Modelos de negocios
 - 1.1.1. Tipología del valor
 - 1.1.2. La mezcla de mercadotecnia
 - 1.1.3. Principios de segmentación
 - 1.1.4. Canales de comunicación
- 1.2. Mezcla de mercadotecnia
 - 1.2.1. Propuesta de valor
 - 1.2.2. Políticas de precio
 - 1.2.3. Publicidad
 - 1.2.4. Promociones
 - 1.2.5. Punto de venta
- 1.3. Segmentación de mercados
 - 1.3.1. Segmentación geográfica
 - 1.3.2. Segmentación demográfica
 - 1.3.3. Segmentación psicográfica
- 1.4. Orientaciones de mercadotecnia
 - 1.4.1. Orientación al producto
 - 1.4.2. Orientación a las ventas
 - 1.4.3. Orientación al mercado
 - 1.4.4. Orientación social
- 1.5. Conciencia de marca
 - 1.5.1. Por atributos
 - 1.5.2. Por tipo de producto
 - 1.5.3. Por factor precio calidad
 - 1.5.4. Por tipo de público
- 1.6. Posicionamiento

- 1.6.1. Sistema de categorías
- 1.6.2. Sistema de subcategorías
- 1.6.3. Top of mind
- 1.6.4. Top of heart

UNIDAD II. Estrategias sobre la línea (ATL)

Competencia:

Proponer campañas para medios de comunicación de masas, con la adecuada distribución de mensajes orientados a un segmento específico, para alcanzar los objetivos estratégicos, con eficiencia y objetividad en el manejo de recursos financieros.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 2.1. La agencia de publicidad
 - 2.1.1. El BRIEF
 - 2.1.2. Departamento creativo
 - 2.1.3. Departamento de medios
 - 2.1.4. Departamento de tráfico
- 2.2. Estudio de audiencias
 - 2.2.1. Medios impresos
 - 2.2.2. Medios electrónicos
 - 2.2.3. Medios interactivos
 - 2.2.4. Exteriores
- 2.3. Aplicaciones al mercado B2B
 - 2.3.1. Objetivos
 - 2.3.2. Elección de medios
 - 2.3.3. Procesos de venta
 - 2.3.4. Tipos de promociones
- 2.4. Aplicaciones al mercado B2C
 - 2.4.1. Objetivos
 - 2.4.2. Elección de medios
 - 2.4.3. Procesos de venta
 - 2.4.4. Tipos de promociones

UNIDAD III. Estrategias bajo la línea (BTL)

Competencia:

Proponer actividades que comuniquen la propuesta de valor en ambientes de interacción humana, con la adaptación del mensaje a dinámicas, que permitan reforzar valores y objetivos institucionales, con creatividad y trabajo colaborativo.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 3.1. Rituales
 - 3.1.1. Objetivos
 - 3.1.2. Planeación
 - 3.1.3. Ejecución
 - 3.1.4. Análisis de resultados
- 3.2. Variables psicológicas
 - 3.2.1. Efecto Baaden Meinhof
 - 3.2.2. Anclaje
 - 3.2.3. Aversión a la pérdida
 - 3.2.4. Recompensas
- 3.3. Aplicaciones al mercado B2B
 - 3.3.1. Objetivos
 - 3.3.2. Creación de dinámicas
 - 3.3.3. Procesos de venta
 - 3.3.4. Tipos de promociones
- 3.4. Aplicaciones al mercado B2C
 - 3.4.1. Objetivos
 - 3.4.2. Creación de dinámicas
 - 3.4.3. Procesos de venta
 - 3.4.4. Tipos de promociones

UNIDAD IV. Marketing interno

Competencia:

Difundir la filosofía de la organización, mediante estrategias de comunicación, con la finalidad de formar un sentido de pertenencia en el grupo, con creatividad, respeto e inclusión.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 4.1. Documentación básica
 - 4.1.1. Misión
 - 4.1.2. Visión
 - 4.1.3. Valores
 - 4.1.4. Objetivos
- 4.2. Cultura Organizacional
 - 4.2.1. Concepto publicitario
 - 4.2.2. Tradiciones
 - 4.2.3. Rituales
 - 4.2.4. Leyendas

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Desarrollo de conceptos generales de mercadotecnia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del profesor para desarrollar los conceptos generales de mercadotecnia en casos prácticos. 2. Selecciona cinco organizaciones o negocios. 3. Identifica los componentes del modelo de negocios para cada caso. 4. Desarrolla las mezclas de mercadotecnia. 5. Define los segmentos de mercado. 6. Identificación de orientaciones de mercadotecnia. 7. Reconoce la conciencia de marca. 8. Entrega análisis de cada elemento al docente. 9. Integra al portafolio de evidencias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Casos de empresas o negocios • Computadora • Internet • Bibliografía 	10 horas
UNIDAD II				
2	Desarrollo de estrategias sobre la línea (ATL)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del profesor para desarrollar las estrategias sobre la línea. 2. Selecciona una empresa o negocio de los 5 previamente analizados 3. Desarrolla el informe para la agencia de publicidad 4. estudia las audiencias de los distintos medios de comunicación 5. genera una estrategia para mercado negocio a negocio 6. genera una estrategia para negocio a consumidor 	<ul style="list-style-type: none"> • Casos de empresas o negocios • Computadora • Internet • Bibliografía 	8 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 7. presenta al grupo y docente los resultados 8. Entrega estrategias a docente. 9. Integra al portafolio de evidencias. 		
UNIDAD III				
3	Desarrollo de estrategias bajo la línea (BTL)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del profesor para desarrollar las estrategias bajo la línea. 2. continúa con la empresa o negocio de la práctica 2 3. Crea rituales de comunicación organizacional 4. Utiliza las variables psicológicas con fines de comunicación 5. estudia las audiencias de los distinto medios de comunicación 6. genera una estrategia para mercado negocio a negocio 7. genera una estrategia para negocio a consumidor 8. Entrega estrategias a docente. 9. Integra al portafolio de evidencias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Casos de empresas o negocios • Computadora • Internet • Bibliografía 	8 horas
UNIDAD IV				
4	Marketing interno	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del profesor para desarrollar el marketing interno. 2. continúa con la empresa o negocio de la práctica 3 3. adapta la documentación básica de la organización o negocio a distintos soportes de comunicación 4. difunde la cultura organizacional por medios de rituales y leyendas. 5. Entrega documentación a docente. 6. Integra al portafolio de evidencias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Casos de empresas o negocios • Computadora • Internet • Bibliografía 	6 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Proporciona recursos bibliográficos sobre mercadotecnia y comunicación
- Explica temáticas a través de la técnica expositiva
- Analiza casos de estudio con el grupo
- Diseña y aplica evaluaciones
- Organiza reflexiones grupales sobre los resultados de las prácticas
- Propicia la participación activa del estudiante
- Muestra el uso de herramientas digitales para el análisis e interpretación de información

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Consulta recursos bibliográficos sobre mercadotecnia y comunicación
- Selecciona los casos de análisis
- Participa en reflexiones grupales sobre estudios de caso
- Participa activamente en clase
- Se integra en equipos para realizar análisis de empresas o negocios
- Aplica herramientas digitales para el análisis e interpretación de información
- Realiza reportes de análisis de organizaciones y negocios
- Diseña las estrategias de comunicación
- Atiende instrucciones de docente

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Avances semanales de prácticas..... 60%
- Portafolio de casos prácticos 20%
- Participación..... 20%
- Total.....100%**

IX. REFERENCIAS

Básicas

Camacho, M. (2015). Administración estratégica Colombia-México : casos de enseñanza. México. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

Kutchera, J., García, H., y Fernández, A. (2014). É-X-I-T-O : su estrategia de marketing digital en 5 pasos. México : Patria.[clásica]

Konenes, A., y Soriano, C. (1995). Acción directa : el mailing y el teléfono : un enfoque práctico y directo que explica cómo utilizar, con mayor productividad y rentabilidad, dos medios de comunicación con el mercado que parecen haber sido creados para la pequeña empresa. Madrid: Diaz de Santos. [clásica]

Pervaiz, A., y Mohammed R. (2002). Internal Marketing. Tools and concepts for customer-focused management. USA.The Chartered Institute of Marketing. Recuperado de <https://libcon.rec.uabc.mx:4432/book/9780750648387/internal-marketing>.

Wilmshurst, J., y Mackay, A. (2002). Fundamentals and Practice of Marketing. USA: Butterworth-Heinemann. Recuperado de <https://libcon.rec.uabc.mx:4432/book/9780750654494/fundamentals-and-practice-of-marketing#book-info>

Complementarias

Kotler, P. (2003). Los 80 conceptos esenciales de marketing: de la A a la Z. Madrid: Pearson.[clásica]

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Comunicación y Mercadotecnia debe contar con título de Licenciado en Comunicación, Licenciado en Mercadotecnia o área afín, con conocimientos avanzados en mercadotecnia y medios de comunicación; preferentemente con estudios de posgrado y dos años de experiencia docente. Debe ser activo, responsable y con disposición al trabajo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Intervención Comunicativa en el Espacio Público
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Irma Daniela Rentería Díaz
Erika Valenzuela Gómez
Sheila Delhumeau Rivera

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la asignatura Intervención Comunicativa en el Espacio Público es realizar la implementación de un plan de intervención para la solución de un problema social a través de las estrategias comunicativas. Su utilidad radica en que le brinda al estudiante los elementos para desarrollar estrategias comunicativas que coadyuven en la búsqueda de alternativas para la solución de problemáticas sociales, así como para el monitoreo, control y evaluación de las mismas. Se imparte en etapa terminal con carácter obligatorio y pertenece al área de conocimiento Vida Pública y Ciudadanía.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Implementar un plan de intervención, a través de las estrategias comunicativas, para ofrecer alternativas encaminadas a la solución de problemáticas sociales, con actitud de apertura al diálogo, respeto y colaboración.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Elabora un reporte de implementación del plan de intervención social que contenga por lo menos los siguientes elementos: diagnóstico, cronograma, método de intervención, presupuesto, control y seguimiento y la evaluación de la intervención. Se deberá entregar de acuerdo con las características de formato indicadas por el docente.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. La intervención en comunicación

Competencia:

Identificar los modelos de intervención social, considerando sus principales teorías y metodologías, para su aplicación en los fenómenos comunicativos, con actitud estratégica, analítica y colaborativa.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 1.1. Introducción a las teorías de intervención social
- 1.2. La intervención social en fenómenos comunicativos
 - 1.2.1. El método de intervención
 - 1.2.2. Las estrategias comunicativas como intervención

UNIDAD II. Intervención comunicativa

Competencia:

Implementar las estrategias de comunicación construidas, para de manera participativa dar solución al problema, considerando el diagnóstico, cronograma, presupuesto así como el control y seguimiento, con actitud sistemática, proactiva y participativa.

Contenido:

- 2.1. Diagnóstico
- 2.2. Estrategias
- 2.3. Cronograma
- 2.4. Presupuesto
- 2.5. Mapa de responsables
- 2.6. Control y seguimiento

Duración: 12 horas

UNIDAD III. Evaluación de la intervención comunicativa

Competencia:

Evaluar la intervención comunicativa, a través del diálogo con el grupo social respecto al cumplimiento de los objetivos, para estimar el alcance de la intervención y recibir retroalimentación, con actitud abierta, reflexiva y propositiva.

Contenido:

- 3.1. Plan de estrategias comunicativas
- 3.2. Plan de intervención
- 3.3. Evaluación de la intervención

Duración: 12 horas

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD II				
1	Diseño de la estrategia de intervención	<ol style="list-style-type: none"> 1. En equipo atiende las orientaciones del docente para el diseño de la estrategia de intervención. 2. Revisa la problemática y recupera el diagnóstico comunicacional del fenómeno para identificar los aspectos a intervenir. 3. Elabora un plan de intervención preferentemente horizontal y participativo, considerando: espacio de la intervención, características del grupo o comunidad, actividades y herramientas. 4. Elabora los productos comunicativos necesarios para realizar la intervención 5. Presenta propuesta de estrategia de intervención al docente para su revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Software de edición de texto • Recursos digitales y materiales para elaboración de productos comunicativos 	8 horas
2	Cronograma	<ol style="list-style-type: none"> 1. En equipo analiza las estrategias de comunicación construidas. 2. Determina el tiempo para la creación e implementación de las mismas. 3. Realiza el cronograma de trabajo con los siguientes elementos mínimos: fecha, hora, actividad, herramientas y materiales, responsables y producto. 4. Entrega cronograma en formato de diagrama de Gantt al docente para su revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de comunicación seleccionadas • Selección de las herramientas y materiales • Formato de cronograma • Computadora • Software de edición de texto 	4 horas
3	Diseño de instrumento de control y seguimiento para la evaluación de la intervención	<ol style="list-style-type: none"> 1. En equipo atiende las orientaciones del docente para el diseño del instrumento de control y seguimiento. 2. Analiza las estrategias construidas 	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de comunicación seleccionadas 	8 horas

		<p>en función de la forma apropiada de evaluación de acuerdo a sus características.</p> <p>3. Elabora la rúbrica de control y seguimiento</p> <p>4. Entrega la rúbrica al docente para su revisión y retroalimentación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Formato de rubrica ● Computadora ● Software de edición de texto 	
UNIDAD III				
4	Evaluación de la intervención	<p>1. En equipo recupera y organiza la información de las rúbricas de control y seguimiento.</p> <p>2. Analiza la información cuantitativa y cualitativa obtenida.</p> <p>3. Sistematiza la información para presentarla con el grupo social y obtener retroalimentación.</p> <p>4. Presenta la evaluación al docente con la retroalimentación del grupo social.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Software de edición de texto ● Software de base de datos ● Internet 	8 horas
5	Reporte de la implementación	<p>1. En equipo atiende las orientaciones del docente para elaborar el reporte de la intervención.</p> <p>2. Integra el trabajo realizado en un reporte que incluye: diagnóstico, cronograma, método de intervención, presupuesto, control y seguimiento y la evaluación de la intervención, además de sus recomendaciones sobre la adecuación de la estrategia o la necesidad de reconducir o ajustarla.</p> <p>3. Entrega el reporte al docente para su revisión y retroalimentación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Software de edición de texto ● Software de base de datos ● Internet 	4 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente): Estudio de caso, método de proyectos, aprendizaje basado en problemas, técnica expositiva y ejercicios prácticos.

Estrategia de aprendizaje (alumno): Investigación, estudio de caso, trabajo en equipo, exposiciones, visitas a campo, organizadores gráficos, ensayos, resúmenes, cuadros comparativos, técnicas audiovisuales, elaboración de rúbricas e instrumentos de evaluación.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales.....	50%
(Prácticas de taller)	
- Tareas.....	20%
- Reporte de implementación.....	30%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Buraschi, D. y Aguilar-Idáñez, M. J. (2019). Empoderamiento comunicacional: una estrategia de intervención comunitaria para superar los límites de la sensibilización social. <i>XXI Revista de Educación</i>, 29, 194-218. Recuperado de: https://eduso.net/res/revista/29/miscelanea/empoderamiento-comunicacional-una-estrategia-de-intervencion-comunitaria-para-superar-los-limites-de-la-sensibilizacion-social</p> <p>Fernández, S. (2017). La teoría en la intervención social. Modelos y enfoques para el trabajo social del Siglo XXI. <i>Acción social 1</i> (1), 9-43.</p> <p>Gumucio-Dagron, A. y Thomas, T. (eds.) (2008). <i>Antología de Comunicación para el Cambio Social: Lecturas Históricas y contemporáneas</i>. Bogotá, Colombia: Signo y pensamiento. [clásica]</p> <p>Lipsey, M.W. y Cordray, D.S. (2000). Evaluation methods for social intervention. <i>Annual review of Psychology</i>, (51), 345-375. [clásica]</p> <p>Massoni, S. (2007). <i>Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido</i>, Rosario (Argentina): Homosapiens.</p> <p>Pérez, R. A. (2008). <i>Estrategias de comunicación</i>. Barcelona: Ariel Comunicación. [clásica]</p> <p>Sundell, K., and Olsson, T. (2017). <i>Social Intervention Research</i>. Oxford: Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/obo/9780195389678-0254</p>	<p>Castillo de Mesa, J., y Gómez, L. (2019). Facebook groups as social intervention tools for improving digital skills. <i>Social Work Education</i>, 39 (1), 71-84. Recuperado de: https://doi.org/10.1080/02615479.2019.1642867</p> <p>Duran, P., Cisneros, N. G., Meléndez, V. M ., y Cid Quiroz, R. (2019). Comunicación Estratégica: Modelo de gestión comunicacional. <i>Anuario De Investigación De La Comunicación CONEICC</i>, (XXVI), 70-80. https://doi.org/10.38056/2019aiccXXVI76</p> <p>Gaeta, N. (2017) <i>La intervención comunicativa para la reducción del riesgo de desastres. Análisis de las políticas y las prácticas comunicativas en tiempos normales</i>. [Tesis]. Disponible en: https://eprints.ucm.es/42263/</p> <p>Martín-Barbero, J., y Corona, S. (2017). <i>Ver con los Otros. Comunicación intercultural</i>. México: Fondo de Cultura Económica.</p> <p>Rey, G. (2003). <i>Ver desde la ciudadanía. Observatorios y veedurías de medios de comunicación en América Latina</i>. Taller de Trabajo: "Observatorios y Veedurías ciudadanas de los medios de comunicación en América Latina. Buenos Aires: FES/Promefes. Recuperado de: https://library.fes.de/pdf-files/bueros/kolumbien/04198.pdf [clásica]</p>

Sztompka, P. (1993). *Sociología del cambio social*. Madrid, España: Alianza Editorial. [clásica]

Tur-Viñes, V. y Monserrat, J. (2015). El plan estratégico de comunicación. Estructura y funciones. *Razón y palabra* (88). Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N88/Varia/46_Vines_Gauchi_V88.pdf

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Intervención Comunicativa en el Espacio Público debe contar con título de Licenciado Ciencias de la Comunicación o área afín, con conocimientos avanzados sobre el dominio de planeación estratégica e intervención en la comunicación; preferentemente que haya coordinado proyectos de intervención a nivel comunitario, público o privado. Con estudios de posgrado en Ciencias Sociales o Humanidades y dos años de experiencia docente. Debe ser una persona analítica, proactiva y creativa para propiciar el aprendizaje significativo de los estudiantes.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Emprendimiento en Comunicación
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Claudia Ivet Becerra Luego
Víctor Cárdenas De León
Edwin Roberto Casillas Burgos

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Emprendimiento en Comunicación es obligatoria dentro de la etapa terminal y pertenece al área de conocimiento Comunicación Integral en las Organizaciones. Esta unidad de aprendizaje permite adquirir conocimientos y herramientas básicas para emprender una pequeña o mediana empresa dentro del ámbito organizacional, con el fin de lograr construir un negocio propio y emprender estrategias con factores ganar/ganar.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Planificar la estrategia formal de un negocio de comunicación, empleando las metodologías de estudios de competitividad, el diseño del plan de negocios, los elementos de la cultura organizacional y los procesos de formalización legal, para la institucionalización de un negocio y el desarrollo pleno de los deberes de un emprendedor, mostrando ética profesional, responsabilidad, pasión y resiliencia.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Proyecto formal de un negocio en el que se incluye el plan de desarrollo, las bases formales de su cultura organizacional, la estructura legal y la estrategia de negocios.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. El espíritu del emprendedor y los negocios

Competencia:

Distinguir los conceptos, procesos, etapas y fases que un emprendedor aplica en la construcción de su negocio, mediante la revisión de casos de éxito de negocios o empresas ya establecidas, con la finalidad de comprender su importancia en el contexto organizacional; con una actitud emprendedora y ética profesional.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 1.1. Origen del Emprendedor
- 1.2. Concepto de Emprendedor
 - 1.2.1. Qué es el espíritu emprendedor
 - 1.2.2. Características del emprendedor
 - 1.2.3. Habilidades del emprendedor
 - 1.2.4. Ética y deberes del emprendedor
 - 1.2.5. El licenciado en ciencias de la comunicación como emprendedor
- 1.3. Los negocios, características y tipos

UNIDAD II. Plan de negocios

Competencia:

Identificar los componentes de un plan de negocios, a través de la revisión y visualización de casos reales, para la elaboración de una estructura de planificación empresarial, con una actitud crítica, creativa y responsable.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 2.1. El propósito del plan de negocios
- 2.2. El modelo de negocios
- 2.3. Las partes de un plan de negocios
 - 2.3.1. Estructura Ideológica
 - 2.3.2. Estructura Mecánica
 - 2.3.3. Estructura del Entorno
 - 2.3.4. Estructura Financiera
- 2.4. Modelo CANVA

UNIDAD III. Cultura Organizacional

Competencia:

Analizar los elementos que integran una cultura organizacional, mediante el estudio de empresas reales enfocada en su filosofía, para desarrollar propuestas organizacionales para sus negocios, con ética profesional y responsabilidad.

Contenido:

Duración: 6 horas

3.1. Misión

3.1.1. Características de la misión

3.1.2. Criterios para elaborar una misión

3.1.3. Importancia de la Misión

3.2. Visión

3.2.1. Importancia de la visión

3.3. Valores

3.3.1. Características

3.5. Objetivos

3.6. Metas

UNIDAD IV. Formalizar el negocio

Competencia:

Distinguir los componentes para el registro de un negocio formal, a través de pláticas y experiencias compartidas por expertos de las instituciones gubernamentales, para su implementación en su plan de negocios, con honestidad y responsabilidad social.

Contenido:

Duración: 7 horas

4.1. SAT

4.1.1. Concepto

4.1.2. Persona Física y Persona Moral

4.1.3. Requisitos para registro ante hacienda

4.2. IMSS

4.2.1. Concepto

4.2.2. El derechohabiente, beneficios y reglas

4.2.3. Requisitos para registro ante IMSS

4.3. Derecho Laboral

4.3.1. Valoración de los clientes

4.3.2. Valoración de los contratos

4.3.3. Valoración de los empleados

4.4. Las oportunidades de emprendimiento

4.4.1. Cómo identificar oportunidades de emprendimiento

4.4.2. Clasificación de las oportunidades de emprendimiento

4.4.3. Oportunidades de emprendimiento para licenciados en ciencias de la comunicación

UNIDAD V. Organización del negocio estratégico

Competencia:

Construir un plan de negocio estratégico, con apego al ecosistema de negocio existente, para su emprendimiento, con creatividad, resiliencia y pasión.

Contenido:

Duración: 7 horas

- 5.1. Matriz FODA
- 5.2. Mercado
- 5.3. Producto
- 5.4. Competencia
- 5.5. Segmentación
- 5.6. Target
- 5.7. Posicionamiento
- 5.8. Identidad
- 5.9. Imagen Corporativa
- 5.10. Presupuestos
 - 5.10.1. Financiamiento para MiPymes
 - 5.10.2. Financiamiento gubernamental
 - 5.10.3. Financiamiento privado
- 5.11. El pitch de negocios
- 5.12. Cotizaciones
- 5.13. Redes sociales y publicidad

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Construcción del emprendedor	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los estudiantes de manera individual, investigan en referencias bibliográficas o electrónicas el concepto personal de emprendedor, características, habilidades, ética y deberes del mismo. 2. De manera grupal, comparten sus definiciones. 3. Posteriormente, el docente expone el tema y los estudiantes ajustan sus hallazgos. 4. Finalmente, hacen entrega de la construcción del emprendedor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Cañón 	4 horas
UNIDAD II				
2	Estructuras de un Plan de Negocios	<ol style="list-style-type: none"> 1. En equipos, los estudiantes reflexionan y hacen una lluvia de ideas sobre el negocio pensado a implementar considerando las cuatro estructuras del Plan de Negocios. 2. Finalmente, los equipos entregan al docente la idea tentativa del Plan de Negocios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Cañón 	2 horas
3	Modelo CANVA	<ol style="list-style-type: none"> 1. En equipos, los estudiantes elaboran el Modelo CANVA de lo que será su empresa. 2. Después, el docente brinda 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Cañón • Bosquejo de Modelo 	4 horas

		asesorías por equipo y retroalimenta el modelo realizado. 3. Y los estudiantes atienden las recomendaciones por parte del docente.	CANVA.	
UNIDAD III				
6	Análisis de casos reales de su cultura organizacional	<ol style="list-style-type: none"> 1. El docente expondrá al grupo, diferentes casos de Cultura Organizacional en las empresas. 2. Los estudiantes de manera voluntaria, opinarán si está bien redactada, de no serlo recomendará propuestas de mejora. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Cañón 	4 horas
7	Construcción de Cultura Organizacional para su negocio	<ol style="list-style-type: none"> 1. En equipos, los estudiantes comenzarán a construir su Misión, Visión y valores para su negocio. 2. El docente por medio de asesorías revisará las propuestas y sugerirá cambios en caso de haberlo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Cañón • Hojas Blancas 	3 horas
UNIDAD IV				
8	Construcción RFC	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los estudiantes de manera individual analizan el proceso para la construcción de RFC. 2. Después, se juntarán en equipo y a partir de lo investigado, crearán un RFC ficticio de su negocio cumpliendo con las características para su construcción. 3. El docente pasará con 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Cañón 	2 horas

		algunos a revisar y pedirles expliquen cómo fue que lo obtuvieron.		
UNIDAD V				
9	Construcción FODA para su negocio	<ol style="list-style-type: none"> 1. En equipos, los estudiantes elaboran su matriz FODA. 2. Después, el docente brinda asesorías por equipo y retroalimenta 3. Los estudiantes atienden las recomendaciones por parte del docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Cañón 	4 horas
10	Análisis de competencia	<ol style="list-style-type: none"> 1. En equipos, los estudiantes investigarán los 3 tipos de competencia a la cual se enfrenta su negocio. 2. El docente por medio de asesorías pasará a revisar cada una de las propuestas y pedirá se le explique, el por qué son consideradas como sus competencias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Cañón 	2 horas
11	Segmentación	<ol style="list-style-type: none"> 1. En equipos, los estudiantes investigarán a qué tipo de Segmento quieren enfocar su negocio. 2. El docente por medio de asesorías pasará a revisar cada una de las propuestas y pedirá se le explique, el por qué son considerado(s) como su Segmento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Cañón 	2 horas
12	Imagen Corporativa	<ol style="list-style-type: none"> 1. En equipos, los estudiantes los equipos construirán su imagen corporativa para el negocio. 2. Después, el docente brinda 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Cañón 	1 hora

		asesorías por equipo y retroalimenta.		
13	Simulador Presentación Plan de Negocios	<ol style="list-style-type: none"> 1. En equipos, los estudiantes presentarán ante el docente y expertos invitados su plan de negocios 2. Después, cada uno de los invitados harán preguntas sobre el plan expuesto. 3. El docente junto con los invitados decidirán si invertirían o no en dicho negocio . 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Cañón 	4 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente): El maestro presentará los temas en la clase por medio de exposiciones, presentaciones en Power Point, Prezi, multimedios complementándolos con debates o foros de discusión, así mismo complementará algunas clases con invitados expertos en un tema para aborar de manera más clara lo visto en la sesión

Estrategia de aprendizaje (alumno): El alumno enriquecerá el conocimiento adquirido durante cada sesión mediante participaciones, investigación de casos de éxito, realización de análisis competitivos y presentación formal en donde se puede evidenciar lo aprendido y dominio de cada tema visto.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Proyecto formal de Negocio	40%
- Prácticas.....	20%
- Examen.....	20%
- Tareas.....	20%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Contrera, A. (2016, septiembre 26). <i>Emprendedor. La pasión del ser emprendedor</i>. Recuperado de https://www.gestiopolis.com/emprendedor-la-pasion-del-emprendedor/</p> <p>Entrepreneur Media. (2020). <i>Entrepreneur</i>. Recuperado de https://www.entrepreneur.com/es</p> <p>García E., Garza R., Sáñez L., y Sepúlveda L. (2013). <i>Formación de Emprendedores</i>. México: Universidad Autónoma de Nuevo León. [clásica]</p> <p>Gerber Michael, E. (2007). <i>El mito del Emprendedor, lo que todo empresario exitoso sabe</i>. México: Paidós. [clásica]</p> <p>González, D. M. (2007). <i>Plan de Negocios para emprendedores al éxito</i>. México: McGraw-Hill Interamericana. [clásica]</p> <p>Debernardo, H., y Hurtado, H. M. (2010). <i>Las Pymes, principales causas de fracaso y cómo combatirlas</i>. México: Ediciones Fiscales ISEF. [clásica]</p> <p>Mercado, S. (2001). <i>Administración de Pequeñas Empresas y Medianas empresas, estrategias de crecimiento</i>. México: Editorial PAC. [clásica]</p> <p>Molina, V. E. (2006). <i>Estrategias para el inicio y manejo exitoso de un Changarro</i>. México: Ediciones Fiscales. [clásica]</p> <p>Salazar, J. (1999). <i>Cómo iniciar una pequeña empresa</i>. México: CECSA. [clásica]</p> <p>Munch, L. (2008). <i>Planeación Estratégica, el rumbo hacia el éxito</i> (2ª ed.). México: Trillas. [clásica]</p>	<p>Brook, H. (2013). <i>Benchmark Upper Intermediate Business</i> 1st Edition Cambridge University Press</p> <p>Butolia, S. (2019). <i>The Entrepreneur Age: Skills to be a Successful Entrepreneur</i>. Estados Unidos: Sunil Butolia</p> <p>Debernardo, H. y Hurtado, M. (2020). <i>El Puente: Consejos para tener éxito en la actividad empresarial</i>. México: Puente Empresarial. Recuperado en http://www.puenteempresarial.com/wp-content/uploads/2010/08/100814 PYMES Cinco Consejos.pdf</p> <p>Donnelly, I. (1997). <i>Fundamentos de Dirección y Administración de Empresas</i>. (8ª ed). España: Irwin Professional Publishing. [clásica]</p> <p>Grupo Emprendedores. (2020). <i>Revista Emprendedores</i>. Recuperado en http://www.emprendedores.es/ideas-de-negocio</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Emprendimiento en Comunicación debe contar con título de Licenciado en Comunicación, Administración o Mercadotecnia o área afín, con conocimientos sobre la planificación de negocios y el emprendimiento; preferentemente con estudios de posgrado en Administración de Negocios, Alta Dirección, Investigación de Mercado o áreas vinculadas a la planeación estratégica y dirección de un negocio; así como contar con dos años de experiencia docente. Ser visionario, responsable, comprometido y empático.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Implementación y Evaluación de Proyectos de Comunicación
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Sheila Delhumeau Rivera
Héctor Manuel Villanueva Gutiérrez

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 17 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje brinda los conocimientos sobre la planeación estratégica en las organizaciones, que le permite al estudiante desarrollar las habilidades de implementación y evaluación de proyectos de intervención comunicativa dentro del campo profesional en un escenario real. Se encuentra en la etapa terminal con carácter obligatoria, dentro del área de conocimiento de Comunicación Integral en las Organizaciones.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Valorar los resultados del proceso de intervención del plan estratégico de comunicación, a partir del uso de herramientas metodológicas pertinentes, para proponer cursos de acción oportunos en el marco de la organización, con honestidad y ética profesional.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Informe técnico de la evaluación de los resultados del plan de comunicación implementado en una organización.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. El plan de acción y su puesta en marcha

Competencia:

Diseñar la estrategia de implementación del plan de comunicación, mediante la identificación de la problemática de una organización y con base a los resultados del diagnóstico, para resolver las necesidades de comunicación de la organización, con liderazgo, trabajo colaborativo e integridad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 1.1. El origen del plan estratégico de comunicación
- 1.2. Definición de objetivos estratégicos y su alineación al plan general de la organización
- 1.3. Del plan a la implementación. El despliegue de las acciones de comunicación
 - 1.3.1. Definición de tareas y actividades del equipo. El diagrama de Gantt
 - 1.3.2. Desarrollo de productos de comunicación
 - 1.3.3. Implementación de acciones de comunicación

UNIDAD II. La evaluación de resultados como un proceso continuo

Competencia:

Elaborar la estrategia de evaluación de la intervención del plan de comunicación, a partir del diseño de herramientas de control y seguimiento, con la finalidad de asegurarse de que el plan estratégico es el óptimo para las necesidades de comunicación de la organización elegida, con creatividad, honestidad y trabajo colaborativo.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 2.1. Definición, objetivos y ventajas de la evaluación en comunicación
- 2.2. Distinguir los objetivos a evaluar
- 2.3. Definición de los indicadores cuantitativos y cualitativos
 - 2.3.1. Diseño de instrumentos y plantillas de control
 - 2.3.2. Identificación de las acciones prioritarias a medir
 - 2.3.3. Calendarización de las acciones de monitoreo y evaluación

UNIDAD III. Implementación de la evaluación

Competencia:

Valorar los resultados preliminares de la estrategia de intervención comunicativa, mediante el análisis de los resultados de la evaluación continua obtenidos durante la implementación, para realizar una propuesta de re direccionamiento, ajustes o reforzamiento, con responsabilidad, actitud crítica y honesta.

Contenido:**Duración:** 16 horas

- 3.1. Implementación y documentación del seguimiento
- 3.2. Integración, análisis e interpretación de la información
- 3.3. Informe de la evaluación y seguimiento
- 3.4. Propuesta de re direccionamiento

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Diseño de plan de la intervención	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Identifica la organización y su problemática. 3. Define los objetivos estratégicos y su alineación al plan general de la organización. 4. Diseña un plan de intervención definiendo tareas y actividades. 5. Desarrolla productos comunicacionales para llevar a cabo la intervención. 6. Entrega la propuesta del diseño de la intervención para la organización. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). • Insumos, herramientas, equipo técnico y/ informático necesarios para la elaboración de productos de comunicación. 	8 horas
UNIDAD II				
2	Diseño de la estrategia de evaluación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Define los objetivos de la evaluación de la estrategia de intervención y las acciones prioritarias a evaluar. 3. Diseña instrumentos y plantillas de control cualitativos y cuantitativos de acuerdo con las características del proyecto. 4. Programa la evaluación en el tiempo. 5. Implementa la evaluación. 6. Entrega los resultados de la estrategia de evaluación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). • Software de bases de datos estadísticos. 	8 horas

UNIDAD III				
3	Informe técnico de los resultado de la implementación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Documenta el desarrollo de la implementación. 3. Interpreta los resultados parciales de la evaluación. 4. Integra y analiza la información. 5. Propone ajustes o re dirección del proyecto en caso de ser necesario. 6. Elabora informe técnico del proceso de implementación y evaluación. 7. Presenta y entrega el informe técnico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). • Software de bases de datos estadísticos. 	16 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Presenta información sobre los conceptos básicos
- Presenta y resuelve ejercicios prácticos relacionados con las temáticas
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Elabora y aplica evaluaciones
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y evalúa reportes de prácticas y actividades

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investiga y analiza información sobre conceptos básicos
- Resuelve ejercicios prácticos proporcionados por el profesor
- Realiza las prácticas de taller
- Presenta evaluaciones
- Participa activamente en clase
- Elabora y entrega reportes de prácticas
- Trabaja en equipo con sus compañeros implementando estrategias de comunicación
- Trabajo colaborativo con los miembros de la organización por intervenir
- Elabora y entrega actividades en tiempo y forma

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Tareas y participación..... 10%
- Diseño de la estrategia de intervención comunicativa 30%
- Diseño de estrategias de evaluación..... 30%
- Informe técnico de la intervención..... 30%
- Total.....100%**

IX. REFERENCIAS

Básicas

Alvarez, A. (2017). *La magia del planning: cómo utilizar la planificación estratégica para potenciar la eficacia de la comunicación*. España: ESIC.

Gauchi, M. ,y Sabater Q. (2017). *Planificación estratégica de la comunicación en redes sociales*. Barcelona: UOC.

Heide, M., von Platen, S., Simonsson, C. & Falkheimer, J. (2018). Expanding the Scope of Strategic Communication: Towards a Holistic Understanding of Organizational Complexity, *International Journal of Strategic Communication*, 12(4), 452-468, DOI: 10.1080/1553118X.2018.1456434

Intelligence Rebold. (2019). *Medición y Evaluación para la Excelencia en la comunicación*. Recuperado en https://letsrebold.com/wp-content/uploads/2019/05/book_intro_medic_online.pdf

Werder, K.P., Nothhaft, H., Vercic, D. & Zeffass, A. (2018). Strategic Communication as an Emerging Interdisciplinary Paradigm. *International Journal of Strategic Communication*, 12(4), 333-351. DOI: 10.1080/1553118X.2018.1494181

Complementarias

Unión Europea. (s.f). *Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER, Fondo de Cohesión y FSE 2007-2013*. Recuperado en https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/fondo_social_europeo_documenta/es_def/adjuntos/seguimientoyevaluacion.pdf [clásica]

Guiby, V. M., . (s.f). *Indicadores y Seguimiento EUROCLIMA. Componente de Reducción y Gestión de Riesgo de Desastres*. Costa Rica: AECID-OTC. Recuperado en <https://euroclimaplus.org/images/Riesgo/ponencias/archivos/Sesion-Comunicacion-y-Visibilidad/Indicadores%20y%20seguimeinto.pdf>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Implementación y Evaluación de Proyectos de Comunicación debe contar con título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación o área afín, con conocimientos teóricos, prácticos y metodológicos en ciencias de la comunicación; preferentemente con estudios de posgrado y mínimo dos años de experiencia docente. Debe ser creativo, facilitador del conocimiento, con experiencia profesional y docente, incluyente, tolerante y dinámico.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Comunicación Pública de la Ciencia y la Cultura
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 02 HCL: 00 HE: 02 CR: 08**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Concepción Baxin Melgoza
Maribel Campos Muñuzuri

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 17 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

A través de la unidad de aprendizaje Comunicación Pública de la Ciencia y la Cultura, el alumno será capaz de desarrollar conocimientos para la construcción de mensajes de divulgación de las ciencias que contribuyan a la calidad de vida y del medio ambiente, con creatividad para la adaptación de información en diferentes contextos y formatos, capacidad de interlocución con los diferentes actores, vinculación y gestión con organizaciones, comunidades u otros sectores, producción multimedia en diversos formatos y plataformas, interpretación de textos académicos y su redacción, integración y gestión de equipos de trabajo; mostrando actitudes de empatía, disposición para el diálogo de saberes, consultas con expertos y trabajos transdisciplinario, sensibilidad, responsabilidad y compromiso social, reflexividad, colaboración, profesionalismo y actitud proactiva. Esta unidad de aprendizaje forma parte de la etapa terminal de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, pertenece al área de conocimiento de Calidad de Vida y Bienestar y es de carácter obligatorio.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar mensajes sobre las ciencias y otras formas de conocimiento dirigidos a diversos públicos, con las bases del periodismo y la divulgación científica, para crear productos comunicativos de fácil comprensión que contribuyan a la calidad de vida y el medio ambiente, con pensamiento crítico y disposición para el diálogo de saberes, consulta con expertos y trabajo transdisciplinario.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

1. Portafolio de producciones de divulgación, que incluya contenidos en diferentes formatos y medios de difusión, dirigidos a diversos públicos que contribuyan a la calidad de vida y el medio ambiente.
2. Realización de un reportaje científico que integre la investigación y consulta de expertos y el trabajo transdisciplinario.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Comunicación Pública de la Ciencia y la Tecnología (CPCyT)

Competencia:

Reconocer de manera crítica los antecedentes históricos de la comunicación de la ciencia, así como sus definiciones, a través de aspectos teóricos y documentales, para introducirlos en el contexto de la divulgación de la ciencia en México, mostrando actitud proactiva y reflexiva.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 1.1. Historia y antecedentes de la divulgación de la ciencia
- 1.2. Historia y presente de la comunicación pública de la ciencia en México
- 1.3. Definiciones, ciencia y tecnología

**UNIDAD II. Análisis comparativo entre los conceptos: divulgación,
difusión, comunicación pública y vulgarización**

Competencia:

Comparar las diferencias y aplicación de los conceptos, divulgación, difusión, comunicación pública y vulgarización, por medio de su definición, antecedentes y representantes de la comunicación pública, así como los debates contemporáneos en torno a la CPCyC, con el propósito de elaborar propuestas de divulgación en diferentes medios y formatos, con actitud asertiva e iniciativa.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 2.1. Definición, antecedentes y representantes de la comunicación pública
- 2.2. Divulgación, difusión y vulgarización
- 2.3. Diferencias y alcances de la difusión, divulgación y vulgarización de la ciencia y tecnología
- 2.4. Debates contemporáneos en torno a la CPCyT

UNIDAD III. Divulgación de la ciencia y la cultura

Competencia:

Crear publicaciones y productos audiovisuales en diferentes formatos, por medio de recursos multimedia y estrategias didácticas aplicados en divulgación científica, con la finalidad de presentar alternativas para diversos medios culturales y sociodigitales, mostrando actitud innovadora, proactiva y compromiso de actuar como agente de cambio.

Contenido:**Duración:** 8 horas

- 3.1. La CPCyC en los medios de comunicación, museos, galerías
- 3.2. La divulgación de la ciencia a través de medios culturales
- 3.3. La creación de historias de ciencia
- 3.4. Medios y recursos multimedia aplicados en divulgación científica
- 3.5. Estrategias didácticas para la comunicación de la ciencia
- 3.6. La CPCyC alternativa
- 3.7. Divulgación de la cultura y otras formas del conocimiento

UNIDAD IV. El enfoque ciencia, tecnología y sociedad en la educación

Competencia:

Relacionar la importancia de la ciencia en la educación, mediante la perspectiva de autores y los componentes fundamentales, para su divulgación, con el propósito de proponer contenido con un enfoque de ciencia, tecnología, sociedad y educación, mostrando actitud innovadora, responsable y de atención al entorno.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 4.1. Ciencia y tecnología, sus componentes fundamentales para su divulgación
- 4.2. Implicaciones de la ciencia y tecnología en la sociedad
- 4.3. Ciencia y tecnología en la educación
- 4.4. El enfoque ciencia, tecnología, sociedad y educación, la perspectiva de autores

UNIDAD V. Comunicación de la ciencia desde diversos campos de acción

Competencia:

Diseñar una propuesta audiovisual de divulgación, mediante la identificación de los diferentes actores en sus campos de acción, para contribuir a la cultura científica, con actitud de empatía, proactiva y ética.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 5.1. Comunidad científica, instituciones y centros de investigación
- 5.2. Organismos gubernamentales y organizaciones de divulgación
- 5.3. Comunicar la ciencia, acciones y productos de divulgación
- 5.4. Principales exponentes de la divulgación
- 5.5. Bases metodológicas y teóricas indispensables para la comunicación de información científica
- 5.6. Modelos de comunicación pública de la ciencia y la tecnología

UNIDAD VI. Periodismo científico

Competencia:

Desarrollar un producto de periodismo científico en diferentes formatos, a través de la investigación y el trabajo de campo, con la finalidad de mostrar diversas perspectivas y posibilidades de crear conocimientos, con actitud de respeto, diálogo y compromiso social.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 6.1. Perfil del periodista científico
- 6.2. Periodismo científico: nota científica, artículo, reportaje, documental
- 6.3. El periodismo científico como fuente de enseñanza y aprendizaje
- 6.4. Proceso de realización en sitio, el trabajo en campo del periodismo científico

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Realización de línea del tiempo	<ol style="list-style-type: none"> 1. De manera individual indagar en diversas fuentes la historia y los antecedentes de la divulgación de la ciencia. 2. Realiza una línea del tiempo interactiva con la información obtenida, en formato digital, agregando imágenes y siguiendo las normas APA vigentes. 3. Presenta al grupo por medio de un proyector y recibir retroalimentación del docente y del resto del grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuentes bibliográficas físicas y digitales ● Base de datos institucional ● Internet ● Equipo de cómputo ● Aplicaciones y herramientas digitales ● Proyector 	2 horas
UNIDAD III				
2	Publicación de divulgación	<ol style="list-style-type: none"> 1. De manera individual o en equipos identifica una temática de ciencia para su adaptación y divulgación a través de una publicación informativa o narrativa dirigida a una audiencia en específico. 2. Realiza una propuesta de diseño y contenido de una publicación informativa o narrativa (se sugiere cuento o revista). 3. Utiliza el software necesario para la creación de un cuento o revista de divulgación. 4. Presenta al grupo por medio de un proyector la versión digital de la publicación y recibe 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuentes bibliográficas y digitales ● Internet ● Equipo de cómputo ● Aplicaciones y herramientas digitales ● Proyector 	4 horas

		<p>retroalimentación del docente y del resto del grupo.</p> <p>5. Entrega de publicación en formato digital e impreso después de recibir la retroalimentación adecuada y hacer los ajustes solicitados por parte del docente.</p>		
3	Producción audiovisual educativa de divulgación	<p>1 En equipos identifica una temática de ciencia para su adaptación y divulgación a través de una producción audiovisual (se sugiere cápsula o animación), dirigida a una audiencia específica.</p> <p>2. Realiza una propuesta de diseño y contenido de una producción audiovisual tomando en cuenta las características de la audiencia.</p> <p>3. Utiliza el equipo técnico necesario para la producción de contenido audiovisual.</p> <p>4. Utiliza el software necesario para la postproducción de contenido audiovisual de divulgación.</p> <p>4. Presenta al grupo por medio de un proyector el contenido audiovisual y recibir retroalimentación del docente y del resto del grupo.</p> <p>5. Entrega de producción audiovisual en formato digital, después de recibir la retroalimentación adecuada y hacer los ajustes solicitados por parte del docente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuentes bibliográficas y digitales ● Internet ● Equipo de cómputo ● Aplicaciones y herramientas digitales ● Cámara de video. micrófono y tripie. ● Software para la postproducción de contenido audiovisual ● Proyector 	8 horas
UNIDAD V				

4	Producción sonora de divulgación de la ciencia	<p>1 A partir de conocer diversos campos de acción de comunicación de la ciencia, identifica una temática para su adaptación y divulgación a través de una producción sonora dirigida a una audiencia específica.</p> <p>2. Realiza una propuesta de diseño y contenido de una producción sonora tomando en cuenta las características de la audiencia.</p> <p>3. Utiliza el equipo técnico necesario para la producción de contenido sonoro.</p> <p>4. Utiliza el software necesario para la postproducción de contenido sonoro de divulgación.</p> <p>4. Presenta al grupo por medio de un equipo de sonido el contenido sonoro y recibir retroalimentación del docente y del resto del grupo.</p> <p>5. Entrega de producción sonora en formato digital, después de recibir la retroalimentación adecuada y hacer los ajustes solicitados por parte del docente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuentes orales, bibliográficas y digitales ● Internet ● Equipo de cómputo ● Aplicaciones y herramientas digitales ● Grabadora de sonido, microfono ● Software para la postproducción de contenido sonoro ● Bocinas 	8 horas
UNIDAD VI				
5	Realización de reportaje de ciencia	1 A partir de conocer diversos campos de acción, identifica una	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuentes orales, bibliográficas y digitales 	10 horas

		<p>temática del entorno para la realización de reportaje de ciencia (se recomienda en formato audiovisual)</p> <p>2. Realiza una propuesta en la que plantea el desarrollo de un tema de ciencia que tenga un vínculo con la sociedad, desde periodismo</p> <p>3. Investiga y documenta sobre el tema.</p> <p>4. Utiliza el equipo técnico necesario para la realización de registros audiovisuales del tema a investigar.</p> <p>5. Utiliza el software necesario para la realización de un reportaje de ciencia.</p> <p>6. Presenta al grupo por medio de proyector reportaje de ciencia para recibir retroalimentación del docente y del resto del grupo.</p> <p>7. Entrega de reportaje científico en formato digital, después de recibir la retroalimentación adecuada y hacer los ajustes solicitados por parte del docente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Internet ● Equipo de cómputo ● Aplicaciones y herramientas digitales ● Grabadora de sonido, microfono ● Cámara de video, tripie ● Software para la postproducción de contenido sonoro ● Bocinas y proyector 	
--	--	--	---	--

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE CAMPO

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD III				
1	La comunicación pública de la ciencia y la cultura en museos	<ol style="list-style-type: none"> 1. De manera grupal realizan visita a museo. 2. Reconoce y documenta las diferentes posibilidades de divulgación a través del museo. 3. Comparte con el grupo la experiencia. 4. Realiza reporte escrito de visita e integra evidencias que reflejen la labor de divulgación en museo. 5. Entrega reporte digital a docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de visita a museo • Equipo de cómputo • Cámara de video y/o fotográfica Equipo de cómputo	4 horas
UNIDAD V				
2	Acercamiento a la ciencia desde los diversos campos de acción	<ol style="list-style-type: none"> 1. De manera individual o por equipo selecciona un campo de acción en el que se realice investigación científica. 2. Identifica una temática para su adaptación y divulgación a través de una producción sonora. 2. Realiza entrevistas como fuente principal para realización de contenido sonoro de divulgación. 3. Da seguimiento a la producción y postproducción de contenido sonoro. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de visita a campo de acción • Equipo de cómputo • Grabadora de sonido y micrófono Equipo de cómputo	4 horas
UNIDAD VI				
3	Investigación, periodismo de ciencia	<ol style="list-style-type: none"> 1. De manera individual o por equipo selecciona un campo de acción en la región en el que se 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de visita a campo de acción • Equipo de cómputo 	24 horas

		<p>realice investigación científica.</p> <p>2. Identifica una temática para su adaptación y divulgación a través de un reportaje científico.</p> <p>3. Realiza entrevistas como fuente principal para realización de contenido audiovisual.</p> <p>4. Da seguimiento a la producción y postproducción de reportaje científico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Cámara, trípode y micrófono 	
--	--	--	---	--

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Técnica expositiva
- Retroalimentación
- Estudio de casos
- Revisión de ejemplos
- Debates

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Participación
- Estudio de campo
- Reportes de lectura
- Organizadores gráficos
- Infografía
- Entrevistas

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales.....	10%
- Actividades complementarias.....	15%
- Reportaje científico.....	30%
- Portafolio de producciones de divulgación (prácticas de taller).....	45%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Alcíbar, M. (2009). Comunicación pública de la tecnociencia: más allá de la difusión del conocimiento. <i>Zer-Revista de Estudios de Comunicación</i>. 14(27), pp. 165-188. https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/2408</p> <p>Alcíbar, M. (2015). Comunicación pública de la ciencia y la tecnología: una aproximación crítica a su historia conceptual. <i>Arbor</i>. 191(773). https://doi.org/10.3989/arbor.2015.773n3012</p> <p>Anaya, R. (2020) <i>Manual de periodismo científico. Navegando entre dos aguas</i>. Pax.</p> <p>Calvo Hernando, M. (2003). <i>Divulgación y periodismo científico: Entre la claridad y la exactitud</i>. Dirección General de Divulgación de la Ciencia, UNAM. [clásica]</p> <p>Cazaux, Diana (2010). La Comunicación Pública de la ciencia y la tecnología en la sociedad del conocimiento. <i>Razón y palabra</i>, 65, http://www.razonypalabra.org.mx/N/n65/actual/dcasaux.html</p> <p>Cortassa, C. y Polino, C. (2015). Promoting Scientific Culture: A Review of Public Policies in the Ibero-American Countries. <i>Journal of Scientific Temper</i>, 3(3&4), pp. 135-162. http://op.niscair.res.in/index.php/JST/article/view/12207</p> <p>Dahlstrom, M. (2014). Using narrative and storytelling to communicate science with nonexpert audiences. <i>PNAS</i>, 111(4). pp. 13614-13620 https://doi.org/10.1073/pnas.1320645111</p> <p>Fayard, P. (2004). <i>La comunicación pública de la ciencia</i>.</p>	<p>Bodison S.C. (2015). Sankaré I, Anaya H, Booker-Vaughns J, Miller A, Williams P, et al. Engaging the Community in the Dissemination, Implementation, and Improvement of Health-Related Re-search. Volume 8 ISSUE 6. Re- search. <i>Clin Transl Sci</i>. 2015;8(6):814- 9. doi: 10.1111/cts.12342. https://ascpt.onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/cts.12342</p> <p>Centro de Ciencias de la Complejidad (2018). Lo que todo periodista debe saber sobre la labor científica. https://redmpc.files.wordpress.com/2018/06/lo-que-todo-periodista-debe-saber-sobre-la-labor-cientc3adfica.pdf</p> <p>Centro de Ciencias de la Complejidad (2018). Lo que todo científico debe saber sobre la labor periodística. https://redmpc.files.wordpress.com/2018/06/lo-que-todo-cientc3adficos-debe-saber-sobra-la-labor-periodc3adstica.pdf</p> <p>Díaz, G. y Golombeck, D. (2020). The quest of scientific culture. <i>Journal of Science Communication</i>, 19(01) https://doi.org/10.22323/2.19010601</p> <p>Magaña Patricia, Patiño Ma. de Lourdes. (2018). La creación de historias de ciencia. Introducción al periodismo de la ciencia. Sociedad Mexicana para la Divulgación de la Ciencia y la Técnica, A.C. (1 ed.) CDMX, México: Somedicyt. ISBN: 978-607-95648-8-9.</p> <p>Martínez, L. (2006). <i>Comunicar la ciencia</i> (1.ed). Recuperado de http://informecotec.es/media/J11_Comu_Ciencia.pdf [clásica]</p> <p>Patiño, M. (2013). La divulgación de la ciencia en México desde</p>

Hacia la sociedad del conocimiento. Dirección General de Divulgación de la Ciencia, UNAM. [clásica]

García Ferreiro, V. (2003). Los museos de ciencia: Un medio privilegiado para la divulgación científica. En García Ferreiro, V., *Las ciencias sociales en la divulgación*. (pp. 25-40) Dirección General de la Divulgación de la Ciencia, UNAM . [clásica]

León, B. (1999). *El documental de divulgación científica*. Paidós Papeles de Comunicación. [clásica]

Orozco, C. (2003). *La comunicación pública de la ciencia: Una lectura sociocultural*, https://somedicyt.org.mx/images/divulgadores/congresos/12/memorias/Memorias/descargas_pdf/profesionalizacion/descarga_orozco.pdf [clásica]

Orozco, C. (2018). Diez años de investigación en comunicación pública de la ciencia en y desde América Latina. Un estudio en tres revistas académicas (2008-2017). *Journal of Science Communication América Latina* 01(01) <https://doi.org/10.22323/3.01010202>

Polino, C. (2019). Públicos de la ciencia y desigualdad en América Latina. *Journal of Science Communication*. 02(02), pp. 1 <https://doi.org/10.22323/3.02020205>

Polino, C., y Castelfranchi, Y. (2015). Percepción pública de la ciencia y la tecnología en Iberoamérica. Evidencias y desafíos de la agenda a corto plazo. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*, 14(42) <https://www.redalyc.org/jatsRepo/924/92462512008/html/index.html>

Russell, N.J. (2010). Communicating science: professional,

distintos campos de acción: Visiones, retos y oportunidades. Sociedad Mexicana para la Divulgación de la Ciencia y la Técnica, A.C. (1 ed.) CDMX, México. Somedicyt. [clásica]

popular, literary. Cambridge University Press.
<http://www.prometeus.nsc.ru/acquisitions/16-03-29/cont76f.ssi> [clásica]

Sánchez Mora, Ana María (1998). Breve historia de la divulgación de la ciencia del siglo XVII al siglo XVIII. En *La divulgación de la ciencia como literatura*. (pp. 17-28). Dirección General de Divulgación de la Ciencia, UNAM. [clásica]

Sánchez Mora, Ana María (1998). Clásicos de la divulgación. En *La divulgación de la ciencia como literatura*. (pp. 73-102) Dirección General de Divulgación de la Ciencia, UNAM. [clásica]

Sánchez, M.A. (2008). La comunicación pública de las ciencias en México: Estudios precursores y senderos posibles, en *Nueva Antropología*, 21(68), pp. 89-112.

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Comunicación Pública de la Ciencia y la Cultura debe contar con el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación o áreas afines, con al menos dos años de experiencia docente, y experiencia previa de por lo menos tres años en la divulgación de la ciencia y la cultura. Además de contar con conocimientos en el manejo de equipo técnico y software y/o aplicaciones para la producción y postproducción de productos de divulgación científica en diferentes medios y plataformas. Debe ser proactivo, motivar a la creatividad y a la expresión de las ideas con compromiso social mediante el uso de recursos audiovisuales y multimedia.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Tópicos Contemporáneos en Comunicación
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Básica
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Armando Gutiérrez Ortega
Carolina Jaramillo Zurita
Estela Salomé Solís

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje de Tópicos Contemporáneos en Comunicación, tiene como finalidad brindar un marco general del contexto sociocultural, político y económico contemporáneo, la forma en que éstos se vinculan e influyen en el ámbito profesional, mediante la reflexión de los grandes fenómenos sociales de los siglos XX y XXI, además de desarrollar habilidades para analizar, interpretar y relacionar nociones y conceptos históricos, con actitudes sentido crítico, apertura y respeto.

Esta unidad de aprendizaje forma parte de la etapa básica, es de carácter optativo y pertenece al área de conocimiento de vida pública y ciudadanías de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar los principales fenómenos del contexto sociocultural, político y económico contemporáneo, por medio de la revisión documental de los sucesos que provocaron transformaciones radicales y novedosas en las sociedades del siglo XX y XXI, para la contextualización del quehacer cotidiano del ámbito profesional, mostrando sentido crítico, responsabilidad social y apertura.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

1. Estudios de casos sobre eventos disruptivos de la historia considerando su impacto social, la forma en que se interrelacionan y el vínculo que pueden tener con la profesión.
2. Reflexión crítica sobre la relevancia del contexto en su futuro desempeño profesional, que contenga los siguientes elementos:
 - Portada
 - Introducción
 - Desarrollo mediante la selección de fenómenos abordados
 - Conclusión
 - Referencias en formato APA

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Los grandes conflictos

Competencia:

Examinar los grandes conflictos de los siglos XX y XXI, mediante la revisión de confrontaciones bélicas de distintos tipos y niveles, con el propósito de identificar las interrelaciones entre estos contextos con la actualidad, mostrando actitud objetiva, solidaria y empática.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 1.1. El mundo en guerra
 - 1.1.1. 1ra Guerra Mundial: la máquina de destrucción
 - 1.1.2. El holocausto de la Segunda Guerra Mundial
 - 1.1.3. Vietnam, el conflicto con la conciencia
 - 1.1.4. Guerra Afgano-Soviética
 - 1.1.5. El exterminio Tutsi
- 1.2. La lucha por territorio
 - 1.2.1. El conflicto árabe-judío
 - 1.2.2. La lucha por el Kurdistán
- 1.3. Terrorismo
 - 1.3.1. Radicalismo islámico
 - 1.3.2. Radicalismo budista
 - 1.3.3. Supremacismo blanco

UNIDAD II. Incertidumbre

Competencia:

Examinar las bases de la incertidumbre, mediante la revisión de fenómenos socioculturales y su relación con los principios científicos, con el propósito de disipar determinismos y fundamentalismos e interpretar los sistemas generales de referencia social, mostrando actitud objetiva, solidaria y empática.

Contenido:

- 2.1. Fin de los principios de certidumbre
- 2.2. Relatividad y la dilución de los ónfalos
- 2.3. La ciencia de la incertidumbre

Duración: 4 horas

UNIDAD III. El Individuo

Competencia:

Analizar el concepto de individuo de los siglos XX y XXI, mediante la identificación de las transformaciones en las construcciones sociales, para establecer el papel que estas desempeñan en las relaciones entre los individuos, con apertura, empatía y sensibilidad.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 3.1. El descubrimiento del individuo, entre la libertad y la responsabilidad
- 3.2. Feminismos y masculinidades
- 3.3. Diversidad sexual
- 3.4. Revolución sexual
- 3.5. Contracultura juvenil
- 3.6. La minoría y el individualismo

UNIDAD IV. La ciencia

Competencia:

Examinar los principios y desarrollos científicos de los siglos XX y XXI, a través del estudio de sus principales avances, con la finalidad de definir el impacto que estos han tenido en la sociedad y establecer prioridades para el razonamiento del contexto actual, con apertura y actitud objetiva y crítica.

Contenido:

- 4.1. Biotecnología
- 4.2. Nuevos materiales
- 4.3. Fuentes de energía
- 4.4. Informática y mundo red
- 4.5. Inteligencia artificial y robótica
- 4.6. Ciencia aeroespacial

Duración: 4 horas

UNIDAD V. El crecimiento

Competencia:

Analizar el proceso de crecimiento de los factores económicos de los siglos XX y XXI, reconociendo las condiciones ambientales, las variables que integran los procesos de medición, los organismos internacionales que lo promueven y el surgimiento de la economía del conocimiento, para definir el impacto que tienen en la esfera social y las relaciones entre los individuos, con apertura y sentido crítico.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 5.1. La crisis de los recursos
- 5.2. Medir el crecimiento
- 5.3. Crecimiento en los siglos XX y XXI
- 5.4. Organismos internacionales promotores del crecimiento
- 5.5. Economía del conocimiento: tercera y cuarta revolución industrial

UNIDAD VI. La posmodernidad y el caos

Competencia:

Relacionar los conceptos de caos y posmodernidad, estudiando eventos de ruptura del siglo XXI, para la comprensión del vínculo entre entorno sociocultural, orden económico, geopolítica y medio ambiente y su influencia en el sistema de interacciones sociales, con sentido crítico, responsabilidad y orden.

Contenido:

- 6.1. Posmodernidad
- 6.2. Agenda del milenio
- 6.3. El fin de la historia
- 6.4. La ciencia del caos
- 6.5. Crisis financiera
- 6.6. Populismos
- 6.7. Crisis energética
- 6.8. Pandemias
- 6.9. Antropoceno y medio ambiente
- 6.10. Retos para el futuro

Duración: 6 horas

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Línea de tiempo de las confrontaciones bélicas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente. 2. Recibe por parte del docente la asignación de un evento de confrontación bélica de los siglos XX y XXI. 3. Integra y organiza equipo de trabajo. 4. Indaga sobre el evento asignado. 5. Diseña una línea de tiempo. 6. Redacta un guión de presentación en el que se debe incluir: antecedentes, características de los grupos en confrontación, causas del conflicto, desarrollo del conflicto, consecuencias. 7. Presenta la línea de tiempo ante el grupo empleando información documental y gráfica. 8. Entrega la evidencia al docente. 9. Recibe retroalimentación 	<ul style="list-style-type: none"> • Materiales de apoyo proporcionados por el docente. • Rúbrica del proyecto. • Equipo de cómputo. • Acceso a internet. • Software o aplicación de producción textual y de presentaciones o líneas de tiempo. • Proyector de video o interfaz para realizar la presentación. 	2 horas
2	Estudio de la confrontación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente. 2. Elige un evento de confrontación. 3. Indaga sobre el evento. 4. Redacta una crónica del evento seleccionado considerando: antecedentes, 	<ul style="list-style-type: none"> • Materiales de apoyo proporcionados por el docente. • Rúbrica del proyecto. • Equipo de cómputo. • Acceso a internet. • Software o aplicación de producción textual. 	4 horas

		<p>características de los grupos en confrontación, causas del conflicto, desarrollo del conflicto, consecuencias.</p> <p>5. Entrega la evidencia al docente.</p> <p>6. Recibe retroalimentación</p> <p>7. sobre su desempeño.</p>		
UNIDAD II				
3	Estudio de evento de incertidumbre	<p>1. Atiende las indicaciones del docente.</p> <p>2. Recibe por parte del docente la asignación de un evento de incertidumbre.</p> <p>3. Integra y organiza equipo de trabajo.</p> <p>4. Indaga sobre el evento asignado.</p> <p>5. Diseña un mapa conceptual del desarrollo y perspectivas desde las cuales la sociedad abordó en su momento el evento, debe incluir información documental y gráfica.</p> <p>6. Redacta un guión de presentación en el que se incluye: antecedentes, características del evento, perspectivas con las que se abordó el evento, posturas de los grupos sociales en torno a la perspectiva y consecuencias.</p> <p>7. Presenta mapa conceptual ante el grupo empleando información documental y gráfica.</p> <p>8. Entrega la evidencia al docente.</p> <p>9. Recibe retroalimentación sobre su desempeño</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Materiales de apoyo proporcionados por el docente. • Rúbrica del proyecto. • Equipo de cómputo. • Acceso a internet. • Software o aplicación de producción textual. 	4 horas

UNIDAD III				
4	Estudio de la construcción del individuo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente. 2. Recibe por parte del docente la asignación de época, edad y entorno del personaje a construir. 3. Integra y organiza equipo de trabajo. 4. Indaga sobre el contexto en el que vivió el personaje y las condiciones socioculturales del entorno. 5. Redacta el desarrollo del personaje atendiendo: su vida exterior, vida interior e influencia el entorno sociocultural. 6. Produce una infografía que resume las condiciones solicitadas en el desarrollo del personaje, empleando información documental y gráfica. 7. Presenta ante grupo. 8. Integra y envía las evidencias 9. Recibe retroalimentación por parte del docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Materiales de apoyo proporcionados por el docente. • Rúbrica del proyecto. • Equipo de cómputo. • Acceso a internet. • Software o aplicación de producción textual. 	8 horas
UNIDAD IV				
5	Estudio de desarrollo tecnológico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente. 2. Recibe por parte del docente la asignación de un desarrollo tecnológico disruptivo del siglo XX o XXI. 3. Integra y organiza equipo de trabajo. 4. Indaga sobre el desarrollo tecnológico asignado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Materiales de apoyo proporcionados por el docente. • Rúbrica del proyecto. • Equipo de cómputo. • Acceso a internet. • Software o aplicación de producción textual. 	4 horas

		<p>5. Diseña una línea de tiempo considerando el contexto científico y sociocultural, razones de su disruptividad (implicaciones en la mayor cantidad de esferas del orden social, político, económico o cultural), implicaciones con el presente.</p> <p>6. Redacta un guión de presentación en el que se debe incluir: contexto científico y sociocultural, razones de su disruptividad (implicaciones en la mayor cantidad de esferas del orden social, político, económico o cultural), implicaciones con el presente.</p> <p>7. Presenta la línea de tiempo ante el grupo empleando información documental y gráfica.</p> <p>8. Entrega la evidencia al docente.</p> <p>9. Recibe retroalimentación sobre su desempeño.</p>		
UNIDAD V				
5	Crónica del crecimiento	<p>1. Atiende las indicaciones del docente.</p> <p>2. Recibe por parte del docente la asignación de un periodo y área de crecimiento del siglo XX o XXI vinculado con la esfera económica.</p> <p>3. Indaga sobre el periodo y área de crecimiento asignados.</p> <p>4. Redacta una crónica de ese periodo y área de crecimiento asignada describiendo el</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Materiales de apoyo proporcionados por el docente. • Rúbrica del proyecto. • Equipo de cómputo. • Acceso a internet. • Software o aplicación de producción textual. 	4 horas

		<p>desarrollo a lo largo del periodo de tiempo, las causas y efectos que tuvo para el entorno sociocultural de la época y cómo se vincula con la actualidad.</p> <p>5. Entrega la evidencia atendiendo las condiciones formales solicitadas.</p> <p>6. Recibe retroalimentación.</p>		
UNIDAD VI				
6	Detonante de caos en el nuevo milenio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente. 2. Recibe por parte del docente la asignación de un detonante de caos del siglo XX o XXI. 3. Integra y organiza equipo de trabajo. 4. Indaga sobre el proceso de generación de caos vinculado al tema asignado. 5. Redacta un informe ejecutivo que incluya la descripción del evento, su contexto de acuerdo a la época asignada, sus causas y efectos, otros posibles eventos con los que se puede vincular antes y después del periodo de tiempo en el que ocurrió y la forma en que se vincula con ello. Debe incluir elementos informativos y gráficos. 6. Entrega la evidencia atendiendo las condiciones formales solicitadas. 7. Recibe retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Materiales de apoyo proporcionados por el docente. • Rúbrica del proyecto. • Equipo de cómputo. • Acceso a internet. • Software o aplicación de producción textual. 	4 horas
7	Reflexión crítica	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atender las indicaciones del docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Materiales de apoyo proporcionados por el docente. 	2 horas

		<p>2. Desarrolla un repertorio de referentes desarrollados durante el curso que resultan significativos para su formación y futuro desempeño como profesionista.</p> <p>3. Define el vínculo de ese repertorio con su perspectiva sobre el entorno sociocultural.</p> <p>4. Redacta una reflexión crítica que integre el repertorio de referentes, nivel y explicación de su importancia, y razón por la cual se convertirán en sus referentes.</p> <p>5. Entrega la evidencia atendiendo las condiciones formales solicitadas.</p> <p>6. Recibe retroalimentación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Rúbrica del proyecto. • Equipo de cómputo. • Acceso a internet. • Software o aplicación de producción textual. 	
--	--	---	---	--

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Presenta información sobre los conceptos básicos
- Presenta y resuelve ejercicios prácticos relacionados con las temáticas
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Elabora y aplica evaluaciones
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y evalúa reportes de prácticas y actividades

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investiga y analiza información sobre conceptos básicos
- Resuelve ejercicios prácticos proporcionados por el profesor
- Realiza las prácticas de taller
- Presenta evaluaciones
- Participa activamente en clase
- Elabora y entrega reportes de prácticas
- Trabaja en equipo
- Elabora y entrega actividades en tiempo y forma

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

-Exámenes.....	10%
-Tareas.....	10%
-Exposiciones.....	15%
-Estudios de caso.....	40%
-Reflexión.....	25%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas

- Higgs, J. (2015). *Historia alternativa del siglo XX. Más extraño de lo que cabe imaginar*. Barcelona: Penguin Random House.[clásica]
- Oppenheimer. A. (2014). *Crear o morir: La Esperanza De Latinoamérica Y Las Cinco Claves De La Innovación*. Nueva York: Vintage español. [clásica]
- Oppenheimer. A. (2018). *Sálvese quién pueda. El futuro del trabajo en la era de la automatización*. Nueva York: Knopf Doubleday Publishing Group.
- Tato, M.I., Ana Paula Pires, A.P. y Dalla-Fontana, L.E. (2018). *Guerras del siglo XX. Experiencias y representaciones en perspectiva global*. Buenos Aires: Prohistoria.
- Veres-Cortés, L. (2017). *Los lenguajes del terrorismo*. Valencia: Tirant Humanidades.
- Wright, L. (2017). *Los años del Terror: se Al-Qaeda al Estado Islámico*. Madrid: Debate. Penguin Random House Grupo Editorial.

Complementarias

- Fukuyama, F., y García-Morán, J. (2015). *¿ El fin de la historia? y otros ensayos*. Madrid: Alianza. [clásica]

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Tópicos Contemporáneos de Comunicación debe contar con título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación o área afín, preferentemente con el dominio del contexto histórico de los siglos XX y XXI que se vinculan con las transformaciones en la esfera sociocultural, económica y política; con habilidades importantes y experiencia en contextualización de procesos sociales, historia moderna, ciencia, economía y medio ambiente; preferentemente con estudios de posgrado y dos años de experiencia docente. Ser propositivo y creativo, invitar a la reflexión, capacidad docente para enseñar procesos disruptivos.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Normatividad de la Comunicación
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Armando Gutiérrez Ortega

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez

Carolina Jaramillo Zurita

Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Normatividad de la Comunicación pretende brindar un marco contextual general sobre los principales conceptos y alcances de las normas jurídicas vinculadas con los procesos de comunicación para regular el ejercicio profesional de los egresados del programa. Esta unidad de aprendizaje forma parte de la etapa disciplinaria del plan de estudios de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, es de carácter optativo, no precisa requisitos previos para cursarla y pertenece al área de conocimiento de Fundamentos de la Comunicación.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Relacionar el contexto jurídico vigente en materia de información y comunicación, empleando los marcos deontológicos, éticos, jurídicos y contextuales, para dimensionar el papel de la legislación vinculada con los medios, las libertades y responsabilidades individuales y gubernamentales, evidenciando responsabilidad, respeto y pensamiento crítico.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Estudios de caso sobre eventos relevantes en la historia de los medios de comunicación en los que se identifiquen, evidencien y analicen las condiciones en las que surgieron, así como su relación con los esquemas ontológico, axiológicos, deontológicos, epistemológico y metodológico en la generación de normatividad jurídica y su aplicación.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Ética y ejercicio profesional

Competencia:

Relacionar los componentes deontológicos y éticos con el ejercicio profesional, mediante el estudio de las categorías, formas de comportamiento y moral, con el propósito de construir un marco general de acción en el campo de la comunicación, evidenciando responsabilidad y actitud crítica.

Contenido:

Duración: 2 horas

- 1.1. Definición
- 1.2. La ética y la formación de conductas
- 1.3. La ética y la responsabilidad moral de las personas
- 1.4. Categorías de la ética
 - 1.4.1. Metaética
 - 1.4.2. Ética normativa
 - 1.4.3. Ética aplicada

UNIDAD II. La naturaleza del derecho

Competencia:

Distinguir la naturaleza del derecho, realizando una revisión de los conceptos jurídicos básicos y la tipología de los derechos humanos, para la integración de una estructura general del contexto legal en el ejercicio de la comunicación, con responsabilidad y respeto.

Contenido:

Duración: 4 horas

2.1. Fundamentos

- 2.1.1. Ontología
- 2.1.2. Axiología
- 2.1.3. Deontología
- 2.1.4. Epistemología
- 2.1.5. Metodología

2.2. Las generaciones de los derechos humanos

- 2.2.1. Primera generación: derechos civiles y políticos
- 2.2.2. Segunda generación: derechos económicos, sociales y culturales
- 2.2.3. Tercera generación: derechos solidarios
- 2.2.4. Derechos de la vida pública digital

UNIDAD III. Conceptos jurídicos fundamentales

Competencia:

Relacionar los conceptos jurídicos con el ejercicio del campo profesional de la comunicación, mediante la revisión de la tipología del lenguaje jurídico, sus fundamentos, categorías y normatividades, para el reconocimiento del origen y alcances de las leyes vinculadas con los procesos comunicativos, con una actitud reflexiva e integradora.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 3.1. El lenguaje y los conceptos
- 3.2. Fundamentalidad de los conceptos jurídicos
- 3.3. Conexión entre la definición del derecho y los fundamentos de los conceptos jurídicos
- 3.4. Categorías jurídicas
 - 3.4.1. Categorías jurídicas formales
 - 3.4.1.1. Categorías atinentes de la estructura lógica de las normas jurídicas
 - 3.4.1.2. El derecho subjetivo
 - 3.4.1.3. El deber jurídico
 - 3.4.1.4. La sanción
 - 3.4.2. Categorías jurídicas materiales
 - 3.4.2.1. Personas
 - 3.4.2.2. Justicia y bien común
- 3.5. Normatividad mexicana de la comunicación
 - 3.5.1. Garantías constitucionales
 - 3.5.2. Normatividad jurídica de los medios impresos
 - 3.5.3. Normatividad jurídica de telecomunicaciones
 - 3.5.4. Normatividad jurídica de la cinematografía
 - 3.5.5. Normatividad sobre propiedad y uso de la información personal
 - 3.5.6. Normatividad sobre acceso y uso de información pública

UNIDAD IV. Derecho y libertad de expresión

Competencia:

Interpretar las normas jurídicas vinculadas con la libre expresión, atendiendo las garantías, leyes y regulaciones en materia de libertad de prensa, contenido de la publicidad, procesos electorales, seguridad pública y derecho de réplica, para la integración de un repertorio de normatividad básico en el ejercicio de la comunicación, evidenciando sentido crítico y autonomía.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 4.1. Las garantías constitucionales de las libertades de expresión
- 4.2. Normas jurídicas vinculadas a la libertad de prensa
 - 4.2.1. Medios escritos
 - 4.2.2. Medios electrónicos
 - 4.2.3. Medios digitales en línea
 - 4.2.4. Normas de protección a la prensa
 - 4.2.5. Grupos de defensoría del periodismo
- 4.3. Normas sobre el contenido de la publicidad
 - 4.3.1. Sobre la naturaleza de los productos
 - 4.3.2. Sobre la seguridad sanitaria de los productos
- 4.4. Normatividad de la comunicación en materia electoral
- 4.5. Normatividad de la comunicación en materia de seguridad pública
- 4.5. Derecho de réplica

UNIDAD V. Derecho de propiedad y concesiones de medios

Competencia:

Interpretar las normas jurídicas vinculadas con las concesiones de medios, atendiendo la regulación vigente en telecomunicaciones, cinematografía, radio, televisión, derechos de audiencias y órganos públicos garantes, para la integración de un repertorio de normatividad básico en el ejercicio de la comunicación, evidenciando sentido crítico y autonomía.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 5.1. Propiedad intelectual y derechos de autor
- 5.2. Telecomunicaciones
- 5.3. Cinematografía
- 5.4. Radio y televisión
- 5.5. Derechos de las audiencias
- 5.6. Organismos gubernamentales y públicos vinculados a la normatividad de los medios

UNIDAD VI. Propiedad, uso y acceso a la información

Competencia:

Interpretar las normas jurídicas vinculadas con el uso y acceso a la información, atendiendo la regulación vigente en información privada, información pública y órganos públicos garantes, para la integración de un repertorio de normatividad básico en el ejercicio de la comunicación, evidenciando sentido crítico y autonomía.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 6.1. Comunicación, derecho y vida privada
- 6.2. Normatividad de la información pública
- 6.3. Organismos gubernamentales y públicos vinculados con la normatividad de la información pública y privada

UNIDAD VII. Vida pública digital

Competencia:

Interpretar las normas jurídicas vinculadas con la vida pública digital, estudiando la regulación vigente en información pública e internet, el derecho a la privacidad y a la reputación digital, así como las políticas públicas en derechos digitales, para la integración de un repertorio de normatividad básico en el ejercicio de la comunicación, evidenciando sentido crítico y autonomía.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 7.1. Información pública y responsabilidades jurídicas de los gobiernos
- 7.2. Derecho a la vida privada y la reputación digital
- 7.3. Políticas públicas sobre derechos digitales
- 7.4. Regulación del internet en México

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	La ética en el ejercicio profesional.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente sobre el concepto de ética y su importancia en el ejercicio profesional. 2. Busca y selecciona información adicional. 3. Reconoce tres aspectos de la profesión en los que interviene cada una de las categorías de la ética (metaética, ética normativa y ética aplicada). 4. Redacta una reflexión individual en la que integra los aspectos de la profesión en lo que intervienen las categorías de la ética. 5. Entrega al docente considerando los tiempos y formas previamente definidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Software o aplicaciones digitales para la producción textual. 	4 horas
UNIDAD II				
2	Evolución de los derechos humanos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende a las orientaciones del docente sobre los procesos de evolución de los derechos humanos y sus fundamentos. 2. Integra su equipo de trabajo con sus compañeros de clase. 3. Busca de información documental adicional. 4. Identifica casos que ejemplifiquen a cada generación de derechos humanos. 5. Redacta de una línea de tiempo sobre la evolución histórica de los 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Sistema de proyección. • Software o aplicaciones digitales para la producción textual y diseño de presentaciones. 	4 horas

		<p>derechos humanos considerando los fundamentos que les dan origen e integrando los ejemplos.</p> <p>6. Diseña una exposición con apoyos visuales y presenta ante grupo.</p> <p>7. Entrega al docente considerando los tiempos y formas previamente definidos.</p>		
UNIDAD III				
3	Ejemplos de aplicación de la normatividad vinculada a los procesos de comunicación.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente sobre garantías constitucionales vinculadas con la comunicación; normatividad jurídica de los medios impresos, las telecomunicaciones, cinematografía, propiedad y uso de la información personal, y acceso y uso de información pública. 2. Integra su equipo de trabajo con sus compañeros de clase. 3. Investiga e identifica casos en lo que puedan aplicarse los distintos órdenes de normatividades en México. 4. Redacta un reporte mostrando estos casos y la injerencia de cada una de estas normatividades en ellos. 5. Diseña una exposición con apoyos visuales y presenta ante grupo. 6. Entrega al docente considerando los tiempos y formas previamente definidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Sistema de proyección. • Software o aplicaciones digitales para la producción textual y diseño de presentaciones. 	4 horas
UNIDAD IV				
4	Estudio de caso sobre libre expresión: caso Francisco Javier Ortiz Franco; caso Florance	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente sobre garantías constitucionales de las libertades 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información. • Equipo de cómputo. 	4 horas

	Cassez y caso Moreira-Aguayo.	<p>de expresión, normas jurídicas vinculadas a la libertad de prensa en medios escritos o electrónicos, normas de protección a la prensa, grupos de defensoría de periodistas, normas sobre el contenido de la publicidad, normatividad de la comunicación en materia electoral y seguridad pública, y derecho de réplica.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Integra su equipo de trabajo con sus compañeros de clase. 3. Recibe la asignación de un caso por parte del docente. 4. Analiza el caso de acuerdo a las normatividades aplicables. 5. Redacta un reporte mostrando con los hallazgos de su revisión. 6. Diseña una exposición con apoyos visuales y presenta ante grupo. 7. Entrega al docente considerando los tiempos y formas previamente definidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conectividad a internet. • Sistema de proyección. • Software o aplicaciones digitales para la producción textual y diseño de presentaciones. 	
UNIDAD V				
5	Estudio de caso sobre derecho de propiedad y concesiones de medios: Alatraste-Sheridan, Azteca-CNI 40, Francisco Aguirre Canal 8.1.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente sobre propiedad intelectual y derechos de autor, normatividad en telecomunicaciones, cinematografía, radio y televisión, derechos de las audiencias y organismos gubernamentales y públicos vinculados a la normatividad de los medios. 2. Integra su equipo de trabajo con sus compañeros de clase. 3. Recibe la asignación de un caso por parte del docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Sistema de proyección. • Software o aplicaciones digitales para la producción textual y diseño de presentaciones. 	4 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 4. Analiza el caso de acuerdo a las normatividades aplicables. 5. Redacta un reporte mostrando los hallazgos de su revisión. 6. Diseña una exposición con apoyos visuales y presenta ante grupo. 7. Entrega al docente considerando los tiempos y formas previamente definidos 		
UNIDAD VI				
6	<p>Estudio de caso sobre propiedad, uso y acceso a la información: caso World Press Photo 2019; caso Kevin Carter; caso de reserva del Registro Nacional de Personas Desaparecidas 2019; caso de reserva de información sobre Cienfuegos; caso de reserva de contratos para vacunas contra Covid.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente sobre comunicación, derecho y vida privada, normatividad de la información pública, organismos gubernamentales y públicos vinculados con la normatividad de la información pública y privada 2. Integra su equipo de trabajo con sus compañeros de clase. 3. Recibe la asignación de un caso por parte del docente. Analiza el caso de acuerdo a las normatividades aplicables. 4. Redacta un reporte mostrando sus los hallazgos de su revisión. 5. Diseña una exposición con apoyos visuales y presenta ante grupo. 6. Entrega al docente considerando los tiempos y formas previamente definidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Sistema de proyección. • Software o aplicaciones digitales para la producción textual y diseño de presentaciones. 	4 horas
UNIDAD VI				
7	<p>Estudio de caso sobre vida pública digital: caso de vulneración al padrón electoral 2018; ley Olimpia; caso Gabriel</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente sobre información pública y responsabilidades jurídicas de los gobiernos, derecho a la vida 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Sistema de proyección. 	4 horas

	Soto 2020; propuesta Salinas Narvaez en materia de ciberseguridad.	<p>privada y la reputación digital, políticas públicas sobre derechos digitales y regulación del internet en México.</p> <ol style="list-style-type: none"> Integra su equipo de trabajo con sus compañeros de clase. Recibe la asignación de un caso por parte del docente. Analiza el caso de acuerdo a las normatividades aplicables. Redacta un reporte mostrando sus hallazgos de su revisión. Diseña una exposición con apoyos visuales y presenta ante grupo. Entrega al docente considerando los tiempos y formas previamente definidos. 	<ul style="list-style-type: none"> Software o aplicaciones digitales para la producción textual y diseño de presentaciones. 	
8	Reflexión final y compendio de casos de estudio.	<ol style="list-style-type: none"> Atiende las indicaciones del docente para la realización del proyecto. Redacta una reflexión sustentada sobre la importancia de la normatividad en los procesos comunicativos contemporáneos. Integra las evidencias de los estudios de caso en los que participó durante el semestre a su reflexión. Entrega al docente considerando los tiempos y formas previamente definidos. 	<ul style="list-style-type: none"> Fuentes de información. Casos de estudio previamente presentados por el estudiante. Equipo de cómputo. Conectividad a internet. Sistema de proyección. Software o aplicaciones digitales para la producción textual y diseño de presentaciones. 	4 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Proporciona recursos bibliográficos sobre el análisis e interpretación de datos comunicativos en medios digitales
- Explica temáticas a través de la técnica expositiva
- Proporciona y analiza casos de estudio con el grupo
- Diseña y aplica evaluaciones
- Organiza reflexiones grupales sobre los análisis de datos comunicativos
- Propicia la participación activa del estudiante muestra el uso de herramientas digitales para el análisis e interpretación de información

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Consulta recursos bibliográficos sobre análisis e interpretación de datos comunicativos en medios digitales
- Participa en reflexiones grupales sobre estudios de caso
- Participa activamente en clase
- Se integra en equipos para realizar análisis opiniones, reacciones e interacciones de usuarios
- Aplica herramientas digitales para el análisis e interpretación de información realiza reportes de análisis atiende instrucciones de docente

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- 2 exámenes.....	10%
- Reflexión inicial sobre ética de la comunicación.....	10%
- Línea de tiempo: evolución de los derechos humanos.....	10%
- Presentaciones ante grupo.....	20%
- Estudios de caso	40%
- Reflexión final y compendio de estudios de caso	10%
Total;	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Abrams, F. (2017). <i>The soul of the first amendment: Why freedom of speech matters</i>. Londres: Yale University Press.</p> <p>Águila, I. J. A. (2011). Internet, un derecho humano de cuarta generación. <i>Misión Jurídica</i>, 4(4), 37-58. [clásica]</p> <p>Camps, V. (2017). <i>Breve historia de la ética</i>. Barcelona: RBA Libros.</p> <p>De Lara, A. E. F. (2016). Acceso a la información pública en América Latina: Análisis de su diseño institucional en Chile, Colombia y México (2002-2014). <i>Revista Debates</i>, 10(1), 111-140.</p> <p>Flores-Trejo, E. (2006). Derecho de acceso a la información: de la fase normativa a la valoración de su impacto. <i>Revista del CLAD Reforma y Democracia</i>, (35), 1-11.</p> <p>Franco, J. V. L. (2017). Teoría del derecho, neoconstitucionalismo y derechos diferenciados. <i>Verba Iuris</i>, (38), 13-32.</p> <p>Ovilla, R. (1998). Internet y derecho. De la realidad virtual a la realidad jurídica. <i>Boletín Mexicano de Derecho Comparado, México</i>, 31(92).</p> <p>Urías, J. (2014). <i>Principios de Derecho de la Información</i>. Madrid: Tecnos. [clásica]</p>	<p>Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (1997). <i>Ley Federal de Derecho de Autor</i>. Recuperado de http://razonypalabra.org.mx/leyes/autor.pdf [clásica]</p> <p>Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2002). <i>Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión en materia de Concesiones, Permisos y Contenido de las Transmisiones de Radio y Televisión</i>. Recuperado de http://razonypalabra.org.mx/leyes/LFRyT.pdf [clásica]</p> <p>Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2006). <i>Ley Federal de Radio y Televisión</i>. Recuperado de http://razonypalabra.org.mx/leyes/LFRyT.pdf [clásica]</p> <p>Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2010). <i>Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados</i>. Recuperado de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGPDPPSO.pdf [clásica]</p> <p>Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2015). <i>Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública</i>. Recuperado de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGTAIP_130820.pdf</p> <p>Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (1917). <i>Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos</i>. Recuperado de http://www.ieepco.org.mx/acuerdos/2014/cn16.pdf [clásica]</p> <p>Durán, J. A. (2010). Riesgo y regulación en la red en México. <i>Revista mexicana de ciencias políticas y sociales</i>, 52(209), 15-35. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S</p>

<p>Villanueva, E. (2006). <i>Derecho de la información</i>. Ciudad de México: Editorial Miguel Ángel Porrúa. Recuperado de https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/46951.pdf [clásica]</p>	<p>0185-19182010000200002 [clásica]</p> <p>Rumbold, B., & Wilson, J. (2019). Privacy rights and public information. <i>Journal of Political Philosophy</i>, 27(1), 3-25.</p> <p>Sánchez, K. (2016). Sobre los derechos de las audiencias en México. <i>Comunicación y sociedad</i>, (27), 97-120. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n27/0188-252X-comso-27-00097.pdf</p> <p>Trejo, R. (2011). ¿Hacia una política 2.0? Potencialidades y límites de la red de redes. <i>Nueva Sociedad</i>, (235), 62. [clásica]</p>
--	---

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Normatividad de la Comunicación debe contar con título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación o área afín, con conocimientos relevantes en comunicación y derecho, derecho a la información, derechos de las audiencias o legislación de medios; preferentemente con estudios de posgrado y dos años de experiencia docente. Debe tener capacidad de llevar a sus estudiantes a reflexionar sobre la importancia de los marcos jurídicos en términos de información y comunicación, su vinculación con el contexto y el papel que desempeñan en la configuración de las responsabilidades del egresado del programa.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Realización Gráfica Digital
- 5. Clave:**
- 6. HC: 01 HT: 04 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 01 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Luis Manuel Serrano Dávila
Concepción Baxin Melgoza
Iván Belmont Martínez Caballero
Christian Aracely Vargas Esparza

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Realización Gráfica Digital dota a los estudiantes con los conocimientos y habilidades en el uso de herramientas de manipulación de mapa de bits y manipulación de vectores para realizar contenidos de comunicación gráfica para medios impresos y digitales, además, desarrollan la creatividad, disponibilidad y practicidad.

Esta asignatura se imparte en la etapa disciplinaria con carácter optativa y pertenece al área de conocimiento de Ecosistema Mediático.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Producir recursos comunicativos digitales e impresos, por medio del lenguaje de la comunicación gráfica, para su empleo en procesos mediáticos a partir de contextos específicos, con creatividad, respeto a la diversidad cultural y capacidad de solución de problemas.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Portafolio digital que integre: Portada, ficha técnica, manual de estilo, serie de ejercicios prácticos realizados durante el curso, referencia del documento original.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. La imagen digital y la comunicación gráfica

Competencia:

Examinar los conceptos de imagen digital y comunicación gráfica, a través de la identificación de los elementos de la sintaxis del diseño, para construir mensajes de comunicación gráfica, con actitud analítica y persistencia.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 1.1. La comunicación gráfica
- 1.2. Elementos del diseño gráfico
 - 1.2.1. Briefing: concepto y necesidades del proyecto
 - 1.2.2. Tipografía
- 1.3. Cuadrículas
- 1.4. Escala
- 1.5. El lenguaje del color: Tono, armonía, contraste, vibración
- 1.6. Imágenes
- 1.7. Formas
- 1.8. El boceto y wireframe
- 1.9. Elementos de los programas de edición mapa bits y vectoriales
 - 1.9.1. Tipos de capas
 - 1.9.2. Vectores y pixeles
 - 1.9.3. Resolución
 - 1.9.4. JPG y editables
- 1.10. Segmentación e introducción al vixel
 - 1.10.1. Modificación de trazos
- 1.11. Tipografía digital
 - 1.11.1. Tipos de archivos de fuentes
 - 1.11.2. Características de las fuentes
 - 1.11.3. Modificación digital de la fuente
 - 1.11.4. Código tipográfico
- 1.12. Bases de la retícula
 - 1.12.1. Tipos de composición
- 1.13. Módulo, medianil, canal y márgenes
- 1.14. Síntesis de la imagen
 - 1.14.1. Formas de composición
 - 1.14.2. Adaptación de los formatos

UNIDAD II. Maquetación y diseño digital

Competencia:

Manipular el entorno, a través de herramientas digitales de mapa bit y manipulación de vectores, para elaborar propuesta de comunicación gráfica, de manera sistemática, ordenada y paciente.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 2.1. Conceptos básicos
 - 2.1.1. Vector y mapas de bits
 - 2.1.2. Resolución
 - 2.1.3. Color RGB y CMYK
- 2.2. Entorno del programa de manipulación de mapa bits
 - 2.2.1. Herramientas de selección
 - 2.2.2. Herramientas de pintura y edición
 - 2.2.3. Herramientas de borrado
 - 2.2.4. Herramientas de edición fotográfica
 - 2.2.5. Capas
 - 2.2.6. Ajustes de capas
 - 2.2.7. Filtros
 - 2.2.8. Animación por cuadro
- 2.3. Entorno del programa de manipulación de vectores
 - 2.3.1. La regla
 - 2.3.2. Figuras geométricas
 - 2.3.3. Calidad de líneas
 - 2.3.4. Desplazamiento
 - 2.3.5. Herramientas de selección
 - 2.3.6. Herramientas de dibujo
 - 2.3.7. Herramientas de texto
 - 2.3.8. Herramientas de pintura
 - 2.3.9. Herramientas de color
 - 2.3.10. Herramientas de fusión

UNIDAD III. Creación y manejo de contenido hipermediático

Competencia:

Crear recursos gráficos para entornos hipermediáticos, a través de los formatos de los distintos productos comunicativos visuales, para su óptima difusión en medios de comunicación, con sensibilidad estética y respeto a la diversidad cultural.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 3.1. Diseño de Identidad Corporativa
 - 3.1.1. Presentaciones
 - 3.1.2. Logotipos
 - 3.1.3. Papelería institucional
 - 3.1.4. Folletos
 - 3.1.5. Curriculum vitae
- 3.2. El cartel
 - 3.2.1. Medidas estándar de cartel
 - 3.2.2. Retículas estándar y composición
- 3.3. Diseño para las redes sociales
 - 3.3.1. Posts para instagram
 - 3.3.2. Historias de Instagram
 - 3.3.3. Animaciones para redes sociales
 - 3.3.4. Post en facebook
 - 3.3.5. Portada para facebook
 - 3.3.6. Banners para blog
 - 3.3.7. Miniaturas para youtube
 - 3.3.8. Portadas para youtube
 - 3.3.9. Anuncios para facebook

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Aplicación del lenguaje del color	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del docente para utilizar el lenguaje del color. 2. Realiza búsqueda en internet para recabar ejemplos del uso del lenguaje del color en diferentes productos comunicativos. 3. Realiza un círculo cromático a partir de cartulina y pintura. 4. Presenta ante grupo y docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliografía • Computadora • Internet • Cartulina • Pinturas acrílicas colores primarios 	4 horas
2	Aplicación de tipografías	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del docente para utilizar tipografías. 2. Identifica los tipos de familias tipográficas a partir de las búsqueda documental o recursos audiovisuales como ejemplo: “<i>documental Art of design</i>”. 3. Realiza una exposición que ejemplifique el uso de la tipografía. 4. Presenta ante el grupo y docente. 5. Integra al portafolio digital. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Bibliografía • Recursos audiovisuales • Software de presentación • cañón 	4 horas
3	Identificación de elementos de composición y formatos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del docente para identificar los elementos de composición y formatos. 2. Analiza diversos ejemplos de composición y formatos. 3. Identifica una problemática de comunicación grafica. 4. Realiza propuesta de solución utilizando tipografías, recursos elaborados o reconstrucción de los mismos. 5. Presenta ante el grupo y docente. 6. Integra al portafolio digital. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Bibliografía • Recursos audiovisuales • Software de presentación • cañón 	6 horas

UNIDAD II				
4	Exploración de herramientas de edición	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del docente para el uso de herramientas de edición. 2. Crea un formato base para la elaboración de elementos gráficos. 3. Utiliza las herramientas en diversos escenarios (color, tipografía y efectos) para elaborar el formato de edición. 4. Presentar el ejecutable del formato de edición. 5. Integrar a portafolio digital. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Bibliografía • Recursos audiovisuales • Software de edición 	6 horas
5	Entorno del programa de manipulación de mapa de bits	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del docente para el uso mapa de bits. 2. Identifica las dimensiones y parámetros de calidad para la construcción de un gráfico. 3. Aplica distintas herramientas de mapa de bits para elaborar formato. 4. Entrega al docente para revisión y retroalimentación. 5. Corrige observaciones e integra al portafolio digital. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Bibliografía • Recursos audiovisuales • Software de mapa de bits 	6 horas
6	Entorno del programa de manipulación de vectores	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del docente para el uso manipulación de vectores. 2. Identifica las dimensiones y parámetros de calidad para la construcción de un gráfico. 3. Aplica distintas herramientas de manipulación de vectores para elaborar formato. 4. Entrega al docente para revisión y retroalimentación. 5. Corrige observaciones e integra al portafolio digital. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Bibliografía • Recursos audiovisuales • Software de vectores 	6 horas
UNIDAD III				
7	Diseño de Identidad	1. Atiende las instrucciones del docente	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora 	10 horas

		<p>para la creación de identidad.</p> <ol style="list-style-type: none"> Identifica las dimensiones y parámetros de calidad para la construcción de un gráfico. Aplica distintas herramientas de manipulación de vectores y manipulación de mapa de bits para elaborar el diseño de identidad. Entrega al docente para revisión y retroalimentación. Corrige observaciones e integra al portafolio digital. 	<ul style="list-style-type: none"> Internet Bibliografía Recursos audiovisuales Software de vectores Software de mapa de bits 	
8	Diseño de cartel	<ol style="list-style-type: none"> Atiende las instrucciones del docente para la creación de un cartel. Identifica las dimensiones y parámetros de calidad para la construcción de un gráfico. Aplica distintas herramientas de manipulación de vectores y manipulación de mapa de bits para elaborar el diseño de un cartel. Entrega al docente para revisión y retroalimentación. Corrige observaciones e integra al portafolio digital. 	<ul style="list-style-type: none"> Computadora Internet Bibliografía Recursos audiovisuales Software de vectores Software de mapa de bits 	10 horas
9	Diseño para las redes sociales	<ol style="list-style-type: none"> Atiende las instrucciones del docente para el diseño en redes sociales. Identifica las dimensiones y parámetros de calidad para la construcción de un gráfico. Aplica distintas herramientas de manipulación de vectores y manipulación de mapa de bits para elaborar el diseño en redes sociales. Entrega al docente para revisión y retroalimentación. Corrige observaciones e integra al portafolio digital. 	<ul style="list-style-type: none"> Computadora Internet Bibliografía Recursos audiovisuales Software de vectores Software de mapa de bits 	12 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Explica y proporciona material bibliográfico y audiovisual sobre temáticas de realización gráfica digital
- Ejemplifica a través de casos prácticos para la solución a problemas de comunicación gráfica
- Explica el uso de herramientas digitales de diseño gráfico
- Supervisa prácticas de taller
- Revisa, retroalimenta y evalúa productos de diseño gráfico
- Propicia la participación activa del estudiante

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Busca y analiza material bibliográfico y audiovisual sobre temáticas de realización gráfica digital
- Analiza con el docente casos prácticos para la solución a problemas de comunicación gráfica
- Práctica el uso de herramientas digitales de diseño gráfico
- Realiza prácticas de taller
- Elabora productos de diseño grafico
- Participa activamente en clase
- Elabora presentaciones
- Elabora portafolio digital
- Atiende las indicaciones del docente
- Se conduce con respeto al docente y sus compañeros

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Practicas de taller	50%
- Presentaciones	20%
- Portafolio digital.....	30%
Total	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Beth, T. (2009). Principios fundamentales de composición: 100 proyectos de diseño con retículas. Barcelona: Blume.[clásica]</p> <p>Huang, W. (2017). Flipping pages: details in editorial and page layout design. Berkeley: Ginko Press.</p> <p>Interactive Advertising Bureau (2015). Interactive advertising bureau – display & mobile advertising creative format guidelines. Recuperado de https://www.soflaweb.com/wp-content/uploads/2017/06/IAB_Display_Mobile_Creative_Guidelines_HTML5_2015.pdf</p> <p>Klanten, R. y Kouznetsova, A. (2018). Newspaper design: editorial design from the world's best newsrooms. Berlín: Gealtalten</p> <p>Lupton, E. (2016). Diseño gráfico: nuevos fundamentos. Barcelona: Gustavo Gili.</p> <p>Müller, J. y Wiedeman, J. (2017). The history of graphic design. Köln: Taschen.</p> <p>Stewart, S. y Vickress, A. (2018). Diseño gráfico: fundamentos y prácticas. Barcelona: Blume.</p>	<p>Kudrnovska, L. y Chanaud, M. (2017). 52typo: 52 stories on type, typography and graphic design. Salenstein, Suiza: Niggli.</p> <p>Martínez Pastor, E. y Nicolás Ojeda, M. A. (2016). Publicidad digital: hacia una integración de la planificación, creación y medición. Madrid: Esiv.</p> <p>MEDIAactive. (2016). Aprender photoshop CC 2016 release: con 100 ejercicios prácticos. Barcelona: Marcombo.</p> <p>Müller, J. (2012). Sistemas de retículas: un manual para diseñadores gráficos. Barcelona: Gustavo Gili.[clásica]</p> <p>Swann, A. (1990). Como diseñar retículas. Barcelona: Gustavo Gili.[clásica]</p> <p>Unger, G. (2009). ¿Qué ocurre mientras lees?: tipografía y legibilidad. Valencia: Camgráfic.[clásica]</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Realización Gráfica Digital debe contar con título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, o áreas afines. Preferentemente con posgrado en Ciencias de la Comunicación o afín, experiencia de dos años en producción y gráfica digital. Debe tener experiencia docente de dos años. Debe ser propositivo, responsable, respetuoso, creativo e inclusivo.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Fotografía Social
- 5. Clave:**
- 6. HC: 01 HT: 04 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 01 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Rocío Alejandra Villanueva Urueta
Mariana Anabel Bello Zavala
Víctor Medina Gorosave
Pablo Filemón Guadiana Lozano

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje Fotografía Social es poder analizar y explicar fenómenos socioculturales a través de la imagen. Su utilidad radica en que le permite al alumno la realización de proyectos fotográficos de corte informativo, especialmente en el contexto social. Se imparte en la etapa disciplinaria con carácter optativo y pertenece al área de conocimiento Ecosistema Mediático. Se recomienda tener habilidades en el uso del equipo fotográfico y conocimientos sobre los géneros fotográficos.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Producir imágenes en el contexto social, con base informativa y una estructura de ensayo fotográfico, que permitan analizar y explicar los fenómenos socio-culturales de la región y el desempeño profesional, con ética, responsabilidad social y trabajo en equipo.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Produce imágenes informativas y ensayos fotográficos, con los que demuestre el uso de técnicas/estrategias propias de la fotografía social, que permitan la reflexión y análisis del contexto regional, a través de la realización de productos comunicativos visuales de calidad.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Origen de la fotografía social

Competencia:

Identificar el origen de la fotografía en el campo social, a través de la revisión de sus antecedentes históricos y de los principales precursores del documentalismo, para comprender sus bases, sustento y desarrollo, con actitud crítica, analítica y responsable.

Contenido:

Duración: 2 horas

- 1.1. La documentación
- 1.2. Los usos sociales de la fotografía documental
- 1.3. Los precursores del documentalismo
- 1.4. Origen y desarrollo del Fotoperiodismo

UNIDAD II. Géneros de la fotografía social

Competencia:

Analizar los géneros de la fotografía social, a partir de la identificación de sus similitudes y diferencias, para comprender su aplicación en diferentes contextos, con actitud crítica, analítica y responsable.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 2.1. La fotografía humanista
- 2.2. La fotografía de calle, sus características
- 2.3. El fotoperiodismo
 - 2.3.1. Foto nota
 - 2.3.2. Foto reportaje
 - 2.3.3. Foto editorial
- 2.4. El foto ensayo
- 2.5. El fotodocumentalismo

UNIDAD III. La fotografía para la prensa

Competencia:

Producir fotografías de corte social, mediante la identificación de las etapas del proceso periodístico, para informar sobre los fenómenos sociales y culturales, con honestidad, responsabilidad social y capacidad de interlocución con otros actores.

Contenido:

Duración: 2 horas

- 3.1. La orden de trabajo
- 3.2. Cubriendo el evento: Qué, quién, cómo, dónde y cuándo
- 3.3. La selección básica para una revista, un diario en línea o impreso
- 3.4. Las agencias fotográficas: Notimex, Reforma, Associated Press, France Press, Getty Images, Reuters y otros
- 3.5. De la fotografía de prensa a la fotografía documental: el factor tiempo

UNIDAD IV. La planeación de proyectos fotográficos de investigación en comunicación

Competencia:

Planear un proyecto fotográfico de investigación en comunicación, con base en los objetivos metodológicos y la utilización adecuada de los recursos, para dar sustento a la producción de imágenes con valor social, con actitud crítica, compromiso social y respeto.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 4.1. El planteamiento de la idea fotográfica de acuerdo con los géneros
 - 4.1.1. Lluvia de ideas
 - 4.1.2. Idea apropiada
 - 4.1.3. Introspección
 - 4.1.4. Los hechos diarios
- 4.2. La planeación del marco teórico
- 4.3. Los objetivos: general y específicos
 - 4.3.1. Metas
 - 4.3.2. Los recursos propios
 - 4.3.3. La calendarización

UNIDAD V. El desarrollo del proyecto

Competencia:

Producir un proyecto fotográfico de investigación en comunicación, con base a la planeación, un equipo de trabajo con responsabilidades asignadas y el registro fotográfico, para describir un fenómeno sociocultural a partir de la imagen, con actitud colaborativa, compromiso social y respeto.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 5.1. Construyendo un equipo de trabajo y distribución de responsabilidades
- 5.2. La elección de los sujetos o institución de estudio y registro fotográfico
- 5.3. Construcción de base de datos fotográficos en línea: Facebook
- 5.4. La edición fotográfica final: contando una historia de principio a fin
- 5.5. Producto final: el foto reportaje o foto ensayo

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD III				
1	Foto nota vida cotidiana-calle	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la actividad. 2. Analiza el proceso de producción de la fotografía de calle. 3. Elige el tema para la orden de trabajo 4. Produce contenido fotográfico 	<ul style="list-style-type: none"> ● Equipo fotográfico (cámara, ópticas, flash) ● Banco de imágenes ● Recorridos externos 	6 horas
2	Foto nota deportiva	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la actividad. 2. Analiza el proceso de producción de la fotografía de nota deportiva. 3. Elige el tema para la orden de trabajo 4. Produce contenido fotográfico 	<ul style="list-style-type: none"> ● Equipo fotográfico (cámara, ópticas, flash) ● Banco de imágenes ● Internet/ medios periodísticos ● Acudir a evento 	6 horas
3	Foto nota cultural/espectáculos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la actividad. 2. Analiza el proceso de producción de la fotografía espectáculos/cultura. 3. Elige el tema para la orden de trabajo 4. Produce contenido fotográfico 	<ul style="list-style-type: none"> ● Equipo fotográfico (cámara, ópticas, flash) ● Banco de imágenes ● Internet/ medios periodísticos ● Acudir a evento 	6 horas
4	Foto nota informativa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la actividad. 2. Analiza el proceso de producción de la fotografía de nota informativa. 3. Elige el tema para la orden de trabajo 4. Produce contenido fotográfico 	<ul style="list-style-type: none"> ● Equipo fotográfico (cámara, ópticas, flash) ● Banco de imágenes ● Internet/ medios periodísticos ● Acudir a evento 	6 horas

5	Foto editorial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la actividad. 2. Analiza el proceso de producción de la fotografía de editorial periodística. 3. Elige el tema para la orden de trabajo 4. Produce contenido fotográfico 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo fotográfico (cámara, ópticas, flash) • Banco de imágenes • Bibliografía • Internet/ medios periodísticos 	6 horas
UNIDAD V				
6	Etapa 1 Primer acercamiento fotográfico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produce organizado en equipo un mil fotografías de acuerdo a lo establecido en el proyecto. 2. Elige las fotografías que mejor ejemplifican lo establecido en el proyecto escrito. 	<ul style="list-style-type: none"> • Proyecto fotográfico final. • Equipos fotográficos (cámara, ópticas). • Internet. • Plataforma en línea para almacenar las fotografías: Facebook. 	15 horas
7	Etapa 2 Seguimiento de los avances	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisa fotografías elegidas con la supervisión del instructor. 2. Produce fotografías extras que hayan faltado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Proyecto fotográfico final. • Equipos fotográficos (cámara, ópticas). • Internet • Plataforma en línea para almacenar las fotografías. 	4 horas
8	Etapa 3 Edición y Posproducción	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza la edición final de al menos 60 fotografías. 2. Realiza corrección de color y edita defectos de origen donde sea necesario. 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet. • Software de edición fotográfica: Adobe Photoshop. 	4 horas
9	Etapa 4 Diseño de presentación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Genera un producto comunicativo entre video, fotolibro, fotoblog o exposición virtual como proyecto final. 2. Divulga en redes sociales y en los canales institucionales los proyectos generados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet. • Software de edición fotográfica: Adobe Photoshop. • Software de edición de video: Adobe Premier. • Blackboard Collaborate. • Wix de uso libre. 	11 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Presenta información sobre los conceptos básicos
- Presenta y resuelve ejercicios prácticos relacionados con las temáticas
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Elabora y aplica evaluaciones
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y evalúa reporte de prácticas y actividades

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investiga y analiza información sobre conceptos básicos
 - Resuelve ejercicios prácticos proporcionados por el profesor
- Realiza las prácticas de taller
- Presenta evaluaciones
- Participa activamente en clase
- Elabora y entrega reportes de prácticas
- Trabaja en equipo
- Elabora y entrega actividades en tiempo y forma

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Tareas.....20%
- Prácticas fotográficas30%
- Planeación del proyecto25%
- Producción del proyecto25%

(Produce imágenes informativas y ensayos fotográficos)

Total.....100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
Barthes, R. (2020). <i>Cámara Lúcida, Nota sobre la fotografía</i> . México: Paidós	Armendariz, L. (2007). <i>El campo del dolor</i> . México: Artes de México. Colección Luz Portátil. [clásica].
Beceyro, R. (2015). <i>Ensayos Sobre Fotografía</i> . Buenos Aires- Paidós Estudios de Comunicación. [clásica]	Arreola, D. (2013). <i>Postcards from the Rio Bravo Border. Picturing the place, placing the picture, 1900s-1950s</i> . Austin: University of Texas Press. [clásica].
Carreras, C. (2007). <i>Conversaciones con fotógrafos mexicanos</i> . Barcelona: Gustavo Gili, S.A. [clásica]	Associated France Press (2020). Agencia fotográfica. Recuperado de https://www.afp.com/en/about
Castellanos, U. (2011). <i>Manual de periodismo. Retos y soluciones</i> . México: Universidad Iberoamericana, A.C. [clásica]	Castellanos, U. (2013). <i>Ciudad prohibida</i> . México: Artes de México. Colección Luz Portátil. [clásica].
Debroise, O. (2005). <i>Fuga mexicana, un recorrido por la fotografía en México</i> . Barcelona: Gustavo Gili, S.L. [clásica]	Cohn, A. (s/f). <i>An introduction to documentary photography</i> . Adobe, recuperado de https://www.adobe.com/creativecloud/photography/discover/documentary-photography.html
De la Peña, I. (2008). <i>Ética, poética y prosaica. Ensayos sobre fotografía documental</i> . México: Siglo XXI editores. [clásica]	Crosby, H. (2014). <i>Tijuana 1964. A photographic and historic view</i> . San Diego: Institute for Regional Studies of the Californias. [clásica].
Freund, G. (2017). <i>La fotografía como documento social</i> . (2 ^{da} ed.). Barcelona: Gustavo Gili, SL. [clásica]	Flusser, V. (2014). <i>Hacia una filosofía de la fotografía</i> (2 ^{da} ed.) México-Trillas. [clásica].
Fontcubert, J. (2015). <i>El beso de Judas. Fotografía y verdad</i> . Barcelona: Gustavo Gili, S.A. [clásica]	Fontcuberta, J. (2012). <i>Indiferencias fotográficas y ética de la imagen periodística</i> . México: Ed. Gustavo Gili.
García, C. (2006). <i>Cómo elaborar un proyecto cultural (y no frustrarse si no lo seleccionan). Guía para participar en la convocatoria del programa de estímulos a la creación y al desarrollo artístico</i> . México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. [clásica]	Gama, F. (2011). <i>Historias en la piel</i> . México: Artes de México. Colección Luz Portátil. [clásica].
García, E. (2012). <i>Mujeres detrás de la lente. 100 años de creación fotográfica en México 1910-2010</i> . México:	Getty Images (2020). Agencia fotográfica. Recuperado de https://www.gettyimages.com.mx/
	Gayol, V. (2014). <i>La opaca transparencia. Entre verdad y</i>

<p>Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. [clásica]</p> <p>Guadiana, P. (2006). <i>Letras de luz. 11 fotógrafos tijuanaenses</i>. México: Consejo Mexicano para la Cultura y las Artes [clásica]</p> <p>Hill, P. (2001). <i>Diálogo con la fotografía. Conversaciones con Cecil Beaton y otros</i>. Barcelona: Gustavo Gili, S.A. [clásica]</p> <p>Keene, M. (1995). <i>Práctica de la fotografía de prensa. Una guía profesional</i>. Barcelona: Paidós Ibérica, S.A. [clásica]</p> <p>Persson, M. (2001). <i>Photojournalism and Documentary Photography. They are identical mediums, sending different messages</i>. IODO Editors, recuperado de https://www.iododoc.org/assets/articlephotojournalismanddocumentaryphotography.pdf [clásica]</p> <p>Roca, L. (2014). <i>Tejedores de imágenes. Propuestas metodológicas de investigación y gestión del patrimonio fotográfico y audiovisual</i>. México: Instituto Mora. [clásica]</p> <p>Yasner, J. (2016). <i>Jacob Riis. Revealing How The Other Halfs Lives</i>. New York: Library of Congress. Recuperado de https://www.loc.gov/exhibits/jacob-riis/images/Riis_Brochure.pdf</p> <p>Vilches, L. (1997). <i>Teoría de la imagen periodística</i>. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S.A. [clásica]</p>	<p>representación en la imagen fotoperiodística documental. Artículo. Recuperado de http://colmich.repositorioinstitucional.mx/jspui/handle/1016/504</p> <p>Kobre, K. (2016). <i>Photojournalism: The Professionals' Approach</i>. (7th ed.). Estados Unidos: Routledge.</p> <p>Lester, P. (2018). <i>Photojournalism An Ethical Approach</i> (2nd Ed.). Estados Unidos: Routledge.</p> <p>Notimex (2016). Agencia de noticias y fotografías. Recuperado de https://notimex.mx/es/</p> <p>Osorio, A. (2009). <i>Postales del centenario. Imágenes para pensar el porfiriato</i>. México: Universidad Autónoma Metropolitana. [clásica].</p> <p>Reuters (2020). Agencia fotográfica. Recuperado de: https://www.reuters.com/news/world</p> <p>Rivera, O. (1999). <i>Cultura Visual. Una experiencia fotográfica callejera</i>. México: Cultura Visual. [clásica].</p> <p>Sánchez, J. M. (2009). <i>El documento fotográfico. Usos - aplicaciones</i>. Recuperado de http://ru.iibi.unam.mx/jspui/handle/IIBI_UNAM/CL812</p> <p>Silva, S. M. F. (2020). <i>The Ethics of Photojournalism in the Digital Age</i>. Estados Unidos: Routledge.</p> <p>Sontag, S. (2008). <i>Sobre la fotografía</i>. México: Debolsillo. [clásica].</p> <p>The Associated Press (2020). Agencia fotográfica. Recuperado de: https://www.ap.org/es/</p> <p>Valverde, M. (2003). <i>Los procesos fotográficos históricos</i>. México: Archivo General de la Nación. [clásica].</p>
---	---

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Fotografía Social debe contar con título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, o áreas afines a las Ciencias Sociales y Humanidades. Preferentemente debe contar con una trayectoria profesional en fotografía mayor a 3 años a nivel regional o nacional, y una experiencia docente a nivel universitario de un año o más. Ser proactivo, analítico y que fomente el trabajo en equipo.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Narrativas Cinematográficas
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Marcos Ramírez Espinosa
Joaquín Chávez Espinosa

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 18 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje brinda los conocimientos de la evolución del medio cinematográfico y los elementos del lenguaje audiovisual, que permitan al estudiante hacer análisis a partir de textos fílmicos. Se encuentra en la etapa disciplinaria es de carácter optativo y forma parte del área de conocimiento de Ecosistema Mediático.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar la historia del cine mundial, mediante el estudio de sus principales exponentes, corrientes, movimientos y géneros fílmicos, con la finalidad de identificar el panorama del cine como una forma de pensamiento concreto y abstracto, con actitud crítica y reflexiva.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Elabora y entrega proyecto de pre-producción, producción y post producción de narrativa visual asumiendo elementos técnicos y del lenguaje audiovisual.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Los inicios y el establecimiento de la industria fílmica

Competencia:

Analizar el contexto cinematógrafo, a través del estudio de su historia y evolución, para conocer su desarrollo y su impacto social, con actitud crítica y reflexiva.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 1.1. Del cinematógrafo al cine
 - 1.1.1. El arte del cine
 - 1.1.2. Pioneros
 - 1.1.3. Épocas y obras del cine
 - 1.1.4. El cine en el contexto histórico y sociocultural
 - 1.1.5. La consolidación de la industria fílmica
 - 1.1.6. El auge de los estudios de cine
 - 1.1.7. El fortalecimiento del “star system”
 - 1.1.8. Diversificación de géneros fílmicos

UNIDAD II. Estructura narrativa y lenguaje audiovisual

Competencia:

Analizar el lenguaje audiovisual, a través de los elementos que lo conforman, para conocer su estructura, con actitud crítica y reflexiva.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 2.1. Estructuras narrativas: características
- 2.2. Planos cinematográficos
- 2.3. Movimientos de cámara
- 2.4. Formas de puntuación
- 2.5. Retórica visual
- 2.6. Ángulos
- 2.7. Pre-Producción
- 2.8. Producción
- 2.9. Post-Producción

UNIDAD III. El cine de autor

Competencia:

Analizar el movimiento de la nueva ola francesa como ejercicios autorales, mediante la identificación de ciertas características históricas, estilísticas y sociales, para comprender el reconocimiento de la obra fílmica como un arte, con actitud crítica, reflexiva y formativa.

Contenido:

- 3.1. El punto de vista del autor
- 3.2. Actitud crítica y toma de posición
- 3.3. Escuelas y tendencias
- 3.4. Cine de ficción
- 3.5. Cine documental

Duración: 8 horas

UNIDAD IV. Cine mexicano

Competencia:

Analizar el contexto cinematográfico de México, a través del estudio de su historia y evolución, para conocer su desarrollo e impacto social, con actitud crítica y reflexiva.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 4.1. Inicios del cine en México
- 4.2. Pioneros del cine
- 4.3. La revolución mexicana y el cine
- 4.4. La época de oro
- 4.5. La crisis del cine nacional
- 4.6. Cine de autor
- 4.7. El nuevo cine mexicano
- 4.8. La industria del cine en México

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD II				
1	Planos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Identifica los elementos del elemento del lenguaje audiovisual. 3. Analiza las distintas posibilidades de crear un sentido a través del montaje narrativo. 4. Entrega el ejercicio de la práctica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.). • Cañón. 	12 horas
2	Montaje	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Realiza un ejercicio de montaje. 3. Entrega el ejercicio de montaje en video. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Internet. • Equipo técnico. 	20 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Presenta información sobre los conceptos básicos
- Presenta y resuelve ejercicios prácticos relacionados con las temáticas
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Elabora y aplica evaluaciones
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y evalúa reportes de prácticas y actividades

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investiga y analiza información sobre conceptos básicos
- Resuelve ejercicios prácticos proporcionados por el profesor
- Realiza las prácticas de taller
- Presenta evaluaciones
- Participa activamente en clase
- Elabora y entrega reportes de prácticas
- Trabaja en equipo
- Elabora y entrega actividades en tiempo y forma

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Examen uno.....	15%
- Examen dos.....	15%
- Ejercicios.....	20%
- Proyecto de pre-producción, producción y post producción de narrativa	50%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Anrubia, E. (2002). <i>La estructura narrativa del ser humano</i>. Recuperado de http://www.ucm.es/info/especulo/numero/22/est_narl.html. [clásica]</p> <p>Aviña, R. (2004). <i>Una mirada insólita</i>. México: Océano de México. [clásica]</p> <p>García Riera, E. (1987). <i>México visto por el cine extranjero</i>. Guadalajara, México: Ediciones ERA y Universidad de Guadalajara. [clásica]</p> <p>Metz, C. (2001). <i>Ensayos sobre la significación en el cine</i>. Barcelona: Paidós. [clásica]</p> <p>Metz, C. (2001). <i>El significante imaginario</i>. Barcelona: Paidós. [clásica]</p> <p>Metz, C. (1974). <i>Lenguaje y cine</i>. Planeta. Paidós: Barcelona. [clásica]</p> <p>Naime, A. (1995). <i>El cine: 204 respuestas</i>. México: Alhambra Mexicana. [clásica]</p> <p>Stam, R. (1999). <i>Nuevos conceptos de la teoría del cine</i>. Barcelona: Paidós. [clásica]</p> <p>Stam, R. (2000). <i>Teorías del cine</i>. España: Paidós. [clásica]</p>	<p>Casetti, F. (2008). <i>Eye of the Century. Film, experience, modernity</i>. Columbia University Press, New York. [clásica]</p> <p>Silva, J. P. (2011). “<i>La Época de Oro del cine mexicano: la colonización de un imaginario social</i>” en <i>Culturales</i>, vol. VII, núm. 13, enero-junio. México: Universidad Autónoma de Baja California. [clásica]</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Narrativas Cinematográficas debe contar con título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Producción Audiovisual, Cinematografía o área afín, con conocimientos avanzados en el desarrollo de proyectos narrativos e informativos para contenidos audiovisuales; preferentemente con estudios de posgrado y tres años de experiencia docente. Debe ser proactivo, motivar a la creatividad y a la expresión de las ideas mediante los recursos audiovisuales y multimedia.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Redacción Avanzada
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Hiram Rocha Vázquez
Ángel Ruiz
Sandra América López Flores

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Redacción Avanzada tiene como finalidad conocer y dominar las habilidades de escritura técnico y científicas para el ámbito académico, desarrollando habilidades de escritura de textos académicos y no académicos para su expresión oral y escrita, a través del uso de bases de datos y sistemas de información documental, diseño y organización de la información, análisis crítico de la información y capacidad de síntesis; además de mostrar actitud de reflexión y diálogo sobre su propia escritura. Esta unidad se encuentra en la etapa disciplinaria, es de carácter optativo, forma parte del área de conocimiento de fundamentos de comunicación y no es necesario aprobar una unidad de aprendizaje previa para cursarla.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Producir textos de carácter académico-científico, a partir de la revisión de técnicas y normas sintáctico-gramaticales, así como la realización de prácticas, para redactar de forma correcta y con propiedad al utilizar un léxico apropiado con precisión, profesionalismo y honestidad académica.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Portafolio de evidencias de manera individual que incluye: monografía, texto descriptivo, texto argumentativo, texto fundamentado y ensayo académico-científico, utilizando formato APA vigente.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. La escritura en el contexto académico

Competencia:

Clasificar los géneros textuales, a partir de sus características, estructura y finalidad, con el propósito de identificar los diversos textos académicos y las técnicas adecuadas para su correcta redacción, mostrando actitud de organización y compromiso.

Contenido:

- 1.1 Géneros académicos
- 1.2 Recursos de redacción

Duración: 4 horas

UNIDAD II. Fundamentos de redacción académica

Competencia:

Practicar las diferentes estructuras de los textos académicos, por medio de la identificación de informes de lectura, con la finalidad de distinguirlos y aplicarlos de acuerdo al contexto, con actitud colaborativa, reflexiva y de diálogo.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 2.1. Lenguaje en los textos académicos
- 2.2. Informes de lectura
 - 2.2.1. El resumen
 - 2.2.2. La síntesis
 - 2.2.3. La reseña
 - 2.2.4. El ensayo
 - 2.2.5. Las monografías
 - 2.2.6. El informe
 - 2.2.7. La tesina
 - 2.2.8. La tesis

UNIDAD III. Proceso de redacción del texto académico

Competencia:

Esbozar un texto académico, a través de sus elementos, redacción, revisión y corrección, con el propósito de redactar textos para su publicación, mostrando actitud propositiva y crítica.

Contenido:

- 3.1. Elementos a considerar
- 3.2. Revisión y corrección
- 3.3. Preparación de manuscrito
- 3.4. Publicación del texto

Duración: 8 horas

UNIDAD IV. Construcción del texto científico

Competencia:

Demostrar las habilidades de expresión oral y escrita, por medio de una ponencia, con la finalidad de poner en práctica las técnicas de elaboración de un artículo científico y la selección adecuada de autores, con actitud honesta, responsable y crítica.

Contenido:

Duración: 12 horas

- 4.1. Técnica para elaborar un artículo científico.
- 4.2. El ensayo científico.
- 4.3. Ponencia
- 4.4. El autor y sus fuentes
- 4.6. Violaciones éticas

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Géneros académicos	<ol style="list-style-type: none"> De manera individual, indaga sobre los géneros académicos. Realiza un mapa conceptual sobre la información obtenida, incluyendo al menos dos referencias en formato APA. Entrega al docente de manera digital por medio del correo electrónico institucional o plataforma Blackboard. 	<ul style="list-style-type: none"> Libros especializados físicos y digitales Internet Equipo de cómputo Correo institucional Cuaderno de apuntes 	2 horas
2	Recursos de redacción	<ol style="list-style-type: none"> De manera individual, lee un texto asignado sobre los principales problemas en la estructuración de textos en el contexto académico. Realiza un ejercicio de redacción basado en la lectura asignada, donde se resuelvan aspectos estructurales del texto. Comparte en equipo para comparar las respuestas y corregir. Entrega al docente de manera digital por medio del correo electrónico institucional o plataforma Blackboard. 	<ul style="list-style-type: none"> Libros especializados físicos y digitales Internet Equipo de cómputo Correo institucional Cuaderno de apuntes 	2 horas
UNIDAD II				
3	Resumen	<ol style="list-style-type: none"> De manera individual, lee el texto asignado e identificar las ideas centrales, las ideas secundarias y las palabras clave mediante anotaciones. Redacta el borrador del resumen de acuerdo con las características de 	<ul style="list-style-type: none"> Libros especializados físicos y digitales Internet Equipo de cómputo Correo institucional Cuaderno de apuntes 	2 horas

		<p>estructura y extensión del resumen.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Comparte el borrador para colaborar en la revisión y corrección entre pares. 4. Entrega al docente de manera digital por medio del correo electrónico institucional o plataforma Blackboard. 		
4	Síntesis	<ol style="list-style-type: none"> 1. De manera individual, lee los dos textos asignados, e identificar las ideas centrales del concepto seleccionado para redactar la síntesis. 2. Resuelve la tabla de similitudes y contrastes del concepto propuesto. 3. Redacta el borrador de acuerdo con las características de estructura y extensión de la síntesis. 4. Comparte el borrador para colaborar en la revisión y corrección entre pares. 5. Entrega al docente de manera digital por medio del correo electrónico institucional o plataforma Blackboard. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libros especializados físicos y digitales • Internet • Equipo de cómputo • Correo institucional • Cuaderno de apuntes 	2 horas
5	Reseña	<ol style="list-style-type: none"> 1. De forma individual, lee el texto asignado y anotar las ideas centrales del texto, además de apreciaciones o comentarios sobre el contenido. 2. Redacta el borrador de la reseña a partir del andamiaje con la estructura y operaciones de redacción señaladas. 3. Comparte el borrador para colaborar en la revisión y corrección entre pares. 4. Entrega al docente de manera 	<ul style="list-style-type: none"> • Libros especializados físicos y digitales • Internet • Equipo de cómputo • Correo institucional • Cuaderno de apuntes 	2 horas

		digital por medio del correo electrónico institucional o plataforma Blackboard.		
6	Monografía	<ol style="list-style-type: none"> 1. Integra un equipo de 3 a 4 participantes y establecer acuerdos de trabajo colaborativo. 2. Indaga la estructura, características y finalidad de los informes de lectura. 3. Redacta el borrador de una monografía que describa cada informe de lectura de acuerdo con las características de estructura y presentación señalados. 4. Revisa y corregir el borrador entre todos los integrantes del equipo. 5. Entrega al docente de manera digital por medio del correo electrónico institucional o plataforma Blackboard. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libros especializados físicos y digitales • Internet • Equipo de cómputo • Correo institucional • Cuaderno de apuntes 	2 horas
UNIDAD III				
7	Planeación del texto	<ol style="list-style-type: none"> 1. De manera individual, planea el texto con apoyo del método gráfico para delimitar el tema, una de las técnicas generadoras de ideas, índice tentativo y el cuestionario para resolver el problema retórico. 2. Exponer el plan de trabajo al grupo para recibir observaciones y sugerencias. 3. Ajusta el contenido del plan de trabajo. 4. Indaga por lo menos 5 fuentes de información que apoyen el contenido del plan de trabajo. 5. Entrega al docente de manera digital por medio del correo 	<ul style="list-style-type: none"> • Libros especializados físicos y digitales • Internet • Equipo de cómputo • Correo institucional • Cuaderno de apuntes 	2 horas

		electrónico institucional o plataforma Blackboard.		
8	Redacción de primer borrador	<ol style="list-style-type: none"> 1. De manera individual, redacta el borrador del texto de acuerdo con el plan de trabajo elaborado. 2. Entrega al docente de manera digital por medio del correo electrónico institucional o plataforma Blackboard. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libros especializados físicos y digitales • Internet • Equipo de cómputo • Correo institucional • Cuaderno de apuntes 	2 horas
9	Revisión y corrección	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comparte el borrador para colaborar en la revisión y corrección entre pares. 2. Corrige el borrador a partir de las observaciones y sugerencias. 3. Entrega al docente de manera digital por medio del correo electrónico institucional o plataforma Blackboard. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libros especializados físicos y digitales • Internet • Equipo de cómputo • Correo institucional • Cuaderno de apuntes 	2 horas
10	Manuscrito final	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prepara la versión final del texto, de acuerdo con las características de presentación y formato de publicación. 2. Entrega al docente de manera digital por medio del correo electrónico institucional o plataforma Blackboard. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libros especializados físicos y digitales • Internet • Equipo de cómputo • Correo institucional • Cuaderno de apuntes 	2 horas
UNIDAD IV				
11	Selección del tipo de texto	<ol style="list-style-type: none"> 1. De manera individual, lee un texto asignado sobre los tipos de ensayo académico-científico e identificar el uso y estilo argumentativo de cada uno. 2. Elige el tipo de texto a elaborar, así como el tema que va a tratar desde la perspectiva elegida. 3. Entrega al docente de manera digital por medio del correo 	<ul style="list-style-type: none"> • Libros especializados físicos y digitales • Internet • Equipo de cómputo • Correo institucional • Cuaderno de apuntes 	2 horas

		electrónico institucional o plataforma Blackboard.		
12	Elaboración del texto científico	<ol style="list-style-type: none"> 1. De manera individual realiza un cuestionario para definir qué es lo que se quiere argumentar. 2. Elabora un esquema con el tema propuesto y sus argumentos principales y secundarios. 3. Recopila las fuentes de información que servirán para su argumentación. 4. Redacta un borrador de acuerdo a la estructura del ensayo académico científico que contenga al menos cinco fuentes de información que sustenten las argumentaciones. 5. Comparte el borrador para su revisión y corrección entre pares. 6. Corrige el borrador a partir de las observaciones y sugerencias. 7. Entrega al docente de manera digital por medio del correo electrónico institucional o plataforma Blackboard. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libros especializados físicos y digitales • Internet • Equipo de cómputo • Correo institucional • Cuaderno de apuntes 	8 horas
13	Presentación de ponencia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prepara la versión final del texto que se va a exponer de manera oral con las especificaciones de presentación y formato. 2. Exponer el tema ante el grupo. 3. Recibe la retroalimentación grupal acerca de la ponencia. 4. Entrega la ponencia al docente de manera digital por medio del correo electrónico institucional o plataforma Blackboard. 	<ul style="list-style-type: none"> • Libros especializados físicos y digitales • Internet • Equipo de cómputo • Correo institucional • Cuaderno de apuntes 	2 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Técnica expositiva
- Realimentación
- Moderar ponencias
- Fomentar el trabajo colaborativo
- Apoyo en trabajos de redacción

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Trabajo colaborativo
- Redacción de textos académicos y científicos
- Redacción de informes de lectura
- Presentación de ponencia
- Elaboración de organizadores gráficos

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales.....	20%
- Prácticas de taller.....	30%
- Trabajo colaborativo.....	10%
- Participación	10%
- Evidencia de aprendizaje (Portafolio de evidencias).....	30%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Arboleda, J. C. (2016). <i>Textos académicos. la Reseña crítica, la relatoría y el ensayo: fundamentos y aplicaciones</i>. Colombia: Editorial Redipe. ISBN 9-789585-896932</p> <p>Amezcuca, J. A. (2010). <i>Aprenda a escribir correctamente. Manual de ortografía</i>. México: Editorial Delfín.</p> <p>Amaro Barriga, M. J. (2007). <i>Redacción para universitarios</i>. México: Limusa. [clásica]</p> <p>Chávez Pérez, F. (2003). <i>Redacción avanzada. Un enfoque lingüístico</i>. 3ª ed. México: Prentice Hall. [clásica]</p> <p>Koval, S. (2011). <i>Manual para la elaboración de trabajos académicos: investigar y redactar en el ámbito universitario</i>. Buenos Aires, Argentina: Temas Grupo Editorial. [clásica]</p> <p>Maqueo, A. M. (2008). <i>Redacción</i>. México: Limusa. [clásica]</p> <p>Moreno, F.; Marthe, N.; Rebolledo, L.A. (2016). <i>Cómo escribir textos académicos según normas internacionales: APA, IEEE, MLA, Vancouver e Icontec</i>. Barranquilla: Universidad del Norte.</p> <p>On line. (2015). <i>MOOC Cómo elaborar un texto académico en Humanidades y Ciencias Sociales</i>. España: Universidad de Navarra.</p> <p>Rey Castillo, M. (2009). <i>Resolviendo el problema de escribir en la universidad</i>. Bogotá: Smashwords edition. [clásica]</p> <p>University of Southern California. (2020, November 1). Organizing Your Social Sciences Research Paper. https://libguides.usc.edu/writingguide</p>	<p>Abramovich, A. y otros. (2012). <i>En carrera. Escritura y lectura de textos académicos y profesionales</i>. Argentina: Los polvorines. [clásica]</p> <p>Aguilar Gavira, S. (2020). <i>Guía Normas APA (7ª Edición)</i>. Recuperado de: https://rodin.uca.es/xmlui/bitstream/handle/10498/22403/Ejemplos_Normas_APA%20(7%C2%AA%20Edici%C3%B3n).pdf?sequence=1</p> <p>Argudín, Y. y Luna, M. (2005). <i>Aprende a pensar escribiendo bien</i>. México: Trillas. [clásica]</p> <p>Cassany, D. (1993). <i>La cocina de la escritura</i>. Barcelona: Anagrama. [clásica]</p> <p>Cassany, D. (2007). <i>Afilas el lapicero</i>. Barcelona: Anagrama. [clásica]</p> <p>Escalante, B. (2012). <i>Curso de redacción para escritores y periodistas: (teoría y ejercicios)</i>. México: Porrúa [clásica]</p> <p>Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. (2012). Centro de Recursos para la Escritura Académica. http://sitios.ruv.itesm.mx/portales/crea/homedoc.htm [clásica]</p> <p>Serafini, M. T. (2007). <i>Cómo se escribe</i>. España: Paidós. [clásica].</p> <p>Sánchez, A. (2011). <i>Manual de redacción académica e investigativa: cómo escribir, evaluar y publicar artículos</i>. Medellín: Católica del Norte Fundación Universitaria.</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta esta unidad de aprendizaje debe contar con Licenciatura en Ciencias de la Comunicación o área afín, preferentemente con Maestría. Que tenga experiencia práctica de dos años, experiencia docente en grupos grandes, habilidades de expresión oral y escrita, excelente redacción y ortografía con. Proactivo, responsable y con capacidad para mediar conflictos.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Memoria Colectiva, Oralidad y Vida Cotidiana
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Estela Salome Solís Gutiérrez
Nelly Calderón de la Barca Guerrero

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje Memoria Colectiva, Oralidad y Vida Cotidiana, es que el alumno pueda contextualizar y comprender procesos identitarios, esto tiene como utilidad el conocimiento del entorno. En cuanto a sus características, la unidad de aprendizaje se imparte en la etapa disciplinaria, es de carácter optativo, no precisa requisitos obligatorios para cursarla, y pertenece al área de conocimiento de Calidad de Vida y Bienestar.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Documentar las trayectorias de vida de actores locales, para contextualizar y comprender procesos identitarios, intersubjetivos y socioculturales en el campo de la investigación cultural, a través de las nociones de memoria colectiva, oralidad y vida cotidiana, con empatía, apertura y respeto a la diversidad.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Portafolio de evidencias digital que contenga:

- Reportes de lectura sobre los diversos textos consultados en clase.
- Documento escrito que discuta los procesos identitarios, intersubjetivos y socioculturales sustentados en la noción de memoria colectiva, oralidad y vida cotidiana en el contexto de la memoria familiar.
- Documento escrito que recupere historias de vida a través del diálogo y la observación de la cotidianidad con actores clave del contexto local.
- Documento escrito que discuta y recupere las memorias comunitarias y migrantes.
- Producto audiovisual que discuta la memoria colectiva y la oralidad.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Cultura e identidad

Competencia:

Distinguir los elementos teóricos que sustentan las nociones de cultura, interacción cultural e identidad, para contextualizar y comprender procesos identitarios, intersubjetivos y socioculturales, a través de una revisión teórica, con pensamiento crítico, apertura y orden.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 1.1. Definiciones de cultura
- 1.2. La interacción cultural y la globalización
- 1.3. Construcción de la identidad
- 1.4. Comunicación intersubjetiva

UNIDAD II. Memoria colectiva y vida cotidiana

Competencia:

Distinguir los elementos teórico-metodológicos que sustentan las nociones de memoria colectiva, oralidad y vida cotidiana, para contextualizar y comprender procesos identitarios, intersubjetivos y socioculturales en el campo de la investigación cultural, a través del diálogo y la observación, con apertura, empatía y responsabilidad social.

Contenido:

- 2.1. Memoria colectiva
- 2.2. Oralidad y comunicación
- 2.3. Vida cotidiana

Duración: 8 horas

UNIDAD III. Memoria colectiva y oralidad

Competencia:

Documentar las trayectorias de vida de actores locales y migrantes, para contextualizar y comprender procesos identitarios, intersubjetivos y socioculturales, a través de las técnicas de la historia oral, historias de vida e historia video-oral, con empatía, apertura, respeto a la diversidad y responsabilidad social.

Contenido:

- 3.1. Historia oral
- 3.2. Historia de vida
- 3.3. Historia video-oral
- 3.4. Recuperación de memorias familiares, locales y migrantes

Duración: 10 horas

UNIDAD IV. Memoria colectiva, migración y comunidad

Competencia:

Documentar experiencias comunitarias y migrantes, para contextualizar y comprender procesos socioculturales, a través de las técnicas de la historia oral, historias de vida e historia video-oral, con empatía, apertura y respeto a la diversidad.

Contenido:

- 4.1. Memoria colectiva y comunidad
- 4.2. Memoria colectiva y movimientos sociales
- 4.3. Memoria y patrimonio tangible e intangible

Duración: 10 horas

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Elementos teóricos de cultura e identidad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar el reporte de lectura 2. Analiza las aportaciones principales de cada autor. 3. Elabora un reporte de lectura a partir de una revisión teórica de las nociones de cultura, interacción cultural e identidad, con los recursos bibliográficos asignados por el/la docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet. • Software de citación y editor de texto. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.) 	4 horas
UNIDAD II				
2	Memorias de familia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar el reporte de lectura. 2. Analiza las aportaciones principales de cada autor. 3. Recupera y documenta memorias familiares utilizando los elementos teórico-metodológicos que sustentan las nociones de memoria colectiva, oralidad y vida cotidiana, discutidos en clase. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Grabadora de voz o celular. • Micrófono (opcional) • Software editor de texto. • Recursos bibliográficos (libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.) 	6 horas
UNIDAD III				
3	Memorias locales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar el reporte de lectura. 2. Analiza las aportaciones principales de cada autor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Cámara de video o celular. • Micrófono (opcional) • Software editor de texto. • Recursos bibliográficos 	8 horas

		3. Recupera y documenta memorias de actores locales utilizando las técnicas de la historia oral, historia de vida e historia video-oral.	(libros, revistas, capítulos de libros, artículos, manuales, etc.).	
UNIDAD IV				
4	Memoria colectivas, migración y comunidad.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para la elaboración del trabajo de campo. 2. Analiza las aportaciones principales de cada autor. 3. Recupera y documenta memorias comunitarias y migrantes en el contexto local utilizando las técnicas de la historia oral, historia de vida e historia video-oral. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Grabadora de voz o celular. • Micrófono (opcional) • Software editor de texto. 	8 horas
5	Divulgación trabajo de memoria colectiva, oralidad y vida cotidiana.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para la elaboración del trabajo. 2. Elige uno de los trabajos entregados en las anteriores unidades, para profundizar en él y elaborar un producto comunicativo para su divulgación. 3. Selecciona el medio por el cual divulgará el trabajo de memoria realizado: Video, producción sonora, narración escrita. 4. Elabora trabajo de memoria colectiva y oralidad de divulgación. 5. Difunde trabajo realizado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Grabadora de voz o celular. • Micrófono (opcional) • Software editor de texto y/o video. 	6 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clases el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

Para el logro de la competencia de esta unidad de aprendizaje, se recomienda que el docente proponga la realización de reportes de lectura, grabaciones de audio y video de las trayectorias de vida documentadas.

- Proporciona material bibliográfico sobre memoria, oralidad y vida cotidiana.
- Exposición de temáticas sobre los contenidos antes mencionados.
- Explica a través de ejemplos la aplicación de las técnicas de historia oral, historia de vida e historia video-oral.
- Supervisa trabajo de campo de los estudiantes.
- Revisa, retroalimenta y evalúa ejercicios y tareas
- Propicia la participación activa de los estudiantes

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Busca y revisa material bibliográfico asignado
- Atiende exposiciones del docente de temáticas sobre historia oral, historia de vida e historia video-oral
- Analiza con el docente ejemplos de la aplicación de las técnicas de historia oral, historia de vida e historia video-oral
- Documenta trayectorias de vida, experiencias comunitarias y culturales.
- Trabaja individualmente, en equipo con compañeros, grupos y comunidades.
- Entrega reportes de lectura y tareas
- Participa activamente en las actividades de la clase.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

Contenido del portafolio de evidencias:

- Reportes de lectura	20%
- Memorias de familia.....	20%
- Memorias locales.....	20%
- Memorias colectivas, migración y comunidad	20%
- Trabajo audiovisual de memoria colectiva y oralidad.....	20%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Alba, M. (2016). Teorías en diálogo: representaciones sociales y memoria colectiva. Iztapalapa, <i>Revista de Ciencias Sociales y Humanidades</i>, 37(80),131-151. Recuperado de https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=393/39352881007</p> <p>Arias, D. (2020). La oralidad y sus metáforas en las aulas de clase. <i>Cuadernos de Lingüística Hispánica</i>, (35), 179-198.</p> <p>Castillo-González, M., & Leetoy, S. (2019). El corrido mexicano en tiempos de YouTube: memoria colectiva, agencia cultural e hibridación en el caso Ayotzinapa. <i>Comunicación y Sociedad</i>, 16, 1–27. Recuperado de https://libcon.rec.uabc.mx:4440/10.32870/cys.v2019i0.6997</p> <p>Díaz, L. (2005). Los caminos de la memoria: oralidad y textualidad en la construcción social del tiempo. <i>Acta poética</i>, 26(1-2), 181-217. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&id=S0185-30822005000100010&lng=es&tlng=es. [clásica]</p> <p>Kitzmann, A., & Creet, J. (2011). <i>Memory and Migration: Multidisciplinary Approaches to Memory Studies</i>. Canadá: University of Toronto Press. [clásica]</p> <p>Larrosa-Fuentes, J. S. (2018). Narrativas periodísticas y memoria colectiva de una catástrofe urbana: el caso de las explosiones del 22 de abril en la prensa de Guadalajara. <i>Comunicación y Sociedad</i>, (31), 173–195.</p>	<p>Basso, S. R. (2018). Legado africano en Bahía Honda. Oralidad y memoria en su identidad cultural. <i>Revista Cuicuilco</i>, 24(71), 35–49.</p> <p>Bellino, M. J., y Williams, J. H. (2017). <i>(Re)Constructing Memory: Education, Identity, and Conflict</i>. The Netherlands: Brill Sense.</p> <p>De Cesari, Ch. y Rigney, A. (2014). <i>Transnational Memory: Circulation, Articulation, Scales</i>. Berlin: De Gruyter. [clásica]</p> <p>Ekaterina V. (2015). <i>Popular Memories: Commemoration, Participatory Culture, and Democratic Citizenship</i>. United States of America: University of South Carolina Press. [clásica]</p> <p>Garagozov, R. (2015). <i>Collective Memory: How Collective Representations About the Past Are Created, Preserved and Reproduced</i>. United States of America: Nova Science Publishers, Inc. [clásica]</p> <p>Halbwachs, M., & Coser, L. (2020). <i>On Collective Memory</i>. Chicago: University of Chicago Press.</p> <p>Johnson, C. (2018). <i>Collective memory work</i>. Routledge.</p> <p>Olick, J., Vinitzky-Seroussi, V., & Lévy, D. (2011). <i>The collective memory reader</i>. Oxfordshire: Oxford University Press. [clásica]</p> <p>Rock, M. (2016). Memoria y oralidad: Formas de entender el pasado desde el presente. <i>Diálogo andino</i>, (49), 101-112. Recuperado de https://dx.doi.org/10.4067/S0719-26812016000100012</p>

Mendoza, J. (2005). La forma narrativa de la memoria colectiva. *Polis*, 1(1), 9-30. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-23332005000100009&lng=es&lng=es. [clásica]

Mendoza, J. (2005). Exordio a la memoria colectiva y el olvido social. *Athenea Digital*, (8), 1-26. Recuperado de <http://libcon.rec.uabc.mx:2051/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=22865455&lang=es&site=ehost-live> [clásica]

Muller, F., & Bermejo, F. (2013). Las fuentes de la memoria colectiva: los recuerdos vividos e históricos. *Psicología*, 31(2), 247–264. Recuperado de <https://libcon.rec.uabc.mx:4440/10.18800/psico.201302.003> [clásica]

Ochoa, S., & Ramírez, B. (2019). *Entrevistar ¿para qué?: múltiples escuchas diversos cuadrantes*. doi:<https://doi.org/10.18234/secuencia.v0i0.1624>

Ricœur, P. (2009). *Memory, history, forgetting*. Chicago: University of Chicago Press. [clásica]

Wertsch, J. & Roediger, H. (2008) Collective memory: Conceptual foundations and theoretical approaches. *Memory*, 16, 318-326, DOI: 10.1080/09658210701801434 [clásica]

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente deberá contar con estudios en Licenciatura en Ciencias de la Comunicación o áreas afines, así mismo será deseable contar con maestría en ciencias sociales o áreas afines, con experiencia docente y profesional en el campo de la comunicación de tres años por lo menos. Dentro de sus cualidades deberá ser proactivo, fomentar la investigación dentro del área de estudio e impulsar el trabajo en equipo.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Comunicación y Relaciones Públicas
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Elsa del Carmen Villegas Morán
Claudia Iveth Becerra Lugo
Juan Ricardo Padilla Barrios

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Comunicación y Relaciones Públicas tiene como objetivo dotar al estudiante de los conocimientos y habilidades en la aplicación de técnicas y métodos para elaborar planes estratégicos de relaciones públicas que se ajusten a las demandas de las organizaciones.

Esta asignatura se imparte en la etapa terminal con carácter optativa y pertenece al área de conocimiento Comunicación Integral en las Organizaciones.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar e implementar un plan estratégico de relaciones públicas, a partir del diagnóstico de comunicación gestionado y de la revisión documental, que responda a las necesidades e intereses de la organización demandante ante sus grupos de interés, en consideración a la diversidad, responsabilidad social y asertividad.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Plan estratégico de relaciones públicas que integre: el diagnóstico situacional de la organización, propuesta de objetivos, estrategias de relaciones públicas, evidencias de implementación de estrategias y evaluación de las estrategias.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Introducción a las RRPP

Competencia:

Analizar los conceptos de las relaciones públicas, a través de la revisión teórica de sus antecedentes, evolución y modelos, para conocer su aplicación en las organizaciones, con responsabilidad y pensamiento analítico.

Contenido:

- 1.1. Historia y fundamentos de las RRPP
- 1.2. Modelos de las RRPP
- 1.3. RRPP y Comunicación integrada

Duración: 4 horas

UNIDAD II. Las RRPP y su campo de acción

Competencia:

Analizar la función e implementación de las relaciones públicas, a partir del análisis de los públicos y stakeholders, para el desarrollo de estrategias de relaciones públicas en relación a sus necesidades, con pensamiento crítico y respeto a la diversidad cultural.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 2.1. Función de las RRPP
- 2.2. Vínculos organizacionales
 - 2.2.1. Públicos
 - 2.2.2. Stakeholders (grupos de interés)
- 2.3. Áreas de aplicación de las RRPP
 - 2.3.1. Comunicación digital
 - 2.3.2. Responsabilidad Social
 - 2.3.3. Procuración de fondos
 - 2.3.4. Identidad y cultura organizacional
 - 2.3.5. Reputación e Imagen organizacional
 - 2.3.6. Manejo y prevención de crisis
 - 2.3.7. Comunicación interna
 - 2.3.8. Organización de eventos
 - 2.3.9. Cabildeo (lobbying)
 - 2.3.10. Voceros
 - 2.3.11. Lanzamiento de productos o servicios
 - 2.3.12. Relaciones con los medios de comunicación e información
- 2.4. El Relacionista Público en la organización
- 2.5. Las herramientas de las RRPP. Acciones de RRPP

UNIDAD III. Planificación estratégica de las RRPP

Competencia:

Diseñar las estrategias de relaciones públicas, mediante el diagnóstico de la organización, para implementarlas y satisfacer las necesidades e intereses de las organizaciones, con creatividad, compromiso y capacidad de solución de problemas.

Contenido:

Duración: 20 horas

- 3.1. El método RACE de las RRPP
 - 3.1.1. Diagnóstico/investigación
 - 3.1.2. Planificación/Acciones
- 3.2. Rituales y prácticas simbólicas en la organización
- 3.3. El protocolo y ceremonial elementos de la cultura organización
- 3.4. Los eventos en la organización como herramienta para de las RRPP
 - 3.5.1. Establecimiento de objetivos
 - 3.5.2. Integración del equipo de trabajo
 - 3.5.3. Plan general de trabajo: acciones, responsables y tiempo
 - 3.5.4. Presupuesto
 - 3.5.5. Diseño de indicadores de impacto y cobertura
 - 3.5.6. Gestión de acciones de comunicación
 - 3.5.7. Gestión de alianzas estratégicas
 - 3.5.8. Operación del plan de trabajo
 - 3.5.9. Realización del evento
 - 3.5.10. Integración de informe de resultados
- 3.6. Manual de organización de eventos

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Identificación conceptual de relaciones públicas en un caso de estudio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para realizar la identificación conceptual de relaciones públicas en un caso de estudio. 2. Selecciona una organización para el análisis del del área de relaciones públicas. 3. Elabora una lista de verificación conceptual de relaciones públicas. 4. Analiza el departamento o área de relaciones públicas de la organización de acuerdo a la lista de verificación conceptual. 5. Elabora documento con conceptos empíricos de acuerdo al análisis. 6. Presenta ante el grupo y docente 7. Entrega a docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos bibliográficos • Computadora • Internet • Caso de estudio 	4 horas
UNIDAD II				
2	Cuadro comparativo de tres casos de estudio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para realizar el cuadro comparativo de tres casos de estudio. 2. Selecciona tres organizaciones para analizar las estrategias implementadas en el área de relaciones públicas. 3. Elabora un cuadro comparativo con la identificación de estrategias en los casos de estudio y en contraste a los modelos teóricos. 4. Presenta al docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos bibliográficos • Computadora • Internet • Caso de estudio 	8 horas

UNIDAD III				
3	Diagnóstico de necesidades de relaciones públicas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones para realizar el diagnóstico de necesidades de relaciones públicas en una organización. 2. Selecciona una organización para realizar análisis de necesidades. 3. De acuerdo a la estructura del área de relaciones públicas de la organización, selecciona el instrumento de medición para realizar el diagnóstico. 4. Aplica instrumento de evaluación y analiza información. 5. Entrega diagnóstico a docente para revisión y retroalimentación. 6. Corrige observaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos bibliográficos • Computadora • Internet • Caso de estudio 	8 horas
4	Plan estratégico de relaciones públicas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende indicaciones para elaborar plan estratégico de relaciones públicas. 2. Diseña el plan estratégico de relaciones públicas de acuerdo al diagnóstico elabora: objetivos y acciones. 3. Implementa el plan estratégico en la organización. 4. Selecciona un instrumento de evaluación acorde al plan estratégico implementado. 5. Evalúa la implementación del plan estratégico. 6. Realiza reporte de resultados de la implementación. 7. Presenta y entrega plan estratégico y reporte de resultados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos bibliográficos • Computadora • Internet • Caso de estudio 	12 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Explica y proporciona material bibliográfico sobre temáticas de relaciones públicas
- Ejemplifica a través de casos prácticos para la solución a problemas de relaciones públicas en organizaciones
- Explica el de modelos para diagnóstico y elaboración de estrategias de relaciones públicas
- Supervisa prácticas de taller
- Revisa, retroalimenta y evalúa tareas, prácticas y plan estratégico de relaciones públicas
- Propicia la participación activa del estudiante

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Busca y analiza material bibliográfico sobre temáticas de relaciones públicas
- Analiza con el docente casos prácticos para la solución a problemas de relaciones públicas
- Práctica el uso de modelos para diagnóstico y elaboración de estrategias de relaciones públicas
- Realiza prácticas de taller
- Elabora productos de plan estratégico de relaciones públicas
- Participa activamente en clase
- Elabora presentaciones
- Atiende las indicaciones del docente
- Se conduce con respeto al docente y sus compañeros

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Prácticas de taller.....	10%
- Presentaciones	10%
- Diagnóstico.....	25%
- Plan estratégico de RP.....	55%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Bowman, S., Crookes, A., Ihlen, Ø., y Romenti, S. (2018). <i>Public Relations and the Power of Creativity : Strategic Opportunities, Innovation and Critical Challenges</i>. USA: Emerald Publishing Limited. En http://libcon.rec.uabc.mx:2051/login.aspx?direct=true&db=e000xww&AN=1837967&lang=es&site=ehost-live</p> <p>Langham, T. (2019). <i>Reputation Management : The Future of Corporate Communications and Public Relations</i>. USA: Emerald Publishing Limited. En http://libcon.rec.uabc.mx:2051/login.aspx?direct=true&db=e000xww&AN=1734311&lang=es&site=ehost-live</p> <p>Newman, B. (2016). <i>Communication of Politics : Cross-Cultural Theory Building in the Practice of Public Relations and Political Marketing (8th Inte.)</i> USA: Routledge. En http://libcon.rec.uabc.mx:2051/login.aspx?direct=true&db=e000xww&AN=1233832&lang=es&site=ehost-live</p> <p>Palencia-Lefler Ors, M. (2011). <i>90 técnicas de comunicación y relaciones públicas (2a ed)</i>. Barcelona: Profit. [clásica]</p> <p>Van Ruler, B., Smit, L., Ihlen, Ø. y Romenti,S. (2017). <i>How Strategic Communication Shapes Value and Innovation in Society</i>. USA: Emerald Publishing Limited. En http://libcon.rec.uabc.mx:2051/login.aspx?direct=true&db=e000xww&AN=1570348&lang=es&site=ehost-live</p> <p>Whatmough, D. (2019). <i>Digital PR</i>. USA: Emerald Publishing Limited. En http://libcon.rec.uabc.mx:2051/login.aspx?direct=true&db=e000xww&AN=1734306&lang=es&site=ehost-live</p>	<p>Colectivo de Autores. (2002). <i>Manual de Relaciones Públicas</i>. La Habana,Cuba, Ediciones Logos. [clásica]</p> <p>Moore, F., Canfield, B. (1980). <i>Biblioteca de publicidad y relaciones públicas</i>. (spi). [clásica]</p> <p>Waymer, D. (2012). <i>Culture, Social Class, and Race in Public Relations : Perspectives and Applications</i>. USA: Lexington Books. En http://libcon.rec.uabc.mx:2051/login.aspx?direct=true&db=e000xww&AN=611922&lang=es&site=ehost-live [clásica]</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Relaciones Públicas debe contar con título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación o área afín, con conocimientos teóricos, prácticos y metodológicos en ciencias de la comunicación; preferentemente con estudios de posgrado y mínimo dos años de experiencia docente. Debe ser creativo, facilitador del conocimiento, con experiencia profesional y docente en grupos, habilidades de gestión, tolerante y dinámico.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Proyectos de Formación de Audiencias Críticas y Participativas
- 5. Clave:**
- 6. HC: 01 HT: 04 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 01 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Gerardo Guillermo León Barrios
Alejandra Rodríguez Estrada
Armando Gutiérrez Ortega

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje Proyectos de Formación de Audiencias Críticas y Participativas es incidir en los procesos de comunicación en el contexto contemporáneo. Su utilidad radica en que le permite al alumno conocer y desarrollar herramientas de intervención y elementos didácticos críticos para generar habilidades de recepción crítica en la audiencia. Se imparte en la etapa terminal con carácter optativa y pertenece al área de conocimiento Ecosistema Mediático.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Desarrollar habilidades para la formación de competencias mediáticas e hipermediales más críticas y constructivas en audiencias, nuevas audiencias y prosumidores, a partir del conocimiento de metodologías de intervención, para el diseño de estrategias de formación de audiencias activas en diversos grupos sociales en entornos formales y no formales, con una actitud de respeto, apertura a la diversidad y ética.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Desarrollo de un proyecto de intervención que promueva la recepción crítica de medios, ya sea tradicionales o nuevos medios, para algún sector de la sociedad, a partir de estrategias y productos comunicativos.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Globalización y comunicación

Competencia:

Distinguir los procesos mediáticos que configuran los sistemas y prácticas de ecosistema mediático global, a partir del estudio de la sociedad red, las interacciones mediáticas y los procesos de mediación, para comprender la complejidad de la relación medios sociedad, con actitud crítica y apertura a la diversidad.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 1.1. Los medios y sociedades modernas
- 1.2. Sistemas globales de comunicación mediática: la sociedad red de comunicación
- 1.3. Interacción mediática
 - 1.3.1. Tipos de interacción mediática
 - 1.3.2. La experiencia del yo y la cultura mediática
 - 1.3.3. La visibilidad en el contexto mediático
 - 1.3.4. Lo público y lo privado en la experiencia mediática
- 1.4. De las mediaciones a las hipermediaciones
 - 1.4.1. Medios y nuevos medios
 - 1.4.2. Nuevos medios e hipermediaciones
 - 1.4.3. La convergencia mediática
 - 1.4.4. Narrativas transmedia
- 1.5. De audiencias a la cultura de participación en la esfera hipermedial

UNIDAD II. Educomunicación y alfabetización mediática

Competencia:

Distinguir los principales tipos de alfabetización mediática, a partir de la revisión de las perspectivas de la educomunicación, para desarrollar capacidades didácticas que fomenten competencias críticas en las audiencias, con respeto, actitud crítica y compromiso.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 2.1. Sistemas educativos y los aprendizajes no formales
- 2.2. De las audiencias y las nuevas audiencias a los prosumidores
- 2.3. Los saberes de la comunicación y sus fronteras
 - 2.3.1. Una necesidad interdisciplinaria: la educomunicación
 - 2.3.2. Educación para los medios
 - 2.3.3. Alfabetización mediática e informacional
 - 2.3.4. Alfabetización digital y nuevas audiencia
 - 2.3.5. Alfabetizaciones múltiples
- 2.4. Prosumidores y ciudadanías mediáticas
 - 2.4.1. Espacio social mediática y acción social
 - 2.4.2. Pertenencias e inclusiones en la esfera digital
 - 2.4.3. Los tres estados de la ciudadanía en la transformación mediática y digital
 - 2.4.4. De la ciudadanía cultural a la ciudadanía digital en la esfera hipermedial

UNIDAD III. Proyectos de intervención en audiencias, nuevas audiencias y prosumidores en la ecología mediática contemporánea

Competencia:

Intervenir en diversos grupos sociales, mediante la aplicación de metodologías interdisciplinarias y modelos de intervención en comunicación, para la formación de competencias mediáticas e hipermediales más críticas y constructivas en audiencias, con respeto a la diversidad, responsabilidad y creatividad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 3.1. Modelo de intervención en comunicación
 - 3.1.1. Modelo de intervención acción
 - 3.1.2. Modelo de intervención interacción
 - 3.1.3. Modelo de intervención enacción
- 3.2. Definición de la unidad de intervención
 - 3.2.1. Segmentación por variables sociodemográficas
 - 3.2.2. Segmentación por cultura mediática
 - 3.2.3. Segmentación por grupos etéreos
- 3.3. Del problema a las líneas de intervención
 - 3.3.1. De los problemas a las soluciones en intervención de la comunicación
 - 3.3.2. El diagnóstico del problema de formación de audiencias, nuevas audiencias y prosumidores.
 - 3.3.3. Marco de posibilidades de intervención: el diseño del modelo
 - 3.3.4. Estrategias de intervención: plan y programa de la intervención
- 3.4. La intervención para la formación de audiencias, nuevas audiencias y prosumidores.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Mapa conceptual de sociedad red, las interacciones mediáticas y los procesos de mediación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente para la elaboración del mapa conceptual de sociedad red, las interacciones mediáticas y los procesos de mediación. 2. Revisa la información proporcionada por el docente 3. Identifica las principales características de los elementos, sus diferencias y relaciones. 4. Realiza el mapa conceptual 5. Entrega al docente para su revisión y retroalimentación. 6. Expone el mapa conceptual ante sus compañero y el docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Referencias Bibliográficas • Material de referencia proporcionado por el docente • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Software o aplicaciones digitales para la producción textual o gráfica 	6 horas
UNIDAD II				
2	Exposición de modelos internacionales de alfabetización mediática	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente para la Exposición de modelos internacionales de alfabetización mediática 2. Investiga en referencias bibliográficas, y en fuentes científicas o institucionales en internet los principales modelos internacionales de alfabetización mediática. 3. Organiza la información documental a partir de la guía proporcionada por el docente. 4. Elabora la presentación que utilizara para la exposición. 5. Entrega al docente para su 	<ul style="list-style-type: none"> • Guía proporcionada por el docente • Acceso a bases de datos • Referencias bibliográficas • Acceso a internet • Proyector • Equipo de cómputo 	15 horas

		revisión y retroalimentación. 6. Expone el modelo de alfabetización correspondiente ante sus compañeros y el docente.		
UNIDAD III				
3	Diagnóstico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente para la elaboración del diagnóstico 2. Realiza la caracterización del grupo social 3. Elabora el cuadro de actores 4. Formula el diagnóstico 5. Entrega al docente para su revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Software o aplicaciones digitales para la producción textual 	10 horas
4	Modelo de intervención en audiencias	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente para la elaboración del modelo de intervención 2. Selecciona el tipo de modelo de intervención a partir de las líneas orientadas por el diagnóstico 3. Diseña el modelo de intervención 4. Entrega al docente para su revisión y retroalimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Software o aplicaciones digitales para la producción textual 	4 horas
5	Aplicación de la intervención	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza la planeación de la intervención en audiencias 2. Elabora cronograma de actividades 3. Asiste a campo para intervenir en la audiencia seleccionada. 4. Documenta el proceso de intervención considerando los siguientes medios: -Bitácora de campo -Registro audiovisual -Fotografías -Registros gráficos 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Software o aplicaciones digitales para la producción textual • Recursos tecnológicos para el registro audiovisual y fotográfico • Material para la intervención • Material para los registros 	15 horas

		-Experiencias y resultados previos.		
6	Evaluación de la intervención	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recupera las categorías del modelo de intervención 2. Diseña a partir de éstas los instrumentos de evaluación 3. Aplica el o los instrumentos de evaluación 4. Contrasta los resultados obtenidos con los esperados. 5. Interpreta el resultado y lo registra en un documento para ser revisado y retroalimentado por el docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Software o aplicaciones digitales para la producción textual • Material para los instrumentos de evaluación. 	8 horas
7	Proyecto de intervención en audiencias	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del docente para la redacción del reporte del proyecto de intervención en audiencias. 2. Integra los elementos del proyecto: <ul style="list-style-type: none"> -Diagnóstico -Modelo de intervención -Intervención -Evaluación -Reflexiones finales 3. Elabora el reporte con las características de entrega solicitadas por el docente. 4. Entrega el reporte al docente para su revisión y retroalimentación. 5. Expone en plenaria los resultados de la intervención en audiencias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de información. • Equipo de cómputo. • Conectividad a internet. • Software o aplicaciones digitales para la producción textual y presentación. • Proyector 	6 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Proporciona recursos bibliográficos sobre el análisis e interpretación de datos comunicativos en medios digitales
- Explica temáticas a través de la técnica expositiva
- Proporciona y analiza casos de estudio con el grupo
- Diseña y aplica evaluaciones
- Organiza reflexiones grupales sobre los análisis de datos comunicativos
- Propicia la participación del estudiante
- Muestra el uso de herramientas digitales para el análisis e interpretación de información

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Consulta recursos bibliográficos sobre análisis e interpretación de datos comunicativos en medios digitales
- Participa en reflexiones grupales sobre estudios de caso
- Participa activamente en clase
- Se integra en equipos para realizar análisis opiniones, reacciones e interacciones de usuarios
- Aplica herramientas digitales para el análisis e interpretación de información
- Realiza reportes de análisis atiende instrucciones de docente

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- 2 evaluaciones parciales..... 20%
Exposición de reflexiones en las que se involucre el análisis de productos culturales.
Diseño del proyecto de intervención
- Reseñas de la lectura crítica 10%
- Reporte de prácticas de taller..... 30%
- Reporte del proyecto de intervención..... 40%
- Total.....100%**

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Aguaded, I. (2001). <i>La educación en medios de comunicación. Panorama y perspectiva</i>. España: Editorial K.R. [clásica]</p> <p>Aguaded, I. (2002). <i>Educación en red: Internet como recurso para la educación (2002)</i>. España: Aljibe. [clásica]</p> <p>Aguaded, I. (2014). <i>Tecnologías y medios para la educación en la e-sociedad</i>. España: Alianza. [clásica]</p> <p>Aguaded, I., y Romero-Rodríguez, M.L. (2018). <i>Competencias mediáticas en medios digitales emergentes</i>. España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.</p> <p>Aparici, R. (Coord) (2010). <i>Educomunicación: más allá del 2.0</i>. España: Gedisa. [clásica]</p> <p>Bennett, P., McDougall, J., y Potter, J. (2020). <i>The Uses of Media Literacy</i>. Routledge.</p> <p>Buckingham, D. (2000). <i>After the Death of Childhood. Growing up in the age of the electronic media</i>. USA: Polity Press. [clásica]</p> <p>Buckingham, D. (2003). <i>Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture</i>. USA: Polity Press. [clásica]</p> <p>Buckingham, D. (2019). <i>The media education manifesto</i>. UK: Polity Press.</p> <p>Charles, M. y Orozco, G. (1990). <i>Educación para la Recepción. Hacia una lectura crítica de los medios</i>. México: Trillas. [clásica]</p> <p>Cristiano, A. (2019). <i>Millennials and Media Ecology: Culture,</i></p>	<p>Dorantes y Aguilar, G. N. (2016). <i>Internet, Sociedad y Poder Democracia digital: comunicación política en la era de la hipermediación</i>. Ciudad de México: Ediciones La Biblioteca.</p> <p>Ferrés Prats, J. (1994). <i>Televisión y educación</i>. España: Paidós. [Clásica]</p> <p>Jensen, K. B., & Rosengren, K. E. (1990). Five Traditions in Search of the Audience. <i>European Journal of Communication</i>, 5(2), 207–238. Recuperado de https://doi.org/10.1177/0267323190005002005 [clásica]</p> <p>Orozco, G. y González, D. (2009). <i>Cuatro décadas de analizar la recepción de medios en escenarios mediáticos y virtuales</i>. México: ILCE. [clásica]</p> <p>Rasi, P., Vuojärvi, H., & Ruokamo, H. (2019). Media Literacy Education for All Ages. <i>Journal of Media Literacy Education</i>, 11(2), 1-19. Recuperado de https://doi.org/10.23860/JMLE-2019-11-2-1</p> <p>Swartz, J., y Wasko, J. (2020). <i>MEDIA: A Transdisciplinary Inquiry</i>. Bristol, Reino Unido: Intellect.</p> <p>Tully, M., Vraga, E. K., y Smithson, A. B. (2020). News media literacy, perceptions of bias, and interpretation of news. <i>Journalism</i>, 21(2), 209-226.</p> <p>Uribe, A. (2003). <i>Re-imaginando México con la telenovela. Recepción cultural de telenovelas por inmigrantes mexicanos residentes en Los Ángeles, Ca</i>. Tesis doctoral. Tijuana: COLEF.</p>

Pedagogy, and Politics, Routledge Research in Cultural and Media Studies. Nueva York: Routledge Taylor & Francis Group.

Ferrés Prats, J. (2016). *La educación mediática en la universidad española.* España: Gedisa

Garay, L. (2019). *Alfabetizaciones digitales críticas: de las herramientas a la gestión de la comunicación.* México: Juan Pablos Editor.

Fuenzalida, V. (1997). *Televisión y cultura cotidiana.* Santiago de Chile: CPU. [clásica]

Knaus, T. (2020). Technology criticism and data literacy: The case for an augmented understanding of media literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 12(3), 6-16.

Lacković, N. (2020). Thinking with digital images in the post-truth era: A method in critical media literacy. *Postdigital Science and Education*, 1-21.

Livingstone, S. (2002). *Young People and New Media: Childhood and the Changing Media Environment.* UK: London School of Economics and Political Science.

Livingstone, S. y Sefton-Green, J. (2016). *The Class: Living and Learning in the Digital Age (Connected Youth and Digital Futures).* USA. New York University Press.

Livingstone, S. (2019). *Children and the internet.* UK. Polity Press.

Livingstone, S. (2020). *Parenting for a Digital Future: How Hopes and Fears about Technology Shape Children's Lives.* USA: Oxford Polity Press.

Molas-Castells, N. (2019). *La guerra de los mundos. La narrativa transmedia en educación.* Barcelona: Editorial UOC, S.L.

Orozco, G., Torres-Espinoza, G., Francés, M., Peris, Á., Scolari, C.A., Piscitelli, A., Tomasena, J.M., Corona, J.M., y otros. (2017). *TVMorfosis 6: Gestión y consumo de contenidos digitales. Nuevos modelos*. Ciudad de México: Tintable.

Orozco, G., Torres-Espinoza, G., Scolari, C.A., Wolton, D., Zacarías, A., Lozano, J.C., Franco, G., y otros. (2019). *TVMorfosis 3: Audiencias audiovisuales: consumidores en movimiento*. Ciudad de México: Tintable.

Orozco, G. (2006). *Televidencias y mediaciones: la construcción de estrategias por la audiencia, en el consumo cultural en América Latina*. Colombia: Andrés Bello. [clásica]

Orozco, G. (2007). *Un mundo de visiones. Interacciones de las audiencias en múltiples escenarios mediáticos y virtuales*. México: ILCE. [clásica]

Piscitelli, A., y Alonso, J. (2020). *Innovación y barbarie, verbos para entender la complejidad*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya

Scolari, C.A. (2017). *Ecología de los medios: Entornos, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona: Gedisa Editorial.

Scolari, C.A. (2018). *Las leyes de la interfaz: Diseño, ecología, evolución, tecnología*. Barcelona: Gedisa Editorial.

Scolari, C.A., Dantagnan, M. (2010). *Hipermediaciones: Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa Editorial.

Strate, L. (2017). *Media ecology, an approach to understanding the human condition*. Nueva York: Peter Lang Publishing.

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Proyectos de Formación de Audiencias Críticas y Participativas debe contar con título de licenciado en Ciencias de la Comunicación o área afín, con conocimientos en producción audiovisual y multimedia, diseño y gestión de proyectos educomunicativos de intervención comunitaria; preferentemente con estudios de posgrado y dos años de experiencia docente. Debe ser una persona comprometida con el mejoramiento de las condiciones del ecosistema mediático, con capacidad para la formación de estudiantes en el trabajo comunitario y dominio de estrategias de microenseñanza y desarrollo de recursos comunicativos orientados al proceso de enseñanza-aprendizaje.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Transformación Digital de las Empresas
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Christian Aracely Vargas Esparza
Miriam del Carmen Cisneros Mondragón

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 18 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje brinda el panorama sobre el constante cambio del modelo económico a través de las tecnologías de información y comunicación, que permite al estudiante conocer las posibilidades de aplicación en el ámbito profesional dentro de las empresas de innovación. Se encuentra en la etapa terminal, con carácter de optativo, forma parte del área de conocimiento de Ecosistema Mediático.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar la reinención de las organizaciones por medio del uso de la tecnología digital, mediante el estudio y revisión de los conceptos de economía digital, efecto red, economía colaborativa y modelos de disruptivos, para comprender el papel de la comunicación en la transformación digital de las organizaciones, con eficiencia, emprendimiento y planificación.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Proyecto final de investigación que integre el proceso para la inserción laboral de los comunicadores en una empresa de innovación.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Transformación digital

Competencia:

Examinar la importancia de la tecnología, a través del estudio e investigación de la economía digital y el efecto red, para la innovación tecnológica, con una actitud lógica y analítica.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 1.1. Digitalización y transformación digital
- 1.2. El groundswell y el cambio en la cultura
- 1.3. El cambio en la tecnología
- 1.4. Economía digital
- 1.5. Efecto Red y modelos asimétricos
- 1.6. Impactos de la economía digital

UNIDAD II. Innovación digital

Competencia:

Aplicar las metodologías de innovación social, a través de la revisión de las nuevas tendencias tecnológicas, para el diseño centrado en el usuario, con creatividad, emprendimiento y visión.

Contenido:

- 2.1. Innovación digital
- 2.2. Ecosistemas digitales abiertos
- 2.3. Design Thinking
- 2.4. Economía colaborativa
- 2.5. Modelos disruptivos
- 2.6. Cambios en la cadena de valor

Duración: 8 horas

UNIDAD III. Tecnología en la empresa

Competencia:

Utilizar las herramientas de programación web, a través de la gestión de recursos materiales y tecnológicos, para diseñar y producir el proyecto que cumpla con las necesidades de la empresa, con exactitud y creatividad.

Contenido:**Duración:** 8 horas

- 3.1. Conociendo el diseño web
 - 3.1.1. Front End
 - 3.1.2. Back End
- 3.2. Hiperconectividad
- 3.3. UX y gamificación
- 3.4. Introducción al Big data
- 3.5. Introducción al Think data
- 3.6. Inteligencia artificial
- 3.7. Cloud Business

UNIDAD IV. Comunicación efectiva en entornos digitales

Competencia:

Aplicar los conocimientos de investigación cualitativa y cuantitativa en las empresas tecnológicas, a través de la gestión de la investigación y el desarrollo tecnológico, para la publicación del proyecto que resuelva una necesidad de la empresa, con actitud ordenada y responsable.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 4.1. El papel de la comunicación en la Transformación digital
- 4.2. Oportunidades que ofrece la comunicación
- 4.3. La web
- 4.4. Medios digitales
- 4.5. Medios sociales
- 4.6. Marketing de influencia
- 4.7. Plataformas móviles
- 4.8. Geomarketing 2.0
- 4.9. Transformación digital comercial
 - 4.9.1. Sistemática de ventas digital
 - 4.9.2. Habilidades de comercialización digital

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD IV				
1	Diseño de interfaz	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para elaborar la práctica. 2. Investiga sobre las necesidades de la empresa. 3. Conoce las necesidades que requiere el usuario. 4. Plantea solución al problema del usuario que genere valor. 5. Realiza el prototipo. 6. Evalúa el funcionamiento. 7. Realiza los ajustes que se requieren para mejorar la experiencia del usuario 8. Formaliza el diseño. 9. Implementa el diseño. 10. Despliega el diseño. 	<ul style="list-style-type: none"> • Software para el diseño de interfaz. • Computadora. • Internet. • Paquetería de office. 	32 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Presenta información sobre los conceptos básicos
- Presenta y resuelve ejercicios prácticos relacionados con las temáticas
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Elabora y aplica evaluaciones
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y evalúa reportes de prácticas y actividades

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Investiga y analiza información sobre conceptos básicos
- Resuelve ejercicios prácticos proporcionados por el profesor
- Realiza las prácticas de taller
- Presenta evaluaciones
- Participa activamente en clase
- Elabora y entrega reportes de prácticas
- Trabaja en equipo
- Elabora y entrega actividades en tiempo y forma

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Exposiciones.....	20%
- Ensayos.....	20%
- Análisis de casos.....	20%
- Proyecto final.....	40%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Merodio, J., y de Haro, G. (2016). <i>9 factores de la transformación digital de la empresa</i>. Madrid. Recuperado de www.juanmerodio.com.</p> <p>Moreno, M. Á. (2020). <i>Transformación Digital: La nueva estrategia empresarial del siglo XXI</i>. Distrito Federal: Anaya Multimedia.</p> <p>Pesquera, M., y Méndez, E. (2017). <i>Re evolución digital</i>. Distrito Federal: Conecta.</p> <p>Rogers, D. L. (2016). <i>The digital transformation playbook</i>. Nueva York: Columbia business school publishing.</p> <p>Siebel, T. M. (2019). <i>Digital transformation: survive and thrive in an era of mass extinction</i>. Nueva York: RosettaBooks.</p> <p>Slotnisky, D. J. (2016). <i>Transformación digital</i>. Buenos Aires: Digital house coding school.</p> <p>Vazquez, S. (2019). <i>Marketing digital: Más allá de redes sociales</i>. Distrito federal: digital-editorial.</p>	<p>Alanis, M. (2020). <i>La Transformación Digital del Gobierno</i>. Madrid: Independiente.</p> <p>Google. (2019). Transformación digital de las empresas. Recuperado de https://learndigital.withgoogle.com/activate/course/digital-transformation/</p> <p>Lombardero, L. (2019). <i>Trabajar en la era digital: tecnología y competencias para la transformación digital</i>. Madrid: LID Editorial.</p> <p>Platzi. (2017). Qué es frontend y backend. Recuperado de https://platzi.com/blog/que-es-frontend-y-backend/</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Transformación Digital de las Empresas debe contar con título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Ingeniero en Sistemas Computacionales o área afín. Contar con experiencia docente mínima de un año, así como experiencia profesional en su área. Ser proactivo, innovador, analítico, con convicción para fomentar el trabajo en equipo; preferentemente con estudios de posgrado.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Taller de Postproducción Audiovisual
- 5. Clave:**
- 6. HC: 01 HT: 04 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 01 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Alfonso Uriel Canales Félix
Víctor Medina Gorosove
Armando Gutiérrez Ortega

Firma

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Firma

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje de Taller Postproducción Audiovisual tiene como finalidad que el alumno obtenga el conocimiento teórico-práctico para realizar el montaje de un producto audiovisual, mediante la edición de video y de audio, corrección de colores y animación, así como habilidades para el uso de aplicaciones de postproducción audiovisual, diagnóstico de necesidades comunicativas y sensibilidad por el arte, además de mostrar actitudes de creatividad, experimentación y responsabilidad. Esta unidad de aprendizaje se encuentra en la etapa terminal, es de carácter optativa y forma parte del área de conocimiento de Interacciones Mediáticas de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, para cursarla no es necesario haber aprobado una unidad de aprendizaje previa.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Crear contenidos mediáticos audiovisuales, por medio del manejo de software de edición, para generar productos audiovisuales de diversos formatos y géneros que puedan ser distribuidos en diferentes plataformas, mostrando actitud creativa, responsable y colaborativa.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Portafolio de evidencias compuesto por la realización de un proyecto audiovisual; que integre las diversas evidencias resultado de las diversas actividades como prueba de su aprendizaje.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Introducción a la edición audiovisual

Competencia:

Desarrollar un montaje básico de video, mediante el uso de los conceptos teóricos y prácticos de un programa de edición, con el propósito de comprender el uso adecuado de las herramientas de edición, con actitud creativa, entusiasta y proactiva.

Contenido:

Duración: 3 horas

- 1.1. Conceptos básicos para la edición
- 1.2. Formas de escaneo para la generación de imagen en movimiento
 - 1.2.1. Entrelazado
 - 1.2.2. Progresivo
- 1.3. Formatos de contenedores y Códec
- 1.4. Programas de edición no lineal
- 1.5. Interfaz de usuario
- 1.6. Selección y organización de archivos
- 1.7. El montaje
 - 1.7.1. Técnicas y características del montaje para la transmisión en vivo.
 - 1.7.2. Técnicas y características del montaje en video digital
 - 1.7.3. Ritmo

UNIDAD II. Corrección de color

Competencia:

Realizar la corrección de color de un video, a partir del uso de la teoría y las herramientas de colorización, para mantener congruencia en la narrativa audiovisual, con actitud proactiva, asertividad y disciplina.

Contenido:**Duración:** 3 horas

- 2.1. Calibración de pantalla
- 2.2. Corrección básica
 - 2.2.1. Luminancia
 - 2.2.2. Crominancia
- 2.3. Curvas
- 2.4. Coincidencia y ruedas de color
- 2.5 HSL Secundario
- 2.4. Uso de LUT's

UNIDAD III. Corrección de audio

Competencia:

Realizar la corrección de audio de un video, a partir del uso de la teoría y las herramientas de edición de audio, para mantener congruencia en la narrativa audiovisual, con actitud proactiva, asertividad y disciplina.

Contenido:

Duración: 2 horas

- 3.1. Sonido esencial
- 3.2. Edición de audio según su tipo
 - 3.2.1. Diálogo
 - 3.4.2. Música
 - 3.4.3. Efectos especiales
 - 3.4.4. Ambiente

UNIDAD IV. Títulos, textos, efectos y animación

Competencia:

Realizar la animación de gráficos de un video, a partir de las herramientas de animación, para mantener congruencia en la narrativa audiovisual, con actitud proactiva, asertividad y disciplina.

Contenido:

Duración: 3 horas

- 4.1. Aspectos técnicos de la captura de sonido e imagen
- 4.2. Transiciones
- 4.3. Gráficos
 - 4.3.1. Diseño de identidad visual del proyecto
 - 4.3.1. Títulos y textos
 - 4.3.2. Gráficos prediseñados
- 4.4. Animación vectorial
 - 4.4.1. Tipografía Cinética
 - 4.4.2. Motion graphics
- 4.5. Chroma Key
- 4.6. VFX
- 4.7. Edición multicámara

UNIDAD V. Realización de proyecto audiovisual

Competencia:

Desarrollar un video, a partir de las técnicas de montaje, corrección de color, de audio y transiciones, con la finalidad de dar una identidad al producto audiovisual, mostrando actitud crítica, colaborativa y respetuosa.

Contenido:

Duración: 3 horas

5.1. Selección y organización de archivos

5.2. El montaje

5.2.1. Técnicas y características del montaje para la transmisión en vivo

5.2.2. Técnicas y características del montaje en video digital

5.2.3. Ritmo

5.3. Programas de edición no lineal

UNIDAD VI. Postproducción de contenidos audiovisuales

Competencia:

Realizar contenidos audiovisuales, mediante la identificación de necesidades de una audiencia determinada, con el propósito de darle un formato de acuerdo a la narrativa y plataforma requerida, mostrando actitud creativa y analítica.

Contenido:

Duración: 2 horas

- 6.1. Estudio de producción
- 6.2. Roles del personal en el estudio
- 6.3. Optimización de tamaño y exportación
 - 6.3.1. Divulgación de video bajo demanda (VoD)
 - 6.3.2. Divulgación de video en vivo (Streaming)
 - 6.3.3. Divulgación de video en redes sociales
 - 6.3.4. Calidad, resolución y tamaño de los videos

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Exposición sobre montaje y aplicaciones digitales de postproducción	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las recomendaciones del docente sobre las características del proyecto a entregar y los conceptos vinculados con montaje básico de video y <i>software</i> de edición. 2. Integra su equipo de trabajo. 3. Indaga los conceptos básicos para la edición, empleando fuentes fidedignas digitales o físicas. 4. Preparar una exposición sobre los hallazgos de los conceptos básicos para la edición. 5. Exponer frente a grupo utilizando programas de edición no lineal. Integrando referencias en formato APA vigente. 6. Entrega el proyecto tomando en cuenta las condiciones y tiempos previamente establecidos. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuentes de información. ● Internet. ● Equipo de cómputo. ● Proyector de video. ● <i>Software</i> de producción textual y diseño de <i>slideshows</i>. 	4 horas
2	Montaje básico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las recomendaciones del docente sobre las características del proyecto a entregar y los conceptos vinculados con montaje básico de video y <i>software</i> de edición. 2. Recibe del docente el guión y los materiales de video y audio para desarrollar el montaje básico de un proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuentes de información. ● Internet. ● Equipo de cómputo. ● <i>Software</i> de edición no lineal. 	6 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 3. Desarrolla la práctica de montaje de acuerdo a las indicaciones docentes. 4. Entrega el proyecto tomando en cuenta las condiciones y tiempos previamente establecidos. 		
UNIDAD II				
3	Corrección de color	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las recomendaciones del docente sobre las características del proyecto a entregar y los conceptos vinculados con teorías y herramientas de corrección de color. 2. Retoma el proyecto «Montaje básico» desarrollado anteriormente. 3. Desarrolla la práctica de corrección de color de acuerdo a las indicaciones docentes. 4. Entrega el proyecto tomando en cuenta las condiciones y tiempos previamente establecidos. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuentes de información. ● Internet. ● Equipo de cómputo. ● <i>Software</i> para corrección de color. 	4 horas
UNIDAD III				
4	Edición de audio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las recomendaciones del docente sobre las características del proyecto a entregar y los conceptos vinculados con teorías y herramientas de edición de audio. 2. Retoma el proyecto «Montaje básico» desarrollado anteriormente. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuentes de información. ● Internet. ● Equipo de cómputo. ● <i>Software</i> para edición de audio. 	4 horas

		<ol style="list-style-type: none"> 3. Desarrolla la práctica de edición de audio de acuerdo a las indicaciones docentes. 4. Entrega el proyecto tomando en cuenta las condiciones y tiempos previamente establecidos. 		
UNIDAD IV				
5	Diseño de identidad gráfica	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las recomendaciones del docente sobre las características del proyecto a entregar y los conceptos vinculados con identidad gráfica en proyectos audiovisuales. 2. Integra su equipo de trabajo. 3. Desarrolla la práctica de diseño de identidad gráfica de acuerdo a las indicaciones docentes. 4. Entrega el proyecto tomando en cuenta las condiciones y tiempos previamente establecidos. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuentes de información. ● Internet. ● Equipo de cómputo. ● <i>Software</i> para diseño vectorial. 	6 horas
6	Animación vectorial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las recomendaciones del docente sobre las características del proyecto a entregar y los conceptos vinculados con animación vectorial. 2. Integra su equipo de trabajo. 3. Retoma el proyecto «Diseño de identidad gráfica» desarrollado anteriormente. 4. Desarrolla la práctica de animación vectorial de acuerdo a las indicaciones docentes. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuentes de información. ● Internet. ● Equipo de cómputo. ● <i>Software</i> para animación vectorial. 	6 horas

		5. Entrega el proyecto tomando en cuenta las condiciones y tiempos previamente establecidos.		
7	<i>Chroma key</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las recomendaciones del docente sobre las características del proyecto a entregar y los conceptos vinculados con <i>chroma key</i>. 2. Integra su equipo de trabajo. 3. Entrega el proyecto tomando en cuenta las condiciones y tiempos previamente establecidos. 4. Recibe del docente el material en video para el desarrollo de la práctica. 5. Desarrolla la práctica de <i>chroma key</i> de acuerdo a las indicaciones docentes. 6. Entrega el proyecto tomando en cuenta las condiciones y tiempos previamente establecidos. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuentes de información. ● Internet. ● Equipo de cómputo. ● <i>Software</i> para post producción de <i>chroma key</i>. 	6 horas
8	VFX	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las recomendaciones del docente sobre las características del proyecto a entregar y los conceptos vinculados con efectos visuales. 2. Integra su equipo de trabajo. 3. Retoma el proyecto «Chroma key» desarrollado en la práctica anterior. 4. Recibe del docente el material en video para el desarrollo de la práctica. 5. Desarrolla la práctica de 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuentes de información. ● Internet. ● Equipo de cómputo. ● <i>Software</i> para post producción. 	6 horas

		<p>efectos visuales de acuerdo a las indicaciones docentes.</p> <p>6. Entrega el proyecto tomando en cuenta las condiciones y tiempos previamente establecidos.</p>		
UNIDAD V				
9	Proyecto audiovisual	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las recomendaciones del docente sobre las características del proyecto a entregar y los conceptos vinculados con técnicas de montaje, transiciones, corrección de color y audio. 2. Integra su equipo de trabajo. 3. Retoma los proyectos «Montaje básico», «Corrección de color», «Corrección de audio», «Diseño de identidad gráfica», «Animación vectorial», «Chroma key» y «VFX» desarrollados anteriormente. 4. Desarrolla la práctica de proyecto audiovisual de acuerdo a las indicaciones docentes. 5. Entrega el proyecto tomando en cuenta las condiciones y tiempos previamente establecidos. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuentes de información. ● Internet. ● Equipo de cómputo. ● <i>Software</i> para post producción. 	8 horas
UNIDAD VI				
10	Postproducción de contenidos audiovisuales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las recomendaciones del docente sobre las características del proyecto a entregar y los conceptos 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuentes de información. ● Internet. ● Equipo de cómputo. ● Cámara. 	10 horas

		<p>vinculados con postproducción de contenidos audiovisuales.</p> <ol style="list-style-type: none"> Integra su equipo de trabajo. Retoma la práctica «Diseño de identidad gráfica», desarrollado anteriormente. Desarrolla la práctica de postproducción de contenidos audiovisuales de acuerdo a las indicaciones docentes. Publica el contenido en una plataforma digital <i>on line</i>. Entrega el proyecto tomando en cuenta las condiciones y tiempos previamente establecidos. 	<ul style="list-style-type: none"> <i>Software</i> para post producción. 	
11	Portafolio de evidencias	<ol style="list-style-type: none"> Atiende las recomendaciones del docente sobre las características del proyecto a entregar. Redacte una reflexión breve sobre la importancia en la importancia de la postproducción audiovisual para el profesional en comunicación. Integrar un documento con la reflexión y sus prácticas de taller. Entrega el proyecto tomando en cuenta las condiciones y tiempos previamente establecidos. 	<ul style="list-style-type: none"> Fuentes de información. Internet. Equipo de cómputo. Cámara. <i>Software</i> para producción de textos. 	4 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Proporciona recursos bibliográficos sobre postproducción audiovisual
- Explica temáticas a través de la técnica expositiva
- Proporciona y analiza materiales con el grupo
- Diseña y aplica evaluaciones
- Organiza reflexiones grupales sobre postproducción audiovisual
- Propicia la participación activa del estudiante
- Capacita en el uso de herramientas digitales para la postproducción audiovisual

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Consulta recursos bibliográficos sobre postproducción audiovisual
- Participa en reflexiones grupales sobre materiales audiovisuales con el grupo
- Participa activamente en clase
- Se integra en equipos para realizar las prácticas de taller
- Aplica herramientas digitales para la postproducción audiovisual
- Realiza las prácticas correspondientes
- Atiende instrucciones del docente

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Exposición ante grupo.....	10%
- Diseño de identidad gráfica.....	15 %
- Prácticas de postproducción en taller.....	25 %
- Post producción de contenido audiovisual.....	20%
- Portafolio de evidencias.....	30%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Arundale, S., y Trieu, T. (2014). <i>Modern Post: Workflows and Techniques for Digital Filmmakers</i>. Londres, Reino Unido: Routledge. [clásica]</p> <p>Avarese, J., y Landau, D. (2017). <i>Post Sound Design: The Art and Craft of Audio Post Production for the Moving Image</i>. Nueva York, Estados Unidos: Bloomsbury Academic.</p> <p>Bowen, C. J ., y Thompson, R. (2019). <i>Grammar of the Edit</i> (4ª ed.). Londres, Reino Unido: Routledge.</p> <p>Clark, B., Spohr, S., y Higginbotham, D. (2019). <i>The Guide to Managing Postproduction for Film, TV, and Digital Distribution: Managing the Process</i> (3ª ed.). Londres, Reino Unido: Routledge.</p> <p>Coleman, L., y Friedberg, D. (2010). <i>Make the Cut: A Guide to Becoming a Successful Assistant Editor in Film and TV</i>. Londres, Reino Unido: Routledge. [clásica]</p> <p>Haine, C. (2019). <i>Color Grading 101: Getting Started Color Grading for Editors, Cinematographers, Directors, and Aspiring Colorists</i> . Londres, Reino Unido: Routledge.</p> <p>Murch, W. (2001). <i>In the Blink of an Eye: A Perspective on Film Editing</i> (2ª ed.). West Hollywood, Estados Unidos: Silman-James Press. [clásica]</p> <p>Scott-James, K. (2018). <i>Sound Design for Moving Image: From Concept to Realization</i> (4ª ed.). Nueva York, Estados Unidos: Bloomsbury Academic.</p>	<p>Adobe Creative Team, y Jago, M. (2018). <i>Adobe Audition CC Classroom in a Book</i> (2ª ed). San Francisco, Estados Unidos: Adobe Press.</p> <p>Aizawa, K., Kodama, K., y Kubota, A. (2000). Producing object-based special effects by fusing multiple differently focused images. <i>IEEE transactions on circuits and systems for video technology</i>, 10(2), 323-330.[clásica]</p> <p>Fridsma, L., y Gyncild, B. (2020). <i>Adobe After Effects Classroom in a Book</i>. San Francisco, Estados Unidos: Adobe Press.</p> <p>Jago, J. (2020). <i>Adobe Premiere Pro Classroom in a Book</i>. San Francisco, Estados Unidos: Macromedia Press.</p> <p>Trottier, D. (2019). <i>The Screenwriter's Bible, A Complete Guide to Writing, Formatting, and Selling Your Script</i> (7ª ed.). West Hollywood, Estados Unidos: Silman-James Press.</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El profesional que imparta la unidad de aprendizaje de Taller de Postproducción Audiovisual, debe tener Licenciatura en Ciencias de la Comunicación o área afín con al menos dos años de experiencia docente, preferentemente contar con experiencia en producción mediática, dominio de elementos del lenguaje audiovisual, formatos y estética de la imagen así como la capacidad para el desarrollo de proyectos con recursos limitados. Debe conocer las nuevas plataformas y entornos digitales para la difusión de contenidos audiovisuales, además de estar constantemente actualizado en temas referentes a los nuevos programas de edición. Además ser proactivo, analítico, empático y que fomente el trabajo en equipo.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Producción Audiovisual de Contenidos Educativos y Culturales
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Concepción Baxin Melgoza
Joaquín Chávez Espinosa

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Producción Audiovisual de Contenidos Educativos y Culturales, tiene como finalidad que el alumno sea capaz de crear contenidos educativos y culturales en diferentes plataformas y formatos que repercutan en su proceso educativo y contribuyan a la calidad de vida, al conocimiento de la cultura. Así mismo, obtendrá las herramientas teórico-prácticas para dominar los aspectos formales en la realización de contenidos con un enfoque educativo y cultural.

Esta unidad de aprendizaje se encuentra en la etapa terminal del plan de estudios del programa educativo de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, es de carácter optativo, no precisa requisitos previos para cursarla, sin embargo, se recomienda haber acreditado Realización de Contenidos Audiovisuales y pertenece al área de conocimiento de Ecosistema Mediático.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Producir contenidos audiovisuales, para divulgar, educar y sensibilizar, a partir de los principios contemporáneos de la televisión educativa y los medios sociodigitales, con creatividad y responsabilidad social.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Portafolio de evidencias de producción audiovisual dirigido a diferentes públicos, que contenga: 1) contenidos educativos; y 2) realización de producciones de divulgación de la ciencia y la cultura.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Programas educativos, antecedentes y propósito

Competencia:

Analizar la historia y los antecedentes de la televisión educativa y cultural, así como los programas educativos, a través de la revisión de fuentes bibliográficas y contenidos audiovisuales, para proponer contenidos educativos pertinentes a las necesidades sociales contemporáneas, con responsabilidad y pensamiento crítico.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 1.1. Historia de la televisión educativa y para la educación
 - 1.1.1. Educación a distancia
 - 1.1.2. Televisión comunitaria
 - 1.1.3. Televisión pública
- 1.2. Inicios y antecedentes de la televisión cultural
- 1.3. Programas educativos, divulgar, sensibilizar y educar

UNIDAD II. Medios y plataformas de contenidos educativos y de divulgación

Competencia:

Distinguir los tipos de aproximación de contenidos de la televisión cultural y educativa, a través de la revisión de plataformas y canales con distintas ópticas sociales y culturales, para valorar las diferentes perspectivas del cómo se construye la narrativa acorde al público meta, con una actitud abierta, empática y con responsabilidad social.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 2.1. BBC, TVE, NBC, PBS, Televisión Iberoamericana
- 2.2. Canal 11, IPN Instituto Politécnico Nacional, Canal 22, Tv UNAM
- 2.3. Red-EDUSAT, Aprende TV, ILCE, Capacita Tv
- 2.4. Plataformas web, canales independientes
- 2.5. Medios sociodigitales

UNIDAD III. Contenido, diseño y definición de proyecto

Competencia:

Producir contenido educativo con enfoque pedagógico y cultural, a partir del diseño de una propuesta, tomando en cuenta a la audiencia meta, para fortalecer su proceso de aprendizaje y coadyuvar en el desarrollo cultural de la sociedad, con empatía, creatividad y compromiso social.

Contenido:**Duración:** 10 horas

- 3.1. Diseño y contenido con enfoque pedagógico y cultural
- 3.2. Definición y delimitación de proyecto
- 3.3. Investigación, proceso de adaptación
- 3.3. Guión de televisión educativa y cultural
- 3.4. Diseño audiovisual, recursos y tratamiento
- 3.5. Audiencia
- 3.6. Desarrollo de proyecto

UNIDAD IV. Narrativas, géneros y formatos

Competencia:

Diferenciar los géneros y formatos para la realización de contenidos educativos y culturales, a través de la revisión de producciones que muestren las características de los tipos de contenidos, con el fin de adaptar producciones acordes a la audiencia meta, con empatía y creatividad.

Contenido:

- 4.1. Narrativa
- 4.2. Formatos y géneros
- 4.3. Documental
- 4.4. Producciones infantiles
- 4.5. Géneros híbridos

Duración: 4 horas

UNIDAD V. Producción de contenidos educativos y culturales

Competencia:

Producir contenidos educativos y culturales, a través de las etapas de producción y postproducción, para su pertinente difusión y distribución, con responsabilidad y compromiso.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 5.1. Grabación en estudio y locaciones
- 5.2. Trabajo en campo, el registro a partir de fuentes orales y documentales
- 5.3. Recursos multimedia para la creación de contenidos
- 5.4. Postproducción

UNIDAD VI. Producción piloto y su evaluación// Evaluación de producción educativa

Competencia:

Evaluar la pertinencia y eficacia del contenido educativo con respecto a una audiencia determinada, a partir de los criterios establecidos por el formato, género y las características de la audiencia meta, para realizar una propuesta acorde a los objetivos planteados, con honestidad y una actitud autocrítica.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 6.1. Evaluación y retroalimentación
- 6.2. Recursos y medios de transmisión: Difusión interna, televisoras, plataformas web.
- 6.3. Usuarios y audiencias, la importancia de su medición y evaluación.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Realización de línea del tiempo	<p>1. De manera individual indaga en diversas fuentes la historia y los antecedentes de la Televisión Educativa.</p> <p>2. Realiza una línea del tiempo interactiva con la información obtenida, en formato digital, agregando imágenes y referentes de producciones televisivas, siguiendo las normas APA vigentes.</p> <p>3. Presenta al grupo por medio de un proyector y recibir retroalimentación del docente y del resto del grupo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuentes bibliográficas físicas y digitales ● Revisión de contenidos televisivos ● Equipo de cómputo ● Aplicaciones y herramientas digitales ● Proyector 	2 horas
UNIDAD III				
2	Producción audiovisual educativa de divulgación	<p>1. En equipos identifica una temática con enfoque pedagógico para su adaptación a través de una producción audiovisual educativa (se sugiere cápsula). Dirigida a una audiencia específica</p> <p>2. Realiza una propuesta de diseño y contenido de una producción audiovisual tomando en cuenta las características y necesidades de la audiencia.</p> <p>3. Utiliza el equipo técnico necesario para la producción de contenido audiovisual.</p> <p>4. Utiliza el software necesario</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuentes bibliográficas y digitales ● Internet ● Equipo de cómputo ● Aplicaciones y herramientas digitales ● Cámara de video. micrófono y trípode. ● Software para la posproducción de contenido audiovisual ● Proyector 	6 horas

		<p>para la postproducción de contenido audiovisual de divulgación.</p> <p>5. Presenta al grupo por medio de un proyector el contenido audiovisual y recibir retroalimentación del docente y del resto del grupo.</p> <p>6. Entrega de producción audiovisual en formato digital, después de recibir la retroalimentación adecuada y hacer los ajustes solicitados por parte del docente.</p>		
UNIDAD IV				
3	Producción audiovisual para la educación	<p>1. En equipos identifica una temática para su adaptación a través de una producción audiovisual para la educación (se sugiere cápsula). Dirigida a una audiencia específica</p> <p>2. Realiza una propuesta de diseño y contenido de una producción audiovisual tomando en cuenta las características y necesidades de la audiencia.</p> <p>3. Utiliza el equipo técnico necesario para la producción de contenido audiovisual.</p> <p>4. Utiliza el software necesario para la postproducción de contenido audiovisual de divulgación.</p> <p>5. Presenta al grupo por medio de un proyector el contenido audiovisual y recibir retroalimentación del docente y del</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuentes bibliográficas y digitales ● Internet ● Equipo de cómputo ● Aplicaciones y herramientas digitales ● Cámara de video. micrófono y tripie. ● Software para la postproducción de contenido audiovisual ● Proyector 	6 horas

		<p>resto del grupo.</p> <p>6. Entrega de producción audiovisual en formato digital, después de recibir la retroalimentación adecuada y hacer los ajustes solicitados por parte del docente.</p>		
UNIDAD V				
4	Producción audiovisual de divulgación	<p>1. En equipos identifica una temática cultural para su adaptación a través de una producción audiovisual de divulgación (se sugiere cápsula o reportaje). Dirigida a una audiencia específica</p> <p>2. Realiza una propuesta de diseño y contenido de una producción audiovisual tomando en cuenta las características y de la audiencia.</p> <p>3. Utiliza el equipo técnico necesario para la producción de contenido audiovisual.</p> <p>4. Utiliza el software necesario para la postproducción de contenido audiovisual de divulgación.</p> <p>5. Presenta al grupo por medio de un proyector el contenido audiovisual y recibir retroalimentación del docente y del resto del grupo.</p> <p>6. Entrega de producción audiovisual en formato digital, después de recibir la retroalimentación adecuada y</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuentes orales y documentales ● Fuentes bibliográficas y digitales ● Internet ● Equipo de cómputo ● Aplicaciones y herramientas digitales ● Cámara de video. micrófono y trípode. ● Software para la postproducción de contenido audiovisual ● Proyector 	8 horas

		hacer los ajustes solicitados por parte del docente.		
UNIDAD VI				
5	Producción piloto	<p>1. En equipos identifica una temática para su adaptación a través de una producción audiovisual piloto educativa o cultural (se sugiere híbrido). Dirigida a una audiencia específica</p> <p>2. Realiza una propuesta de diseño y contenido de una producción audiovisual tomando en cuenta las características y necesidades de la audiencia.</p> <p>3. Utiliza el equipo técnico necesario para la producción de contenido audiovisual.</p> <p>4. Utiliza el software necesario para la postproducción de contenido audiovisual de divulgación.</p> <p>5. Presenta al grupo por medio de un proyector el contenido audiovisual y recibir retroalimentación del docente y del resto del grupo.</p> <p>6. Entrega de producción audiovisual en formato digital, después de recibir la retroalimentación adecuada y hacer los ajustes solicitados por parte del docente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Fuentes orales y documentales ● Fuentes bibliográficas y digitales ● Internet ● Equipo de cómputo ● Aplicaciones y herramientas digitales ● Cámara de video. micrófono y trípode. ● Software para la postproducción de contenido audiovisual ● Proyector 	10 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

Técnica expositiva, retroalimentación, ejercicios prácticos, revisión de ejemplos, debates y foros.

Estrategia de aprendizaje (alumno):

Investigación, trabajo en equipo, exposiciones, visitas a campo, resúmenes, cuadros comparativos, participación, reportes de lectura, entrevistas y actividades prácticas.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- 2 Exámenes.....	10%
- Actividades complementarias (revisión de contenidos educativos, exposición, reportes de lectura, etc.).....	25%
- Portafolio de evidencias (producciones audiovisuales educativas y de divulgación).....	65%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Aguaded, J, (1999). <i>Convivir con la televisión. Familia, educación y recepción televisiva</i>. Barcelona: Paidós. [clásica]</p> <p>Cabero, J, (2007). La televisión educativa: aspectos a contemplar para su integración curricular. <i>En Anales de la Universidad Metropolitana</i>, 7(1), 15-68. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/233926356</p> <p>Cazaux, D, (2010). La Comunicación Pública de la ciencia y la tecnología en la sociedad del conocimiento. En <i>Razón y palabra</i>, 65. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/n65/actual/dcasaux.html</p> <p>Cortassa, C. y Polino, C. (2015). Promoting Scientific Culture: A Review of Public Policies in the Ibero-American Countries. <i>Journal of Scientific Temper</i>, 3(3&4), 135-162. http://op.niscair.res.in/index.php/JST/article/view/12207</p> <p>Chávez, A, (2003-2004). Televisión educativa o televisión para aprender, <i>Razón y palabra</i>, 36. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n36/achavez.html.</p> <p>Chiappe, A, (2016). <i>Tendencias sobre contenidos educativos digitales en América Latina</i>. UNESCO, Buenos Aires, Recuperado de: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000245673</p> <p>Fasset, D.L. y Warren J.T. (2010). <i>The SAGE Handbook of Communication and Instruction</i>. California: Sage.</p> <p>Ferrés, J, (2000). <i>Educación en una cultura del espectáculo</i>. Barcelona: Paidós. [clásica]</p>	<p>Bodison S.C. (2015). Sankaré I, Anaya H, Booker-Vaughns J, Miller A, Williams P, et al. Engaging the Community in the Dissemination, Implementation, and Improvement of Health-Related. <i>Re-search</i>, 8(6), 814- 9. Recuperado de https://ascpt.onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/cts.12342</p> <p>Cabero, J, (2001). <i>Tecnología educativa. Diseño y utilización de medios en la enseñanza</i>. Buenos Aires: Paidós. [clásica]</p> <p>León B. (1999). <i>El documental de divulgación científica</i>. Barcelona, España: Paidós Papeles de Comunicación. [clásica]</p> <p>Magaña Patricia, Patiño Ma. de Lourdes (2018). <i>La creación de historias de ciencia. Introducción al periodismo de la ciencia</i>. Sociedad Mexicana para la Divulgación de la Ciencia y la Técnica, A.C. CDMX, México: Somedicyt.</p> <p>Orozco, C. (2018). Diez años de investigación en comunicación pública de la ciencia en y desde América Latina. Un estudio en tres revistas académicas (2008-2017). <i>Journal of Science Communication América Latina</i>, 1(1). https://doi.org/10.22323/3.01010202</p> <p>Ortega R. (2006). <i>La otra televisión. Por qué no tenemos televisión pública</i>. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Análisis, Ediciones y Cultura. [clásica]</p> <p>Saló, G, (2003). <i>¿Qué eso del formato?: cómo nace y se desarrolla un programa de televisión</i>. España: Gedisa. [clásica]</p>

Ferrés, J, (1994). *Vídeo y educación*. Barcelona: Paidós [clásica]

García, A, (2003). *Una televisión para la educación. La utopía Posible*. España: Gedisa. [clásica]

Kelsey, G, (2004). *Escribir para la televisión*. Barcelona: Paidós. [clásica]

Morduchowicz, R, (2010). *Una televisión de calidad para chicos y adolescentes*. Buenos Aires: Paidos. [clásica]

Rincón, O. (2001.), *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. Argentina: La Crujía Ediciones. [clásica]

Rodríguez, A y López, D, (2018) *Metodología para la producción de recursos digitales para el fomento de la educación semipresencial*. Encuentros virtuales, Argentina. Recuperado de: <https://encuentros.virtualeduca.red/storage/ponencias/argentina2018/8yskM43YuRPp5SrZLamclXUBQUZLNlu78e8ekrhe.pdf>

SEP- DGME. (1999). *Pequeños detalles para grandes realizaciones. El proceso de producción de videos y programas educativos*. México. Recuperado de: <http://www.didactica.dgme.sep.gob.mx/htm/asesores/PequenosDETALLES-2004.PDF> [clásica]

Serrano, Ojeda, (2007). *Televisión educativa y audiencias: una aproximación conceptual*, revista electrónica. Tecnología y Comunicación. Educativas. Recuperado de <http://tyce.ilce.edu.mx/autores.asp?id=66#S> [Clásica].

Sierra, F. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación educativa*. Sevilla: Editorial Mad, S.L. [clásica]

Shalom M. Fisch (2004). *Children's Learning from Educational Television: Sesame Street and Beyond*. Estados Unidos: L. Erlbaum [clásica]

Solís Leonor, Magaña Mayra, Muñoz Hernán. (2016). *Manual básico de video para la comunicación y el periodismo de ciencia*. Recuperado de: http://https://www.academia.edu/28514666/Manual_B%C3%A1sico_de_Video_para_la_Comunicaci%C3%B3n_y_el_Periodismo_de_Ciencia

Suárez, J. Wilmer. E. (2005). *La televisión educativa como estrategia metodológica universitaria*. Comunicar. No.25 Huelva, España. Recuperado de: <https://recyt.fecyt.es/index.php/comunicar/article/view/25833> [clásica]

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Producción Audiovisual de Contenidos Educativos y Culturales debe contar con el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación o perfil afín y preferentemente estudios de posgrado en Educación o áreas afines. Experiencia previa deseable en la producción de contenidos educativos y culturales. Experiencia docente y conocimiento en el manejo de equipo técnico y software y/o aplicaciones para la producción y postproducción de contenidos educativos y culturales y de divulgación en diferentes medios y plataformas. Debe ser proactivo, motivar a la creatividad y a la expresión de las ideas con compromiso social mediante el uso de recursos audiovisuales y multimedia.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Producción Editorial
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Armando Gutiérrez Ortega
Nelly Calderón de la Barca Guerrero
Maricela López Ornelas

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 16 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Producción Editorial tiene como finalidad brindar referencias sobre las tendencias, formas y tecnologías de producción de contenido editorial en formato impreso o digital para el desarrollo de proyectos textuales en diversos formatos. Esta unidad de aprendizaje pertenece al área terminal, es de carácter optativo y forma parte del área del conocimiento Ecosistemas Mediáticos de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Producir recursos editoriales, mediante la aplicación de criterios o tendencias de diseño, orden estilístico, distribución armónica y gestión final del producto, para la generación de contenidos impresos o digitales de calidad, con responsabilidad y creatividad.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Proyecto de producción editorial en formato digital para su gestión en línea. Que integre la propuesta y boceto editorial, producción y gestión del recurso en línea en acceso abierto.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. El trabajo editorial

Competencia:

Analizar las funciones y conceptos del trabajo editorial contemporáneo, mediante el estudio de las funciones del productor editorial, las formas mediáticas de difusión de contenido, los sistemas de desarrollo de proyectos editoriales y las tendencias en el diseño, para la comprensión de la producción y gestión de contenidos textuales impresos o digitales, mostrando curiosidad, rigor y orden.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 1.1. Labor editorial
- 1.2. Funciones del editor, corrector de estilo, diseñador gráfico editorial
- 1.3. Relación pública, información, lenguaje: adaptación al medio, comunidad local vs. global, proximidad, novedad, conflicto, respeto por el lenguaje
- 1.4. Relación editor/reportero-escritor: respeto al estilo, destreza para escribir y editar
- 1.5. Tendencias contemporáneas del diseño editorial

UNIDAD II. El proceso de edición

Competencia:

Distinguir los elementos que integran el proceso de edición editorial, a través del estudio de las funciones del estilo, etapas, revisión editorial y edición de contenido, para el desarrollo de propuestas de comunicación textual impresa o digital, mostrando responsabilidad y actitud crítica.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 2.1. El proceso de edición: contenido, organización, lenguaje. “Las tres lecturas”
- 2.2. Manual de estilo
- 2.3. Etapas y clases de revisión
 - 2.3.1. Revisión formal de la propuesta editorial
 - 2.3.2. Cadena de producción editorial
- 2.4. Edición de contenido
 - 2.4.1. Conceptualización de la propuesta editorial
 - 2.4.2. Información del proceso editorial
- 2.5. Derechos de autor

UNIDAD III. Diseño editorial

Competencia:

Utilizar los recursos de producción editorial, mediante la comprensión y uso de técnicas de diseño, ordenamiento por retículas, aplicaciones digitales, para el desarrollo de propuestas de comunicación textual impresa o digital, con actitud responsable, ordenada y creativa.

Contenido:

Duración: 12 horas

- 3.1. Elementos del diseño editorial
 - 3.1.1. Recursos textuales
 - 3.1.2. Recursos gráficos
- 3.2. Reticulado
 - 3.2.1. Elementos de la página
 - 3.2.2. Diseño de retículas
- 3.3. *Software* de producción y gestión digital
 - 3.3.1. InDesign u otras aplicaciones de diseño editorial
 - 3.3.2. Issue u otros sistemas de gestión editorial en línea
- 3.4. Propuesta editorial

UNIDAD IV. Composición de medios impresos

Competencia:

Producir una propuesta editorial, mediante el uso de los recursos de diseño, las características del medio y producto editorial, para el desarrollo de propuestas de comunicación textual, evidenciando una actitud creativa, responsable y ordenada.

Contenido:

Duración: 6 horas

- 4.1. Características y diseño editoriales
 - 4.1.1. Diseño de periódico
 - 4.1.2. Diseño de revista
 - 4.1.3. Diseño de libro
 - 4.1.4. Otros materiales

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Manual de producción editorial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre el desarrollo del proyecto y las funciones del productor editorial, las formas mediáticas de difusión de contenido, los sistemas de desarrollo de proyectos editoriales y las tendencias en el diseño. 2. Investiga documentalmente el tema y las aspectos que habrá de desarrollar en el proyecto. 3. Organiza y redacta sus hallazgos. 4. Diseña un manual de producción editorial. 5. Entrega al docente atendiendo las formas y tiempos establecidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de cómputo. • Internet. • Software de producción textual. 	4 horas
UNIDAD II				
2	Ingeniería inversa de un proyecto editorial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre el desarrollo del proyecto y las funciones del estilo, etapas del proceso de producción y revisión editorial y edición de contenido. 2. Integra el equipo de trabajo con sus compañeros de clase. 3. Recibe la asignación de proyecto por parte del docente. 4. Investiga documentalmente el tema y las aspectos que habrá 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de cómputo. • Internet • Proyecto editorial. • Software de producción textual y diseño de infografías. • Proyector de video. 	4 horas

		<p>de desarrollar en el proyecto.</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Organiza y redacta sus hallazgos. 6. Diseña una presentación en slideshow. 7. Presenta antes sus compañeros. 8. Entrega al docente atendiendo las formas y tiempos establecidos. 		
UNIDAD III				
3	Prácticas en software de producción editorial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre el desarrollo del proyecto. 2. Recibe instrucción en el uso de aplicaciones digitales para el diseño editorial. 3. Desarrolla las prácticas correspondientes. 4. Presenta las evidencias de sus prácticas al docente, atendiendo las formas y los tiempos establecidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de cómputo. • Scanner o tablet gráfica. • Internet • Software de producción textual y diseño editorial. 	12 horas
4	Propuesta y boceto editorial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre el desarrollo del proyecto y técnicas de diseño, el ordenamiento por retículas, aplicaciones digitales y propuesta. 2. Integra el equipo de trabajo con sus compañeros de clase. 3. Investiga documentalmente el tema y las aspectos que habrá de desarrollar en el proyecto. 4. Organiza, redacta y bocetea su propuesta. 5. Entrega al docente atendiendo 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de cómputo. • Scanner o tablet gráfica. • Internet • Software de producción textual y diseño editorial. 	4 horas

		las formas y tiempos establecidos.		
UNIDAD IV				
5	Producción y gestión de propuesta editorial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre el desarrollo del proyecto y los recursos de diseño, las características del medio y los productos editoriales. 2. Integra el equipo de trabajo con sus compañeros de clase. 3. Investiga documentalmente el tema y aspectos que habrá de desarrollar en el proyecto. 4. Produce su propuesta editorial. 5. Gestiona la propuesta editorial mediante una plataforma en línea. 6. Entrega al docente atendiendo las formas y tiempos establecidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de cómputo. • Internet • Software de producción textual y diseño editorial. • Plataforma de gestión de contenidos editoriales. 	6 horas
6	Portafolio de evidencias	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente sobre el desarrollo del proyecto. 2. Integra las evidencias de sus proyectos realizados en clase. 3. Redacta una reflexión breve sobre la importancia de la producción editorial en el ejercicio profesional del egresado en ciencias de la comunicación. 4. Integra el documento. 5. Entrega al docente atendiendo las formas y tiempos establecidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de cómputo. • Scanner o tablet gráfica. • Internet • Software de producción textual y diseño editorial. 	2 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Proporciona recursos bibliográficos sobre el análisis e interpretación de datos comunicativos en medios digitales.
- Explica temáticas a través de la técnica expositiva.
- Proporciona y analiza casos de estudio con el grupo.
- Diseña y aplica evaluaciones.
- Organiza reflexiones grupales sobre los análisis de datos comunicativos.
- Propicia la participación activa del estudiante.
- Muestra el uso de herramientas digitales para el análisis e interpretación de información.

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Consulta recursos bibliográficos sobre análisis e interpretación de datos comunicativos en medios digitales.
- Participa en reflexiones grupales sobre estudios de caso.
- Participa activamente en clase.
- Se integra en equipos para realizar análisis opiniones, reacciones e interacciones de usuarios.
- Aplica herramientas digitales para el análisis e interpretación de información.
- Realiza reportes de análisis.
- Atiende instrucciones del docente.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Propuesta de manual editorial	05%
- Proyecto de ingeniería inversa	05%
- Prácticas con software.....	20%
- Propuesta y boceto editorial.....	15%
- Producción y gestión de proyecto editorial.....	30%
- Reflexión final y portafolio de evidencias.....	25%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Apfelbaun, S., y Cezzar, J. (2014). <i>Designing the Editorial Experience</i>. Beverly, Estados Unidos: Rockport Publishers. [clásica]</p> <p>Caldwell, C., y Zappaterra, Y. (2014). <i>Editorial Design: Digital and Print</i> (2^{da} ed.). Londres, Reino Unido: Laurence King. [clásica]</p> <p>De Buen, J. (2015). <i>Manual de diseño editorial</i> (4^a ed.). México: Santillana. [clásica]</p> <p>Errea, J. (2017). <i>Visual Journalism: Infographics from the World's Best Newsrooms and Designers</i>. Berlín, Alemania: Gestalten.</p> <p>Errea, J. (2018). <i>Newspaper Design: Editorial Design from the World's Best Newsrooms</i>. Berlín, Alemania: Gestalten.</p> <p>Etchetto, M. E. (2017). Publicar con calidad editorial: Cuatro pilares de la producción de un libro. Edición independiente.</p> <p>Franchi, F. (2013). <i>Designing News: Changing the World of Editorial Design and Information Graphics</i>. Berlín, Alemania: Gestalten. [clásica]</p> <p>Franchi, F., y Rocca, C. (2016). <i>The Intelligent Lifestyle Magazine: Smart Editorial Design, Storytelling and Journalism</i>. Berlín, Alemania: Gestalten.</p> <p>Gordon, J. (2018). <i>Learn Adobe Indesign CC for Print and Digital Media Publication: Adobe Certified Associate Exam Preparation</i>. San Francisco, Estados Unidos: Peachpit Press.</p>	<p>Briggs, A., y Peter B. (2006). <i>De Gutenberg a Internet</i>. México: Taurus. [clásica]</p> <p>Grijelmo, A. (2019). <i>Propuesta de acuerdo sobre el lenguaje inclusivo</i>. México: Santillana.</p> <p>Liberatore, G., Aparicio, A., & Banzato, G. (2017). <i>Manual de gestión editorial de revistas científicas de ciencias sociales y humanas. Buenas prácticas y criterios de calidad</i>. Buenos Aires, Argentina: Pisac.</p> <p>Lupton, E. (2010). <i>Thinking with type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students</i> (2^{da} ed.). Nueva York, Estados Unidos: Princeton Architectural Press. [clásica]</p> <p>Marín, C. (2019). <i>Manual de periodismo: Edición actualizada</i>. Barcelona, España: Penguin Random House Grupo Editorial.</p> <p>Nafria, I. (2017). <i>La reinención de The New York Times: Cómo la "dama gris" del periodismo se está adaptando (con éxito) a la era de los móviles</i>. Scotts Valley, Estados Unidos: Createspace Independent Publishing Platform.</p> <p>Guerrero Reyes, L. (2016). <i>El Diseño Editorial. Guía para la realización de libros y revistas</i>. Madrid, España: Universidad Complutense. Recuperado de https://eprints.ucm.es/id/eprint/39751/1/TFM%20-%20autor%20Leonardo%20Guerrero%20Reyes.pdf</p> <p>Gómez Rodríguez, G, y Gallo Estrada, M. (2016). El proceso de transición de las revistas académicas: de impreso a digital. Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad, (10), 1-16.</p>

Lewis, A. (2016). *So You Want to Publish a Magazine*. Londres, Reino Unido: Laurence King.

Moser, H. (2011). *Art Directors' Handbook of Professional Magazine Design: Classic Techniques and Inspirational Approaches* (3a. e.). Londres, Reino Unido: Thames & Hudson. [clásica]

Sarmiento, M. P.a (2020). Editorial Diseño Inclusivo. Revista Bitácora Urbano Territorial, 30(2),7-10. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=748/74862683014>

Weiming, H. (2017). *Flipping Pages: Details in Editorial and Page Layout Design*. Berkeley, Estados Unidos: Gingko Press.

doi:<http://dx.doi.org/10.32870/Pk.a6n10.265>

Yunquera Nieto, J. (2015). Tabletas y smartphones. El diseño editorial obligado a adaptarse a los nuevos soportes informativos digitales. *adComunica*, (9), 133-155. <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/140307>

Zavala Ruiz, Roberto (2006). *El libro y sus orillas* (7ª. ed.). México: UNAM.

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta esta unidad de aprendizaje de Producción Editorial debe tener título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación o área afín. Preferentemente con estudios de especialidad en el campo del diseño gráfico o diseño editorial y dominio de los sistemas de producción de contenidos textuales. Con experiencia docente de un año y experiencia laboral en espacios editoriales o periodísticos. Saber articular el ejercicio del diseño editorial con las necesidades y tendencias contemporáneas de estas formas de producción, así como en la gestión de contenidos en medios digitales. Además ser proactivo, analítico, empático y que fomente el trabajo en equipo.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Portafolio de Proyectos de Comunicación
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Graciela Paz Alvarado
Nina Alejandra Martínez Arellano
Edwin Roberto Casillas Burgos

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

Fecha: 18 de diciembre de 2020

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Portafolio de Proyectos de Comunicación le permitirá aplicar los conocimientos teóricos y metodológicos de las ciencias de la comunicación el diseño y construcción de un portafolio de evidencias competitivas para el desarrollo en el campo laboral, de forma responsable, respetuosa, incluyente y con visión global.

La asignatura se imparte en la etapa terminal con carácter optativa pertenece al área de conocimiento Comunicación Integral en las Organizaciones.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Construir el curriculum vitae del comunicólogo, mediante la selección de evidencias prácticas desarrolladas durante su formación, para demostrar sus competencias profesionales, con honestidad, responsabilidad social, actitud ordenada y visión global.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Elabora el portafolio de proyectos de comunicación que integre los siguientes: que integre curriculum vitae y las evidencias prácticas que demuestren las competencias profesionales del perfil de egreso.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Del portafolio de proyectos de comunicación

Competencia:

Analizar la estructura de un portafolio de proyectos de comunicación, mediante la revisión de su tipología y utilidad, con la finalidad de conocer su utilidad en el campo laboral del comunicólogo, con pensamiento crítico, responsable y profesionalismo.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 1.1. Fundamentación del portafolio de proyectos de comunicación
 - 1.1.1. Que es un portafolio profesional
 - 1.1.2. Tipos de portafolio profesional
 - 1.1.3. Utilidad del portafolio profesional
 - 1.1.4. Estructura del portafolio profesional

UNIDAD II. Del currículum vitae

Competencia:

Analizar la estructura del curriculum vitae, mediante la revisión de su tipología y utilidad, con la finalidad de conocer su utilidad en el campo laboral del comunicólogo, con pensamiento crítico, responsable y profesionalismo.

Contenido:**Duración:** 12 horas**2.1. Fundamentos del Currículo Vitae**

2.1.1. Que es un CV

2.1.2. Tipos de CV

2.1.3. Utilidad del CV

2.1.4. Estructura y contenido del CV

UNIDAD III. De la profesionalización

Competencia:

Evidenciar las competencias profesionales del comunicólogo, mediante el análisis de las exigencias del mercado laboral y la selección de las experiencias académicas desarrolladas, para demostrar su competitividad, con honestidad, responsabilidad social y creatividad.

Contenido:**Duración:** 12 horas

- 3.1. Prácticas académicas y profesionales
 - 3.1.1. Experiencia académica
 - 3.1.2. Experiencia profesional
 - 3.1.3. Experiencia académico-profesional
 - 3.1.4. Probatorios de experiencias
 - 3.1.5. Entrevista de trabajo

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Ubicación de experiencia académica	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para recopilar las evidencias prácticas. 2. Realiza búsqueda documental de evidencias de prácticas académico-profesionales. 3. Selecciona un tipo de portafolio y organiza las evidencias recabadas de: servicio social comunitario, servicio social profesional, prácticas profesionales, proyectos de vinculación, voluntariado, adjuntías académicas y de investigación y otras del ámbito profesional. 4. Presenta el portafolio de acuerdo a los criterios establecidos por el docente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliografía • Computadora • Internet • Evidencias prácticas académico-administrativas 	8 horas
UNIDAD II				
2	Curriculum vitae	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para elaborar el curriculum vitae. 2. Realiza búsqueda documental de evidencias de prácticas académico-profesionales. 3. Selecciona un tipo de curriculum vitae y organiza las evidencias recabadas de: servicio social comunitario, servicio social profesional, prácticas profesionales, proyectos de vinculación, voluntariado, adjuntías 	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliografía • Computadora • Internet • Evidencias prácticas académico-administrativas 	6 horas

		académicas y de investigación y otras del ámbito profesional. 4. Presenta el curriculum de acuerdo a los criterios establecidos por el docente.		
UNIDAD III				
3	Análisis de mercado laboral	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para realizar la entrevista de trabajo. 2. Analiza las exigencias del mercado laboral para el comunicólogo. 3. Comparte con el grupo y docente los resultados de investigación en un foro de opinión. 4. Participa en la pláticas de expertos del área de la comunicación. 5. De acuerdo al análisis del mercado laboral y las pláticas de expertos, selecciona un tipo de portafolio de proyectos y servicios y un tipo de curriculum vitae. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliografía • Computadora • Internet • Evidencias prácticas académico-administrativas 	8 horas
4	Entrevista de trabajo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las indicaciones del docente para participar en la actividad del simulador de la entrevista de trabajo. 2. Se presenta en evento de entrevista de trabajo con el portafolio de proyectos de comunicación. 3. Realiza su entrevista. 4. Con la ayuda de expertos y docentes entrevistarán y retroalimentan a los estudiantes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliografía • Computadora • Internet • Evidencias prácticas académico-administrativas 	10 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Proporciona recursos bibliográficos sobre portafolio de proyectos de comunicación
- Presenta ejemplos de portafolios de proyectos de comunicación y curriculum vitae
- Supervisa y dirige prácticas de taller
- Organiza platicas de expertos del área de la comunicación
- Diseña simulador de entrevista profesional
- Revisa, retroalimenta y evalúa tareas, prácticas de taller y portafolio de proyectos de comunicación
- Propicia la participación activa del estudiante

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Busca y analiza recursos bibliográficos sobre portafolio de proyectos de comunicación
- Analiza ejemplos de portafolios de proyectos de comunicación y curriculum vitae proporcionados por el docente
- Realiza prácticas de taller
- Participa platicas de expertos del área de la comunicación
- Participa en el simulador de entrevista profesional
- Elabora tareas, prácticas de taller y portafolio de proyectos de comunicación
- Participa activamente en clase
- Atiende indicaciones del docente

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

-Construcción del CV.....	20%
-Integración de académicas y profesionales.....	10%
-Entrevista	30%
.Portafolio de Troyectos de Comunicacion.....	40%
Total	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Arméndariz, E. (2015). El nuevo perfil del profesional de la Comunicación y las Relaciones Públicas. Una visión desde la perspectiva del Mercado. Revista Internacional de Relaciones Públicas, Vol. V, N° 9, 151-178. Recuperado en file:///C:/Users/Graciela%20Paz/Downloads/Dialnet-EINuevoPerfilDelProfesionalDeLaComunicacionYLasReI-5105848.pdf</p> <p>Chikano (2015). Podcast: Qué es un e-portafolio. Recuperado de http://www.ivoox.com/podcast-es-e-portafolio-audios-mp3_rf_4893925_1.html</p> <p>Jiménez Jonathan. (2015). Guía temática: Portafolios profesionales LDG Elaboració. CETYS Universidad, recuperado en https://www.cetys.mx/biblioteca/archivos/ayn/Portafolios-profesionales.pdf</p> <p>Mora, S. (2015). Para qué portafolio digital en diseño. Recuperado en https://www.youtube.com/watch?v=5Hnso_WdcKA</p> <p>Olivas, O. (2015). 5 características que debe tener tu portafolio de diseño para ser más exitoso. En Merca 2.0 http://www.merca20.com/5-caracteristicas-que-debe-tener-tuportafolio-de-diseno-para-ser-mas-exitoso/</p> <p>Reason why (2012-2015). Como se hace el portafolio del creativo. Recuperado de http://www.reasonwhy.es/reportaje/el-portafolio-del-creativo</p> <p>Roa, R. (2015). Tips para entrevistas de trabajo: Lenguaje</p>	<p>Barragan, A. (2015). Los 10 mejores sitios para encontrar trabajo de diseño gráfico. Recuperado en https://www.merca20.com/10-mejores-sitios-encontrar-trabajo-diseno-grafico/</p> <p>Cantú, J. (2012). Introducción Portafolios Digitales. Recuperado en https://www.slideshare.net/jorgecantul/introduccion-portafolios-digitales</p> <p>MICÓ, J. LL., Masip, P. y Ballano, S. (2012). Criterios de contratación y perfiles profesionales emergentes en los medios. Universidad y empresas informativas en época de crisis en Cataluña. Ámbitos, 21, 281-294.</p> <p>Toro L. Francisco J. (2013). Portafolio de proyectos con Excel y Project. ECOE EDICIONES, Recuperado en https://www.ecoediciones.mx/wp-content/uploads/2015/04/Portafolio-de-proyectos-con-excel-y-project-2013-1ra-edici%C3%B3n.pdf [clásica]</p>

<p>Corporal. Recuperado en https://www.youtube.com/watch?v=yQ5Il-7IGSg</p> <p>Trimble, J. C. (2015). Personal Branding: Do You Have a Brand?. Indiana Lawyer, 26(8), 12. Recuperado de la base de datos EBSCO.</p> <p>UABC Radio. (2015). La importancia del portafolios de diseño. Recuperado de http://suruabc.uabc.mx/podcast/ciencia-tecnologia-e-innovacion/la-importanciadel-portafolios-de-diseno</p>	
---	--

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje Portafolio de Proyectos de Comunicación debe contar con título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación o área afín, con conocimientos teóricos, prácticos y metodológicos en ciencias de la comunicación; preferentemente con estudios de posgrado y mínimo dos años de experiencia docente. Debe ser creativo, facilitador del conocimiento, con experiencia profesional y docente, incluyente, tolerante y dinámico.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Ensenada; Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Tijuana; y Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Ciencias de la Comunicación
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Comunicación y Género
- 5. Clave:**
- 6. HC: 02 HT: 02 HL: 00 HPC: 00 HCL: 00 HE: 02 CR: 06**
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno

Equipo de diseño de PUA

Sheila Delhumeau Rivera
Elsa del Carmen Villegas Morán
Juan Ricardo Padilla Barrios
Irma Daniela Rentería Díaz
Diana Denisse Merchant Ley

Fecha: 18 de diciembre de 2020

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Jesús Antonio Padilla Sánchez
Carolina Jaramillo Zurita
Heidy Anhely Zúñiga Amaya

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la asignatura Comunicación y Género es incorporar de manera crítica la perspectiva de género en la formación profesional para sensibilizar al alumno en materia de desigualdad y violencia contra la mujer y expresiones de la diversidad sexual y evitar la reproducción de asimetrías de roles estereotipados. Su utilidad radica en que le permite al alumno examinar críticamente la perspectiva de género como categoría de análisis transversal en todo proceso comunicativo. Se imparte en etapa terminal con carácter optativo y pertenece al área de conocimiento Vida Pública y Ciudadanía.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Examinar críticamente la perspectiva de género como categoría de análisis transversal en todo proceso comunicativo, identificando las desigualdades y violencia social en razón de género que enfrentan las sociedades actuales en su lucha por el respeto a los derechos humanos, para construir productos y procesos comunicativos incluyentes y disruptivos, con solidaridad, responsabilidad social y respeto a la diversidad.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Ensayo argumentativo-reflexivo de un caso de contenidos mediáticos o interacciones sociales donde a partir del análisis con los contenidos del curso se hagan propuestas para promover la igualdad y erradicación de la violencia por razones de género, con al menos estas características:

- Portada
- Introducción
- Desarrollo donde se refleje la reflexión sobre lo analizado en la unidad de aprendizaje
- Conclusión
- Referencias bibliográficas en estilo APA

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Aproximaciones a la teoría y perspectiva de género

Competencia:

Diferenciar la perspectiva de género de los modos tradicionales en los que la sociedad organiza los roles de género en sentido binario, reconociendo las asimetrías/desigualdades propias del sistema heteropatriarcal, para crear productos comunicativos que promuevan la igualdad entre los géneros, con apertura, respeto y actitud reflexiva.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 1.1. La categoría del género más allá de lo binario
- 1.2. El sistema sexo - género
- 1.3. La irrelevancia del género y el nuevo humanismo
- 1.4. Los estereotipos de los roles de género en los medios de comunicación y redes sociales

UNIDAD II. Principales corrientes en los estudios de género

Competencia:

Analizar las principales corrientes de los estudios de género, a partir de la revisión de las teorías, el contexto y los movimientos sociales que las han generado, para valorar sus aportaciones en la comprensión y transformación de la realidad social, con apertura al diálogo, empatía y responsabilidad.

Contenido:

- 2.1. Feminismos
- 2.2. Nuevas masculinidades
- 2.3. Teoría queer
- 2.4. Transversalización de la perspectiva de género
- 2.5. Interseccionalidad

Duración: 16 horas

UNIDAD III. Problemáticas sociales en torno a la desigualdad de género

Competencia:

Analizar problemáticas sociales relacionadas a la desigualdad de género, a partir de su identificación en los medios de comunicación y en el entorno sociocultural, para reconocer la responsabilidad ética del comunicólogo en el contexto actual, con actitud crítica, propositiva y empática.

Contenido:

- 3.1. Género y Desarrollo
- 3.2. Violencia de género
- 3.3. El tratamiento de la violencia de género en los medios de comunicación
- 3.4. Responsabilidades éticas del comunicólogo en el contexto actual

Duración: 8 horas

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Los estereotipos de los roles de género en los medios de comunicación y redes sociales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del docente en torno a la identificación de estereotipos reproducidos en el contenido mediático y redes sociales. 2. Forma equipos de trabajo. 3. Elige el producto mediático. 4. Propone las categorías de análisis que reflejan estereotipos de género . 5. Elabora el análisis a partir de las categorías de análisis. 6. Entrega el reporte de análisis al docente y lo presenta al grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Software de edición de texto • Software para diseño de presentaciones visuales • Recursos bibliográficos 	4 horas
UNIDAD II				
2	Línea de tiempo de los movimientos sociales de las principales corrientes de los estudios de género	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del docente para la elaboración de la línea de tiempo. 2. Forma equipos de trabajo. 3. Identifica y ubica cronológicamente los movimientos sociales relacionados con las principales corrientes de género. 4. Diseña la línea del tiempo de manera gráfica incluyendo información mínima: fecha, sucesos, actores, imágenes representativas, descripción breve de cada momento, referencias en formato APA. 5. Entrega la línea de tiempo al 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Software de edición de texto • Software para diseño de presentaciones visuales • Recursos bibliográficos 	6 horas

		docente y la presenta al grupo.		
3	Elaboración de un producto comunicativo relacionado con las principales corrientes de los estudios de género.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del docente para la elaboración de un producto comunicativo relacionado con las principales corrientes de los estudios de género. 2. Forma equipos de trabajo. 3. Elige una corriente de los estudios de género sobre la cual realizará el producto comunicativo y los contenidos a plasmar. 4. Elige el producto comunicativo más adecuado para representar el contenido (infografía, podcast, video, póster). 5. Construye producto comunicativo (incluye referencias en APA). 6. Entrega el producto comunicativo al docente y preséntalo al grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Software de edición de texto • Recursos digitales y materiales para elaboración de productos comunicativos 	10 horas
UNIDAD III				
4	Análisis de productos comunicativos y propuesta disruptiva de éstos con perspectiva de género	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del docente para la práctica. 2. Forma equipos de trabajo. 3. Retoma el análisis del producto comunicativo realizado en la Práctica 1. 5. Propone una forma disruptiva de presentar el contenido, con una contranarrativa que refleje la perspectiva de género. 6. Entrega la propuesta al docente y la presenta al grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Software de edición de texto • Recursos digitales y materiales para elaboración de productos comunicativos 	4 horas
5	Investigación sobre un caso de contenidos mediáticos que	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las instrucciones del docente para la actividad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet 	8 horas

	evidencie desigualdad o violencia de género	<p>2. Forma equipos de trabajo.</p> <p>3. Elige un caso de contenidos mediáticos o interacciones sociales que evidencie desigualdad de género.</p> <p>4. Desarrolla un argumento a partir de la bibliografía revisada en el curso.</p> <p>5. Entrega el ensayo argumentativo-reflexivo al docente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Software de edición de texto • Recursos digitales y materiales para elaboración de productos comunicativos 	
--	---	--	---	--

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

Análisis de medios, método de proyectos, técnica expositiva, debates, ejercicios prácticos, foros, selección y proyección de material audiovisual, entre otras.

Estrategia de aprendizaje (alumno):

Investigación documental, análisis de medios y productos comunicativos, trabajo en equipo, exposiciones, organizadores gráficos, ensayos, cuadros comparativos, análisis de material audiovisual, y demás.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Evaluaciones parciales.....	20%
- Tareas.....	15%
- Prácticas de taller.....	40%
- Ensayo argumentativo-reflexivo.....	25%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Baptiste, B. (2007). La (I)relevancia del género en la perspectiva de la posthumanidad. <i>Revista Colombiana de Bioética</i>, 2, 267-281.</p> <p>Butler, J. (1999). <i>El género en disputa</i>. España: Paidós. http://www.mnba.cl/617/articles-8672_archivo_01.pdf [clásica]</p> <p>De Beauvoir, S. (1995). <i>El segundo sexo</i>. Buenos Aires: Siglo Veinte. [clásica]</p> <p>Carranza, T. (2009). <i>Tejiendo igualdad. Manual de transversalización de la perspectiva de género</i>. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. México, D.F. [clásica]</p> <p>Cerqueira, C., Cabecinhas, R. y Magalhães, S.I. (2016). <i>Gender in focus: (new) trends in media</i>. Portugal: CECS Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.</p> <p>Dye, M., Milin, P., Futrell, R. & Ramscar, M. (2017). Alternative Solutions to a Language Design Problem: The Role of Adjectives and Gender Marking in Efficient Communication. <i>Topics. Topics in cognitive science</i>. (10), 209–224. https://doi.org/10.1111/tops.12316</p> <p>Hasan, V. F., & Gil, A. S. (2016). La comunicación con enfoque de género, herramienta teórica y acción política. Medios, agenda feminista y prácticas comunicacionales. El caso de Argentina. <i>La ventana. Revista de estudios de género</i>, 5(43), 246-280. Recuperado en 14 de diciembre de 2020, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-94362016000100246&lng=es&tlng=es.</p>	<p>Blosser, E. (2018). Examining how scientists ‘do’ gender: An analysis of the representations of hegemonic masculinity and emphasized femininity on The Big Bang Theory. <i>Journal of Science & Popular Culture</i>. 1 (2), 137-153. Publisher: Intellect. Recuperado de: https://doi.org/10.1386/jspc.1.2.137_1</p> <p>Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2003). Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación. Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. México, D.F.</p> <p>Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2007). Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia. Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. México, D.F.</p> <p>Monárrez, J. (2009). <i>Trama de una injusticia. Femicidio serial sistémico en Ciudad Juárez</i>. México: COLEF. [clásica]</p> <p>Vega, A. (2019). Violencia contra mujeres periodistas. <i>Revista Interdisciplina</i>, Vol. 7 (17), 57-67. Ciudad de México: UNAM. Recuperado de: http://dx.doi.org/10.22201/ceiich.24485705e.2019.17.67535</p>

Lagarde, M. (1990). *Los cautiverios de las mujeres*. México: UNAM. [clásica]

Lamas, M. (1997). La perspectiva de género. En: *Taller Interdisciplinario sobre Género y Derechos Humanos*. México, D.F.: Comisión Nacional de Derechos Humanos. [clásica]

Lovera, S. (2007). Comunicación y género. *Comunicación e ciudadanía*. 1, 19-24. [clásica]

Mattio, E. (2012). ¿De qué hablamos cuando hablamos de género? Una introducción conceptual. En Morn Fandes, J. y otros (comp.). *Reflexiones en torno a los derechos sexuales y reproductivos*. Córdoba: Ciencia, Derecho y Sociedad Editorial. [clásica]

Núñez, G. (2007). *Masculinidad e intimidad*. México: Porrúa. [clásica]

Pando, M., Martín, A. (2014). Gender(ed) matters in communication/media studies: integrating curricular innovation and social change in the spanish model. *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 50, 39-53. DOI: <http://dx.doi.org/10.7238/a.v0i50.2249>

Rodríguez, M.P., Cucklanz, L. (2014). Gender dimension in media and communication studies: main concepts and illustrations in mass mediated texts. *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 50, 27-38. DOI <http://dx.doi.org/10.7238/a.v0i50.2250>

Vega, A. (2020). Global alliance on media and gender. The international encyclopedia of gender, media and communication. Recuperado de <https://doi.org/10.1002/9781119429128.iegmc073>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Comunicación y Género debe contar con título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación o área afín, con conocimientos en perspectiva de género; preferentemente con estudios de posgrado y tres años de experiencia docente, se recomienda que en su experiencia haya realizado investigación académica en estudios de género. Asimismo, deberá ser una persona responsable, crítica, proactiva y comprometida con el aprendizaje de los estudiantes

9.4. Anexo 3. Estudio de evaluación externa e interna del programa educativo

**Estudio de fundamentación para la
modificación del programa educativo licenciado
en ciencias de la comunicación**

Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales; Facultad de
Ciencias Humanas; y Facultad de Humanidades y Ciencias
Sociales

Junio de 2020

Índice

Introducción	997
1. Evaluación Externa Del Programa Educativo	999
1.1. Análisis de necesidades sociales	999
1.1.1. Características del contexto regional, nacional e internacional en el que se inscribe el programa educativo.	999
1.1.2. Necesidades y problemáticas sociales y cuáles de éstas atenderá o atiende el programa educativo y sus egresados.	1001
1.1.3. Prospectiva de las necesidades y problemáticas sociales que atenderá o atiende el programa educativo y los egresados.	1007
1.2. Análisis del mercado laboral.....	1010
1.2.1. Estudio documental para el análisis del mercado laboral.....	1011
1.2.1.1. Resultados del estudio documental.	1011
1.2.1.1.1. Mercado laboral actual.....	1012
1.2.1.1.2. Mercado laboral en los próximos 10-15 años.....	1017
1.2.1.1.3. Evolución del mercado laboral.	1018
1.2.2. Estudio empírico para el análisis del mercado laboral.....	1021
1.2.2.1. Estudio empírico en empleadores.....	1022
1.2.2.1.1. Resultados del estudio empírico en empleadores.....	1025
1.2.2.2. Estudio empírico de egresados.....	1032
1.2.2.2.1. Resultados del estudio empírico sobre mercado laboral en opinión de los egresados.	1033
1.2.3. Conclusiones del estudio empírico en empleadores y egresados.	1038
1.2.3.1. Necesidades y problemáticas del mercado laboral (empresas, organizaciones e instituciones) que atenderá o atiende el programa educativo, particularmente los egresados del programa.	1038
1.2.3.2. Campo profesional actual y futuro que atenderá o atiende el egresado del programa educativo.	1039
1.2.3.3. Mercado laboral actual y futuro donde se insertará el egresado del nuevo programa educativo.	1041
1.2.3.4. Desempeño de los egresados de acuerdo con la opinión de los empleadores, en cuanto a conocimientos, habilidades, actitudes y valores.	1041
1.2.3.5. Perfil profesional del egresado de acuerdo a las expectativas y requerimientos del mercado laboral.....	1041
1.2.3.6. Oportunidades de mejora que tiene el programa con base en la opinión de empleadores.	1042
1.2.4. Conclusiones sobre el análisis del mercado laboral.....	1042
1.3. Estudio de egresados.....	1043
1.3.1. Resultados del estudio de egresados.	1046
1.3.1.1. Situación sociodemográfica, formación, desarrollo profesional, ejercicio profesional.....	1046
1.3.1.2. Problemáticas en la formación del comunicólogo en el mercado laboral.	1051
1.3.1.3. Elementos de formación que requiere el egresado para mejorar su desempeño laboral.	1054
1.3.1.4. Conocimientos, habilidades, actitudes y valores requeridas para su desempeño laboral.	1057
1.3.1.5. Actitudes y valores que los egresados identifican.	1061
1.3.1.6. Aspectos de la comunicación que los egresados consideran están emergiendo como opción profesional, con base en su experiencia profesional.	1062

1.3.2. Conclusiones sobre el estudio de egresados.....	1063
1.4. Análisis de oferta y demanda	1065
1.4.2. Resultados del ejercicio.....	1066
1.4.2.1. Oferta de programas educativos iguales o afines a nivel nacional y estatal.....	1066
1.4.2.2. Matrícula de los programas educativos iguales o afines y su comportamiento en los últimos cinco años.	1071
1.4.2.3. Demanda vocacional a nivel estatal para cursar el programa educativo.....	1072
1.4.2.4. Relación entre oferta de los programas educativos afines o iguales y demanda vocacional para cursar el programa.	1075
1.4.2.5. Características de los alumnos potenciales a ingresar al programa educativo.....	1077
1.4.3. Conclusiones del análisis de oferta y demanda del programa educativo.....	1077
1.5. Estudio de referentes	1079
1.5.1. Análisis de la profesión y su prospectiva.	1079
1.5.1.1. Resultados del ejercicio.	1080
1.5.1.1.1. Entorno de la profesión del programa educativo.	1080
1.5.1.1.2. Avance científico y tecnológico de la profesión.	1087
1.5.1.1.3. Campos de acción a nivel nacional e internacional de la profesión.	1089
1.5.1.1.4. Prácticas de la profesión.....	1090
1.5.1.1.5. Profesiones afines con las que comparte su ejercicio la profesión del programa educativo.	1090
1.5.1.1.6. Evolución de la profesión en el contexto nacional e internacional.	1091
1.5.1.1.7. Prospectiva de la profesión en el contexto nacional e internacional.....	1092
1.5.2. Conclusiones del análisis de la profesión y su prospectiva.....	1095
1.5.3. Análisis comparativo de programas educativos.	1095
1.5.3.1. Resultados de PES de Comunicación nacionales.....	1097
1.5.3.2. Resultados de los PES de Comunicación a nivel internacional.	1102
1.5.3.2. Conclusiones sobre análisis comparativo de programas educativos.	1106
1.5.4. Análisis de organismos nacionales e internacionales.	1107
1.5.4.1. Organismos nacionales.	1108
1.5.4.2. Organismos internacionales.....	1114
1.5.4.3. Conclusión del análisis de organismos nacionales e internacionales.	1115
2. Evaluación interna del programa.....	1116
2.2. Evaluación de fundamentos y condiciones de operación del programa educativo.....	1116
2.2.1. Resultados.	1118
2.2.1.1. Misión y visión del programa educativo.....	1118
2.2.1.1.1. Cumplimiento de los propósitos, misión y visión del programa de estudios.....	1120
2.2.1.1.2. Acciones de las coordinaciones para promoción de misión y visión.....	1121
2.2.1.2. Perfil de ingreso.....	1122
2.2.1.3. Perfil de egreso.....	1123
2.2.1.3.1. Pertinencia del perfil de egreso.....	1124
2.2.1.4. Condiciones generales de operación del programa educativo. .	1124
2.2.1.4.1. Evolución de la matrícula.....	1125
2.2.1.5. Presupuesto / recursos del programa educativo.	1127

2.2.1.6. Estructura organizacional para operar el programa educativo. .	1130
2.2.1.7. Conclusiones de la evaluación de fundamentos y condiciones de operación del programa educativo.....	1136
2.2.2. Evaluación del currículo.....	1137
2.2.2.1. Resultados.....	1140
2.2.2.1.1. Modelo educativo y plan de estudios.	1140
2.2.2.1.2. Mapa curricular.	1144
2.2.2.1.3. Alumnos.....	1146
2.2.2.1.4. Profesores.	1147
2.2.2.1.5. Programas de unidades de aprendizaje.....	1149
2.2.2.1.6. Bibliografía.....	1150
2.2.2.1.7. Enseñanza del segundo idioma.	1151
2.2.2.2. Tecnología educativa y de la información para el aprendizaje ..	1153
2.2.2.2.1. Suficiencia, funcionalidad y actualización de la infraestructura y el equipamiento tecnológico para apoyar las actividades académicas.	1153
2.2.2.2.2. Suficiencia y efectividad en el uso de las TIC por parte de los profesores y los estudiantes.	1154
2.2.2.2.3. Actividades para la formación integral.....	1155
2.2.2.3. Conclusiones a la evaluación del currículo.	1157
2.2.3.1. Resultados de la evaluación del tránsito de los estudiantes.....	1159
2.2.3.1.1. Proceso de ingreso al programa educativo.	1159
2.2.3.2. Indicadores de trayectoria escolar.	1164
2.2.3.2.1. Control del desempeño de los estudiantes dentro del programa.	1164
2.2.3.3. Eficiencia terminal.....	1168
2.2.3.3. Eficiencia en la titulación u obtención de grado (tabla 34).....	1171
2.2.3.5. Participación de los estudiantes en programas de apoyo. Programas de asesoría académica, regularización y acciones de nivelación a los estudiantes.	1173
2.2.3.6. Movilidad e intercambio de estudiantes.	1178
2.2.3.7. Servicios de tutoría.	1181
2.2.3.8. Servicios de orientación educativa y psicopedagógica de apoyo al estudiante.....	1182
2.2.3.9. Prácticas profesionales, estancias y visitas en los diversos sectores.	1182
2.2.3.10. Servicio social.....	1185
2.2.3.11. Resultados de los estudiantes.	1187
2.2.3.12. Participación de estudiantes en concursos, competencias, exhibiciones y presentaciones nacionales e internacionales.	1190
2.2.3.13. Cumplimiento del perfil de egreso.....	1191
2.2.3.14. Conclusiones de la evaluación del tránsito de los estudiantes.	1193
2.2.4. Evaluación del personal académico, infraestructura y servicios.....	1195
2.2.4.1. Resultados.....	1196
2.2.4.1.1. Personal académico.	1196
2.2.4.1.2. Suficiencia del cuerpo docente es para el total de las asignaturas del programa, la matrícula y las actividades encomendadas.	1199
2.2.4.2. Desarrollo disciplinario y habilitación académica.	1200
2.2.4.2.1. Oportunidades de desarrollo disciplinario que ofrece la Unidad Académica a su planta docente.....	1200
2.2.4.2.2. Participación de los docentes en el Programa Flexible de Formación y Desarrollo Docente (PFFDD), respecto a la habilitación didáctica en términos de los resultados obtenidos.....	1201
2.2.4.3. Producción académica para el programa.....	1201

2.2.4.4. Aprovechamiento de los materiales de apoyo formales (libros, apuntes, artículos, antologías, problemarios, —entre otros documentos—) para el mejoramiento del aprendizaje o la difusión del conocimiento.	1203
2.2.4.5. Formas de organización para el trabajo académico.	1203
2.2.4.6. Líneas de generación, aplicación del conocimiento y su transferencia al programa.	1204
2.2.4.6.1. Relación que existe entre las líneas de generación y aplicación del conocimiento, respecto a los programas de unidades de aprendizaje..	1204
2.2.4.6.2. Impacto de la investigación que realizan los profesores y alumnos del programa.	1206
2.2.4.7. Infraestructura académica.	1207
2.2.4.7.1. Aulas y espacios para la docencia y su equipamiento Condiciones actuales de los espacios en los que opera el programa.	1207
2.2.4.7.2. Suficiencia y pertinencia de los espacios académicos.	1209
2.2.4.8. Laboratorios y talleres específicos para la realización de prácticas y su equipamiento.	1212
2.2.4.8.1. Condiciones actuales de los laboratorios, talleres, instalaciones deportivas y artísticas, entre otras. Mejoras que requieren cada uno de ellos.	1212
2.2.4.8.2. Suficiencia y disponibilidad de los insumos para la realización de prácticas (reactivos, material, instrumental, herramientas, —entre otros—) en función de la matrícula de alumnos y la cantidad de prácticas y ejercicios por asignatura.	1215
2.2.4.8.3. Idoneidad y pertinencia del personal encargado de estos espacios.	1217
2.2.4.9. Otras instalaciones fuera de la unidad académica.	1217
2.2.4.10. Biblioteca.	1218
2.2.4.10.1. La disponibilidad del acervo bibliográfico de las bibliotecas.	1218
2.2.4.10.2. El nivel de funcionalidad de la biblioteca.	1220
2.2.4.10.3. Bases de datos y cursos de capacitación de la biblioteca. ...	1220
2.2.4.10.4. Estudiantes con capacidades diferentes en la biblioteca.	1221
2.2.4.10.5. Satisfacción de los servicios de la biblioteca.	1221
2.2.4.10.6. Bases de datos.	1222
2.2.4.11. Espacios destinados para los profesores.	1223
2.2.4.11.1. Cantidad y capacidad de los espacios para reuniones de trabajo docente.	1223
2.2.4.11.2. Condiciones en que se encuentra el equipamiento y los espacios de trabajo asignados de manera unitaria o compartida para docentes del programa.	1224
2.2.4.12. Espacios para eventos académicos y culturales.	1224
2.2.4.12.1. Accesibilidad de los integrantes del programa educativo a estos espacios. Procedimientos de acceso a estos espacios.	1224
2.2.4.13. Infraestructura física.	1225
2.2.4.13.1. Condiciones generales del entorno físico donde se imparte el programa.	1225
2.2.4.13.2. Seguridad de personas y bienes.	1227
2.2.4.13.3. Mejora de seguridad de las personas y bienes.	1228
2.2.4.13.4. Seguridad de personas con discapacidad.	1229
2.2.4.13.5. Áreas deportivas, de recreación y convivencia.	1230
2.2.4.14. Conectividad.	1231
2.2.4.15. Servicios de apoyo.	1232
2.2.4.15.1. Administración escolar.	1232
2.2.4.15.2. Titulación.	1232
2.2.4.16. Servicios estudiantes.	1233
2.2.4.17. Becas estudiantiles.	1234

2.2.4.17.1. Los indicadores básicos para el otorgamiento de estas becas	1234
2.2.4.17.2. Suficiencia de las becas en relación con la matrícula.	1234
2.2.4.18. Tránsito a la vida profesional.	1235
2.2.4.19. Conclusiones de la evaluación del personal académico, infraestructura y servicios.	1237
3. Conclusiones generales del estudio de evaluación externa e interna del programa educativo.....	1240
Referencias.....	1244
Anexo 1.....	1251
Anexo 2.....	1255
Anexo 3.....	1257
Anexo 4.....	1259
Anexo 5.....	1261
Anexo 6.....	1263
Anexo 7.....	1265
Anexo 8.....	1266
Anexo 9.....	1267

Introducción

El presente documento muestra los resultados de la evaluación efectuada al plan de estudios de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, plan de estudios 2011-2, que se imparte en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, campus Ensenada, la Facultad de Ciencias Humanas, campus Mexicali, y la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, campus Tijuana.

El estudio se llevó a cabo siguiendo los procedimientos propuestos en la Metodología de los Estudios de Fundamentación para la Creación, Modificación o Actualización de Programas Educativos de Licenciatura, elaborado por la Universidad Autónoma de Baja California (2018). Esta metodología propone organizar la indagatoria en torno a elementos del contexto externo y las condiciones institucionales que sustentan al programa educativo. A grandes rasgos el documento se organiza en la evaluación de las condiciones externas e internas del programa educativo.

La evaluación externa se concentró en dos aspectos:

1. Pertinencia social del programa educativo, en el que se analizan las necesidades sociales en el contexto local, regional, nacional e internacional; el mercado laboral; la opinión de los egresado; y el análisis de la oferta y demanda de programas equivalentes o afines.

2. El estudio de referentes, en el que se analiza la profesión y su prospectiva; las prácticas de programas educativos en ciencias de la comunicación o disciplinas afines; así como los postulados de organismos nacionales e internacionales que emiten recomendaciones para la mejora de las prácticas educativas en la profesión.

La evaluación interna se concentra en revisar cuatro aspectos:

1. La evaluación de los fundamentos y condiciones de operación del programa educativo, analizando los propósitos del programa, misión y visión y sus condiciones generales de operación.

2. La evaluación del currículo, donde se revisó, tanto la congruencia del modelo educativo con el plan de estudios, como las actividades para la formación integral de los estudiantes.

3. La evaluación del tránsito de los estudiantes por el programa educativo, donde se analizan los resultados del proceso de ingreso al programa educativo, los indicadores de trayectoria escolar, la participación de los estudiantes en programas de apoyo y los resultados de los estudiantes en el programa educativo.

4. La evaluación del personal académico, infraestructura y servicios, en donde se revisan los resultados del personal académico, la infraestructura física donde se desarrollan las prácticas educativas, así como los servicios de apoyo que se ofrecen a los estudiantes del programa.

1. Evaluación Externa Del Programa Educativo

1.1. Análisis de necesidades sociales

El objetivo del presente ejercicio es identificar las características del contexto regional, nacional e internacional en el que se inscribe el programa de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; las necesidades y problemáticas sociales, así como la prospectiva de las necesidades y problemáticas sociales que atiende o serán atendidas.

El abordaje de las características del contexto regional, nacional e internacional en el que se inscribe el programa de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; las necesidades y problemáticas sociales, así como la prospectiva de las necesidades y problemáticas sociales que atiende o serán atendidas; se realizó mediante análisis documental de diferentes fuentes estatales, nacionales e internacionales.

1.1.1. Características del contexto regional, nacional e internacional en el que se inscribe el programa educativo.

En el ámbito social, México ha sido afectado en los últimos diez años debido a diferentes factores, uno de ellos “por la crisis financiera mundial de 2008 que redujo el poder adquisitivo de los hogares” (CONEVAL, 2018, p.15) , lo que ha generado dificultades en el desarrollo humano de las familias, prevalecientes hasta la fecha.

El Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social en su Informe de Evaluación de la Política de Desarrollo Social 2018 especifica que, si bien “México incrementó la cobertura de servicios básicos, como educación, salud, vivienda y seguridad social; el ingreso real se vio amenazado en 2017 por una tasa de inflación que duplicó la registrada en 2016 lo cual violentó la sensación de estabilidad y afectó la dinámica familiar nacional” (CONEVAL, 2018, p.3).

Este reporte del CONEVAL (2018) afirma que, entre 2008 y 2016, la pobreza en México aumentó en 3.9 millones de personas, las carencias de acceso a la seguridad social y a la alimentación todavía son altas y el ingreso de los hogares no se ha mantenido estable. En concordancia, el informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible señala que

en 2016 “sólo el 45% de la población mundial estaba realmente cubierta por al menos una prestación de protección social” (Organización de las Naciones Unidas, 2018, p.4); y los pobladores con nutrición insuficiente aumentó de 777 millones de personas en 2015 a 815 millones en 2016 (ODS, 2018, p.4). En contraparte, dicho informe anuncia que se ha progresado en la disminución de personas que viven en pobreza extrema, a nivel mundial, “de 1.900 millones en 1990 a 836 millones en 2015” (Organización de las Naciones Unidas, 2015, p.4).

Por su ubicación fronteriza con Estados Unidos de América, el estado de Baja California se caracteriza por una fuerte vinculación comercial con la economía estadounidense y, merced a su ubicación geográfica, con el resto del mundo. Además de ser la tercera entidad exportadora del país, Baja California es la segunda entidad con mayor proporción de usuarios de internet en México. Está integrada por cinco municipios: Tijuana con 1,524,330 habitantes estimados en el 2020, Mexicali con 796,958, Ensenada con 321,592, Rosarito con 84,566 y Tecate con 74,784.

El Producto Interno Bruto (PIB) de Baja California en 2017 representó el 3.1% y ocupó el lugar 11, con respecto al total nacional. Las principales actividades económicas de la entidad son la fabricación de maquinaria y equipo (12.1%); servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles (11.3%); construcción (11.2%); y comercio al por menor (10.3%).

En 2016, Baja California se ubicó en el 13º lugar en competitividad, según el Instituto Mexicano para la Competitividad; sin embargo, el menor puntaje lo tuvo en el rubro de innovación. Sin embargo, en Tijuana hay un fuerte *cluster* informático de creación de aplicaciones para *smartphone*

Baja California tiene una población con un alto nivel de escolaridad, pues en el ciclo escolar 2017-2018 se tuvo un grado promedio de escolaridad de 9.8, por encima del promedio nacional que es de 9.4, y un bajo índice de analfabetismo (1.5%) en comparación con el 4.4% a nivel nacional (INEGI, 2019).

El área natural protegida que conforma el mar de Cortés o golfo de California es, desde 2005, Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO (Semarnat, 2018).

Baja California repuntó con una intensa actividad de flujos económicos, financieros, migratorios, comunicacionales y turísticos, que favorecen la apropiación de imaginarios simbólicos multiculturales; y desde una perspectiva comunicacional en lo general, y mediática o intersubjetiva en lo particular, las tres ciudades con mayor número de población experimentan constantes prácticas y procesos de comunicación, con formatos y formas discursivas donde los interactuantes participan de las industrias culturales a nivel nacional, regional y local; y con ellos en nuevos mercados y sistemas de distribución transnacionales, que los obligan a combinar diversos productos, pero con el punto nodal de la comunicación y creación de mensajes pensando en el público a quien va dirigido. Tijuana ocupa el 16º lugar entre las ciudades consideradas en el Índice de Movilidad Urbana 2018, según el IMCO (2018).

Ante dichos contextos, los universitarios del plan educativo de LCC podemos contribuir con intervenciones para el desarrollo de habilidades y estrategias comunicativas que mejoren la calidad de vida de las comunidades atendidas.

1.1.2. Necesidades y problemáticas sociales y cuáles de éstas atenderá o atiende el programa educativo y sus egresados.

Sin embargo, el desarrollo económico no ha traído aparejado un desarrollo social, pues de acuerdo con la Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública 2019, Baja California ocupa el tercer lugar en número de víctimas de violencia por cada 100,000 habitantes, después de la Ciudad de México y el Estado de México. Según la misma encuesta, de 2012 a 2018 Baja California ha estado por encima de la tasa nacional de víctimas por cada 100,000 habitantes (INEGI, 2019).

Por otra parte, la dinámica económica y del empleo muestra que de 2000 a 2019 la población femenina desocupada pasó de 57% a 27%, y para el segundo trimestre de 2019 la tasa neta participación de mujeres (48%) es mayor a la de los hombres (42%). Esta transformación económica ha implicado también un cambio en las actividades de cuidado

de los menores, que tradicionalmente se habían encomendado a las mujeres, lo que parece haber impactado en salud de la población más joven, lo que se refleja en el hecho de que, en 2018, Baja California tuvo el primer lugar en obesidad infantil según declaraciones del director de Issstecali (INEGI, 2019).

Mexicali fue la ciudad más contaminada de América del Norte y de México, con partículas PM2.5, que presentan un riesgo para la salud a mediano y largo plazo, según el 2018 World Air Quality Report.

Por otra parte, es una de las fronteras más transitadas del mundo, que recibe migrantes de Centro y Sudamérica, además de otros países de América Latina y el Caribe, lo que acentúa las características multiculturales de la región.

El programa educativo de Licenciado en Ciencias de la Comunicación (LCC), se encuentra en sintonía con algunos postulados de los Objetivos del Desarrollo del Milenio (ODM), aprobados por la Organización de la Naciones Unidas (ONU, 2015) en la Agenda 2030; así como con los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS), el Plan Nacional de Desarrollo (PND 2019-2024) y el Plan Estatal de Desarrollo (PED 2014-2019), en cuanto a su contribución con una educación inclusiva y equitativa de calidad, que permita a los jóvenes reducir las desigualdades, fomentar la tolerancia entre las personas, lograr la igualdad de género, empoderarlos para que lleven una vida más saludable y sostenible; promover oportunidades de aprendizaje permanente y de sociedades más pacíficas.

De ahí que, esta máxima casa de estudios realice diversas acciones en ese sentido y entre las que se encuentran las brigadas universitarias denominadas UABC Contigo, cuyo propósito es “fomentar estilos de vida saludable, crear una cultura de prevención, autocuidado y sensibilización en materia de salud, así como brindar asesoría jurídica, en adicciones, psicológicas, estimulación temprana, habilidades sociales y otros aspectos” (Díaz, 2016, párr.3). La LCC ha participado con varias estrategias de comunicación, donde estudiantes y docentes buscan atender las necesidades sociales en la que podamos incidir y poner en práctica nuestra vocación de servicio y responsabilidad social. Incluso en este 2019 se realizaron por primera vez talleres sobre uso de internet, software libre para el

aprendizaje, opciones de educación a distancia y asesoría en uso de aplicaciones móviles (Gómez, 2019), en los cuales nuestra licenciatura también puede aportar.

Edgar Morin, en su texto titulado *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*, afirma que el “ser humano es una unidad compleja, a la vez físico, biológico, psíquico, cultural, social e histórico” (Morin, 1999, p.2); y agrega que debemos reunir e integrar conocimientos de las ciencias naturales, ciencias humanas, literatura y filosofía u otras que muestren esa unión indisoluble entre la unidad y la diversidad de todo lo que es humano. Por su lado, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, OCDE, explica que si bien existe una conexión entre el desarrollo de las competencias académicas y los resultados sociales, éstos se ven mayormente:

...potenciados cuando los ciudadanos aportan activamente sus competencias en el hogar, en el trabajo y en la comunidad...más allá del efecto de poseer competencias de comprensión lectora, el uso efectivo de estas competencias en la vida diaria –por ejemplo, leer libros y periódicos y escribir artículos e informes– está asociado con un mayor nivel de confianza social, más labor de voluntariado, una mayor eficacia política y una mejor salud [y]... los resultados sociales positivos se refuerzan mutuamente. (OCDE, 2019a, p. 160).

Incluso la OCDE va más allá y explica que la desigualdad social, de género, ubicación y entorno social de los estudiantes se relaciona con “sus posibilidades de ingresar y tener éxito en la educación... [por lo que] existe una necesidad particular de asegurar la calidad y aumentar la aceptación en el mercado laboral de los programas de ciclo corto (TSU y profesional asociado)” (OCDE, 2019a, p. 5). De igual forma, este organismo confiere que “para progresar en el mundo de mañana, las personas necesitarán diferentes tipos de competencias y de niveles superiores... A medida que nuestras sociedades y economías están cada vez más influenciadas por las nuevas tecnologías y tendencias” (OCDE, 2019a, pp. 5-7); sobre todo porque vivimos en un “mundo cada vez más complejo, interconectado y cambiante” (OCDE, 2019b, p.7).

De igual manera, veinte años atrás Edgar Morin (1999), avalado por la UNESCO, observaba la realidad desde la complejidad del conocimiento, es decir, desde una perspectiva integradora, no fragmentada o cegada; promovía el abordaje de problemas

globales y fundamentales para inscribir allí conocimientos locales. Incluso, a pesar de las certezas que nos arroja la ciencia, también revela incertidumbre, por lo que Morin solicitó “enseñar principios de estrategia que permitan afrontar los riesgos, lo inesperado, lo incierto, y modificar su desarrollo en virtud de las informaciones adquiridas en el camino” (Morin, 1999, p.3), desde la interdisciplina y la transdisciplina, de manera que se logre “aprehender las relaciones mutuas y las influencias recíprocas entre las partes y el todo en un mundo complejo” (Morin, 1999, p.2).

Ahora bien, por un lado se han logrado avances en la era digital como el aumento de nuevas modalidades de trabajo flexibles, automatización de determinadas tareas y empleos, superación de aquellos obstáculos de acceso a la información, antes concentrada en las grandes empresas mediáticas; no obstante, al mismo tiempo la OCDE (2019) ha encontrado consecuencias negativas como el aumento en las desigualdades sociales y falta de cohesión social, dado que existen ventajas para los jóvenes con las competencias requeridas y que están en el campo laboral, pero delegan a los adultos de edad avanzada o a quienes no han logrado insertarse en el ámbito productivo.

Dichas desigualdades sociales son remarcadas en los jóvenes y mujeres, la UNESCO (2017), por ejemplo, reporta que a nivel mundial subsisten 750 millones de analfabetos, es decir, con carencias en las competencias básicas de lectoescritura, entre quienes figuran 102 millones de jóvenes (de 15 a 24 años de edad), de los cuales el 57% son mujeres.

Para superar el analfabetismo funcional que incluya lo digital, es preciso promover una alfabetización digital, entendida por García (2017) como aquella que promueve el desarrollo de habilidades necesarias para usar la información digital; entre éstas, el desarrollo de aptitudes transferibles y utilizables a lo largo de toda la vida para la resolución de problemas; análisis, gestión, recuperación y evaluación de la información electrónica; así como actividades de servicio apoyadas en las tecnologías.

Ahora bien, la alfabetización funcional tiene entre sus obstáculos la falta de interés de aprendizaje en los usuarios, falta de habilidades cognitivas que les permite ese proceso

mental para aplicar sus aprendizajes en la solución de problemas concretos, elaborar inferencias, establecer relaciones abstractas u otras que les ayuden a vivir en forma plena. Por su lado, la alfabetización digital se ve limitada cuando no se tiene acceso a las TIC, ya sea por no existir cobertura de internet en su localidad o por falta de recursos económicos para adquirir equipos apropiados, entre otras situaciones que los colocan en exclusión digital, ya que no pueden “disfrutar de las oportunidades de mejora de la calidad de vida, de desarrollo y participación social” (Vaquero, 2013, p. 161). En consecuencia, estas personas se encuentran en riesgo de exclusión social, dado que “se ven privadas o limitadas para acceder y disfrutar del conjunto de conquistas económicas, sociales, educativas, laborales, tecnológicas y culturales que las sociedades desarrolladas han sido capaces de generar a lo largo de las últimas décadas” (Vaquero, 2013, pp. 156-157).

Respecto a esas ventajas o limitaciones de acceder a la alfabetización digital, en México no se puede porque no está cubierta toda la población, por ejemplo en el acceso a internet, según los datos de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (INEGI, 2016), contamos con 74.3 millones de usuarios de internet de seis años o más (65.8% del total de este grupo etario); entre quienes 51.5% son mujeres y 48.5% son hombres. Y aun cuando aumentó 4.2 % con respecto a 2017 (71.3 millones de usuarios), seguimos en condiciones desiguales para toda la población; principalmente en las áreas rurales o de la periferia; ya que sólo 40.6% de la población rural logra acceder a este servicio.

El mismo reporte de INEGI (2018) establece que se registra una mayor proporción de internautas en el grupo de entre 25 y 34 años (10.4% mujeres y 9.8% hombres), lo que evidencia la desventaja del grueso de la población que atendemos o que se encuentran en edad para estudiar la universidad. Ahora que, las principales actividades de dichos usuarios en 2018 fueron: entretenimiento (90.5%), comunicación (90.3%) y obtención de información (86.9 por ciento). Un poco más de la mitad de la población mexicana (52.9%, equivalente a 18.3 millones de hogares) disponen de internet mediante conexión fija o móvil (INEGI, 2018, p.1).

Ahora que, en Baja California se alcanza un 73.1% de hogares con conexión a internet, distribuidos a razón de 70% en zonas urbanas y 3.2% en zona rural. A su vez, los hogares de Mexicali y Tijuana logran acceso a este servicio el 73.8 y 78.1% respectivamente. Ensenada no está reportada en esta tabla de INEGI (2018); su territorio es el de mayor extensión de la república mexicana y cuenta con mayores espacios rurales que los otros cuatro municipios del Estado; además exhibe el mayor porcentaje de pobreza y pobreza extrema en el Estado. De igual manera, cuenta con poblaciones altamente vulnerables en los grupos indígenas o pobladores de la periferia.

Se asoma también una condición de exclusión social en el hecho de que algunos pobladores indígenas de Ensenada no hablen español, lo que dificulta los procesos de alfabetización. El número de habitantes que se comunican en lengua indígena reportado por INEGI (2010) son: 5,562 que hablan mixteco; 4,569 zapoteco; 2,978 náhuatl; 2,802 triqui; 1,647 purépecha o tarasco, y 3.4% con edad mayor a cinco años no hablan español; por lo que existen múltiples actividades por parte del programa de LCC campus Ensenada para compartir sus tradiciones culinarias, artesanales o de otra índole, con productos audiovisuales y participación comunitaria, rompiendo las barreras semánticas.

Si bien, la OCDE (2017) indica que en México cursan más personas los niveles de educación superior, y es el de mayor porcentaje de los países miembros; sin embargo, solo el 16% de los adultos (de 25 a 64 años) han cursado este tipo de estudios, lo que representa la proporción más baja de dichos países en 2015. Asimismo, la OCDE defiende el que se atiendan a los estudiantes indígenas, para mejorar su acceso de “manera generalizada entre regiones fomentaría el bienestar de los egresados, pero también el del país en su conjunto. Asimismo, fomentar el acceso de los grupos vulnerables podría contribuir a la movilidad social y a mejorar la cohesión social” (OCDE, 2017, p.6).

Para la OCDE “la participación social puede adoptar diversas formas, entre ellas la participación en organizaciones oficiales y oficiosas, como grupos religiosos, grupos deportivos o recreativos y partidos políticos” (OCDE, 2019a, p. 161). Por su lado la LCC de esta máxima casa de estudios ha contribuido en todos esos ámbitos, incluso en

comunidades rurales, indígenas, con niveles educativos previos, organismos no gubernamentales y otros; por lo que puede continuar, ampliar y fortalecer esta práctica; como una de las vertientes que aborda el programa, acorde con la responsabilidad social universitaria.

Este programa educativo de LCC (2011) tiene en cuenta la relación con nuestro contexto, ya que desde su concepción se estipulaba que “el comunicador de la frontera norte de México deberá dar cuenta de la compleja relación bicultural que caracterizan los escenarios donde habrá de intervenir identificando procesos de comunicación o resolviendo problemas en dichos procesos” (UABC, 2011, p11.).

En materia de salud, por ejemplo, se requiere no sólo la ampliación de la afiliación, sino la calidad y efectividad en la promoción del cuidado de la salud o prevención de enfermedades, rubros donde los estudiantes de la LCC pueden aportar con estrategias comunicativas pertinentes, en todas sus variantes y plataformas (interpersonales, en redes, audiovisuales, etc.)

1.1.3. Prospectiva de las necesidades y problemáticas sociales que atenderá o atiende el programa educativo y los egresados.

Si bien, se ha tenido siempre presente la “internacionalidad en las interacciones fronterizas o transfronterizas entre mexicanos y estadounidenses [y su] contexto estructural caracterizado por la desigualdad o asimetría de poder entre los países, tanto en el orden económico como político” (UABC, 2011, p.11); la LCC podría rescatar su ventaja de ubicación geográfica y cubrir áreas de oportunidad mediante intercambios académicos que favorezcan la práctica cotidiana del idioma inglés; así el desarrollo del campo bilingüe para atender necesidades fronterizas, en áreas educativas, de maquiladoras, de salud, en comunidades u otras áreas binacionales.

Podemos contribuir también en la alfabetización digital de los pobladores y en los nuevos lenguajes empleados en redes sociales o plataformas automatizadas, mediante la capacitación en cascada (de la institución a los docentes, luego a los estudiantes y de ahí a los pobladores que lo soliciten); ya que el informe de 2015 de los Objetivos de Desarrollo

del Milenio (2015, p.12) señala que en la actualidad, el 95% de la población mundial está cubierta por una señal de telefonía móvil, lo que les permite acceder a las “nuevas tecnologías de recopilación de datos, tales como entrevistas personales asistidas por computador (CAPI, por sus siglas en inglés) y encuestas por mensaje de texto (SMS)... publicaciones en medios sociales... búsqueda en línea” (ODS, 2015, p.12); para lograr la obtención de datos en tiempo real, conferencias virtuales u otras.

Dado que un alto porcentaje de internautas mexicanos, con edades de seis años o más, emplean este recurso para entretenimiento (90.5%), comunicación (90.3%) y obtención de información (86.9 por ciento) y Mexicali es la segunda ciudad con mayor número de usuarios de internet (84.3%), que supera la media nacional; lo que representa un área de oportunidad que debe ser atendida por la LCC en cuanto a la producción, distribución y circulación de formas simbólicas apropiadas a estos canales de comunicación, con la participación de cada uno de los actores involucrados, de tal forma que pueden desarrollar habilidades de alfabetización digital que les permita desenvolverse en su vida cotidiana y profesional, así como contribuir en el desarrollo de su comunidad.

Sumado a lo anterior, Baja California practica los tres sectores de producción; con preponderancia en el sector terciario (55.5% del PIB en 2016), para continuar con las actividades secundarias (41.7% PIB) y terciarias (2.8% PIB). En las actividades comerciales y de servicios, se incluyen las de salud y de asistencia social; esparcimiento culturales y deportivos; preparación de alimentos y bebidas; alojamiento temporal e intermediación financiera, entre otros; mientras que en la actividad industrial se integra la manufacturera, la alimentaria, de bebidas y tabaco; de la madera; del papel e impresión (Mungaray, Escamilla, Ramírez y Aguilar, 2014).

En el sector primario, Baja California tributa con la agricultura (cultivos de trigo, cebada, avena, algunas hortalizas, tomates, cebollín, fresa y cilantro); la ganadería (ganado bovino, engorda de ganado, porcicultura) y la apicultura. En los tres sectores hemos tenido participación la LCC, tanto con estudiantes como con docentes y egresados; lo cual permite darle continuidad, reforzar algunas áreas o abrir nuevos espacios para aportar a futuro,

desde los procesos de comunicación organizacional interna y externa, los medios audiovisuales u otras que se vislumbren pertinentes.

También en concordancia con el eje estratégico de Desarrollo Humano y Sociedad Equitativa del Plan de Desarrollo Estatal, que tiene como objetivo ampliar las oportunidades de los bajacalifornianos y elevar la calidad de vida de la población en general y sobre todo de los grupos vulnerables (migrantes, indígenas, discapacitados u otros); resalta el fenómeno de finales de 2016 con el fuerte flujo migratorio de haitianos (77%), hondureños (4.7%), brasileños (4.7%) del Congo (3.3%) y guatemaltecos (2.7%), entre otros (Coplade, 2016); mismos que aumentaron con la caravana del migrante compuesto por 1,500 personas, en su mayoría hondureños; lo que ha traído desafíos importantes a los Institutos de Migración, la Secretaría de Salud y las ONG u otros grupos que los amparan; y en los que resulta pertinente y apremiante la participación de los LCC con el refuerzo de la comunicación organizacional interna y externa de estos organismos; así como la implementación de estrategias comunicativas interinstitucionales y con la sociedad, para mejorar sus condiciones actuales.

Por otro lado, la realidad nacional y regional sobre los egresados de las IES, de acuerdo con la OCDE, es que alrededor del 40% “trabaja en una ocupación que no está relacionada con su área de estudio. Las empresas informan de escasez de talento y problemas para encontrar el personal calificado que necesitan” (OCDE, 2017, p.9).

En el Diagnóstico de la formación y el campo laboral de los comunicadores en México, publicado por Hidalgo (2014), se refiere que los representantes de las instituciones y empresas veían como una oportunidad el énfasis hacia el desarrollo de las tecnologías, dado el impacto de esta actividad “en todos los ámbitos de la vida social, de manera particular en la producción de información y contenidos para los medios, así como la comunicación en las organizaciones” (Hidalgo, 2014, p.46, 50); aunque se reconocen dificultades para adecuar estas nuevas formas de comunicación e implementación desde los planes de estudio, implica replantear las teorías tradicionales de la comunicación porque

ya no permiten explicar los fenómenos de la comunicación digital, entre otros aspectos pedagógicos.

Algunos egresados de LCC se encuentran trabajando en áreas de Comunicación Social de la Secretaría de Salud, o de distintos organismos gubernamentales y asociaciones civiles; como promotores farmacéuticos y de turismo; en una diversidad de medios periodísticos tradicionales o alternativos; bien cubriendo la fuente de salud, política, deportes, economía u otros ámbitos que redundan en el bienestar social y que, sin duda favorece una lectura más amplia de la realidad desde una perspectiva comunicacional.

Sin duda existe un compromiso por parte del programa educativo de LCC por atender estas vertientes que requieren de nuestra colaboración, así como de prepararnos como docentes para enfrentar las necesidades actuales de la comunidad estudiantil y el de nuestro entorno.

En un contexto de crecientes flujos migratorios y de desplazados, la frontera se convierte en una zona de inclusión/exclusión, de encuentro con otro que no siempre es bien recibido; de un multiculturalismo que se expresa tanto en la convivencia como en la lucha simbólica, y que puede convertirse en un espacio de enfrentamiento cada vez más agresivo.

Ello, sumado a la problemática existente de inseguridad pública en la entidad, establece la necesidad de contar con profesionales capaces de entender los procesos culturales fronterizos y de proponer soluciones que, desde la comunicación, favorezcan la comprensión mutua y la convivencia pacífica.

Por otra parte, las problemáticas de deterioro ambiental y de la salud de los habitantes presentan desafíos a la comunicación con las poblaciones afectadas.

1.2. Análisis del mercado laboral

Este ejercicio tiene como objetivo general determinar las necesidades y problemáticas, actuales y futuras, del mercado laboral en el ámbito estatal, regional, nacional y global, que atenderá o atiende el LCC del PE.

Para ello se proponen los siguientes objetivos específicos:

Objetivo 1. Analizar el mercado actual y futuro donde se insertará el egresado de la LCC.

Objetivo 2. Identificar los requerimientos del mercado laboral, en términos del perfil que debe tener el egresado.

1.2.1. Estudio documental para el análisis del mercado laboral.

Objetivo. Permitted describir y analizar el mercado laboral actual y futuro donde se insertará el egresado del programa educativo, así como su evolución y prospectiva.

Método. Como fuentes de información se utilizaron las bases de datos del Observatorio Laboral del Servicio Nacional de Empleo de la Secretaría del Trabajo del Gobierno Federal Mexicano, cifras del tercer trimestre de 2019 de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, STPS-INEGI.

Los informes ocupacionales en México reportan el empleo dentro de 11 actividades económicas , de acuerdo a las características y labores de las personas ocupadas: 1. Agropecuarias. 2. Comercio. 3. Construcción. 4. Educación y Salud. 5. Extractiva. 6. Gobierno. 7. Servicios Personales. 8. Servicios Profesionales. 9. Transformación. 10. Transporte. 11. Turismo.

Se realizó una revisión de textos académicos que abordan el tema del campo laboral del LCC, tanto en inglés como en español con la intención de contrastar y enriquecer la perspectiva latinoamericana con la de otros países.

Para este apartado se utilizaron tres unidades de análisis:

1. Mercado laboral actual de los Licenciados en Ciencias de la Comunicación.
2. Mercado laboral en el mediano plazo -10 a 15 años- del Licenciado en Ciencias de la Comunicación.
3. Evolución del mercado laboral.

1.2.1.1. Resultados del estudio documental.

En resumen, la revisión documental permitió obtener la siguiente información sobre mercado laboral actual, su situación en los próximos 10-15 años y evolución.

1.2.1.1.1. Mercado laboral actual.

Con datos del tercer trimestre de 2019 (Tabla 1) reflejados en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, ENOE; Baja California se encuentra en los 10 primeros lugares nacionales de ingreso mensual promedio en profesionistas a nivel nacional.

Tabla 1.
Ingreso mensual promedio de profesionistas por estado.

#	Estado	Profesionistas	Ingreso	% Hombres	% Mujeres
1	Nuevo León	510,825	\$15,288	57.9	42.1
2	Ciudad de México	1,135,103	\$15,132	53.5	46.5
3	Chihuahua	274,822	\$15,084	54.5	45.5
4	Baja California Sur	76,788	\$14,761	51.4	48.6
5	Querétaro	171,876	\$14,603	57	43
6	Baja California	275,180	\$14,024	55	45
7	Coahuila	246,338	\$13,839	56.5	43.5
8	Sonora	271,843	\$13,319	55.8	44.2
9	San Luis Potosí	167,089	\$13,281	50.8	49.2
10	Guanajuato	288,504	\$12,541	52.8	47.2

Fuente: Encuesta Nacional de Ocupación y empleo, STPS-INEGI (ENOE, 2019).

En términos de las profesionistas ocupados por área, los egresados de la licenciatura en comunicación se encuentran en la categoría Ciencias Sociales. Ésta emplea a 1,191,404 profesionistas, de los cuales Comunicación y Periodismo ocupa el segundo lugar en cuanto a la cantidad de personas contratadas con el 15.98%, y es también la

segunda área ocupacional con el mayor monto de ingresos mensuales con \$12,139 (Tabla 2).

Tabla 2.
Estadísticas de personas ocupadas en áreas profesionales

Carreras	Ocupados	Hombres (%)	Mujeres (%)	Ingreso mensual (\$)
Derecho	788,352	59.9	40.1	\$11,868
Comunicación y periodismo	190,500	52.6	47.4	\$12,139
Trabajo y atención social	70,414	7.9	92.1	\$8,743
Ciencias políticas	67,368	50.6	49.4	\$13,823
Sociología y antropología	39,139	42.1	57.9	\$8,512
Criminología	35,631	55.7	44.3	\$9,736

Fuente: Encuesta Nacional de Ocupación y empleo, STPS-INEGI (ENOE, 2019)

En cuanto al número total de profesionistas ocupados en México, la ENOE (2019) muestra que en el país se ocupan a 9 millones de profesionistas (Figura 1). Señala que las áreas con el mayor número de personas contratadas por terceros o por propia cuenta, se encuentran en la actividad Económico Administrativas, Ingenierías y Educación, concentrando a 5.8 millones de profesionistas. En contraste, las áreas que presentan el menor número de ocupados son Ciencias Biológicas, Humanidades y Ciencias Físico-Matemáticas, con 333 mil 979 profesionistas ocupados entre éstas. El área donde se ubican los egresados del programa, ocupa la quinta posición con 1.2 millones de profesionistas.

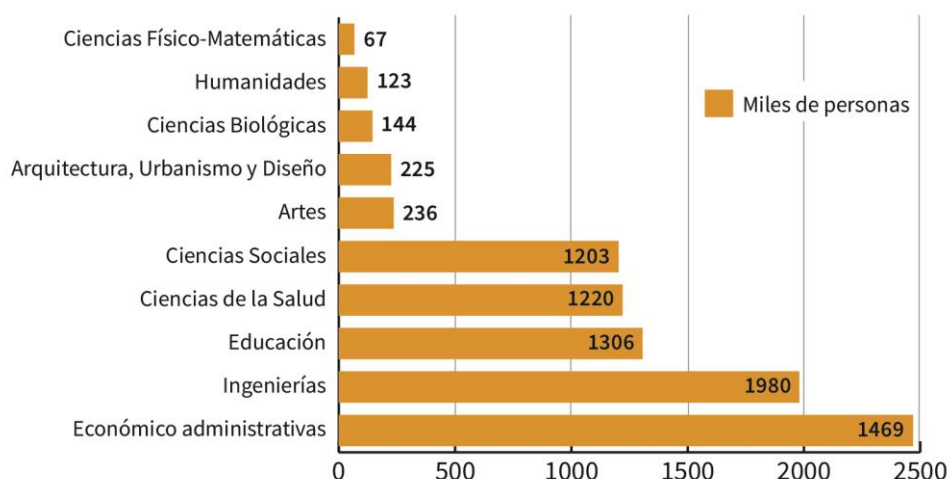


Figura 1. Total de personas ocupadas en México. Fuente: Encuesta Nacional de Ocupación y empleo, STPS-INEGI (ENOE, 2019)

En cuanto al número de profesionistas ocupados por grupos de edad, la ENOE (2019) muestra que el 5.2% de los profesionistas ocupados se encuentran dentro del grupo de 20 a 24 años de edad, el cual se concentran mayoritariamente dentro de las áreas de Ingenierías, Ciencias de la Salud y Económico/Administrativas. En tanto que, aquellos que se encuentran entre los 25 a 34 años se ubican en mayor proporción en las áreas de Artes, Ingenierías y Ciencias de la Salud, y de 35 a 44 años están en las áreas de Educación, Humanidades y Ciencias Sociales. Mientras que, la mayor concentración personas mayores a 45 años, están en las áreas Ciencias Físico Matemáticas y Ciencias Biológicas y Humanidades (Figura 2).

En el caso del área en la que son contratados los egresados del PE, el 62.1% son profesionistas mayores de 34 años, en tanto que el 37.9% son menores a esta edad; es decir, Ciencias sociales se encuentra en lugar seis del total de 11 áreas en incorporar a los profesionistas que acaban de egresar o están en ejercicio de su profesión por menos de 10 años.

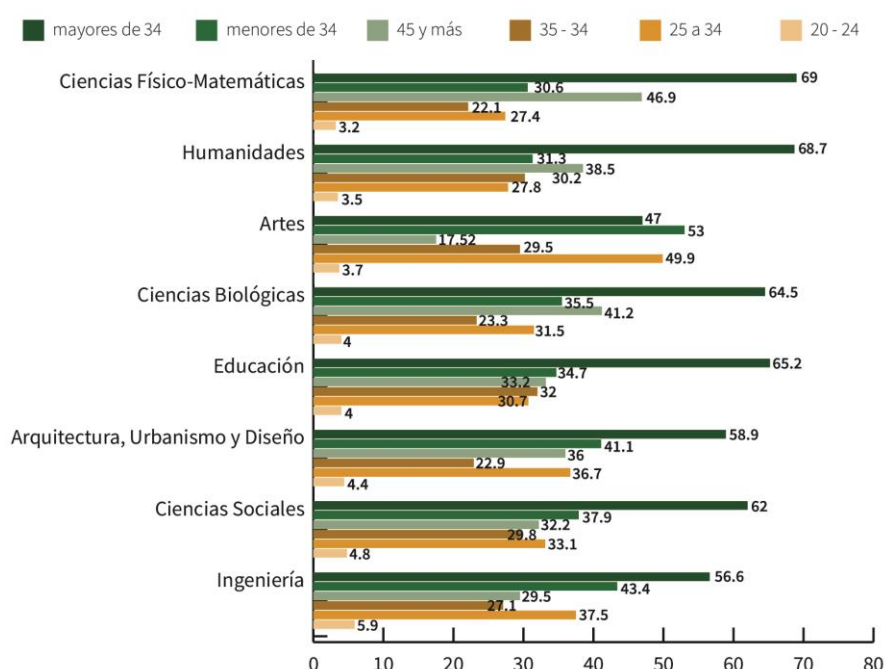


Figura 2. Profesionistas ocupados por grupos de edad. Fuente: Encuesta Nacional de Ocupación y empleo, STPS-INEGI (ENOE, 2019)

En cuanto al promedio de ingresos de los profesionistas, la ENOE (2019) registra un promedio mensual de \$11,735 pesos. En cuatro de las diez áreas de conocimiento, el ingreso promedio de los Licenciados en Ciencias de la Comunicación se encuentra por arriba del promedio a nivel nacional. El área que perciben el mayor ingreso son Arquitectura, Urbanismo y Diseño con \$13,791, le sigue Ciencias Biológicas con \$13,346 y después las Ingenierías con \$12,782 pesos mensuales. Las áreas que presentan los niveles de ingreso mensuales más bajos son Humanidades, Artes y Educación, con \$10,359, \$9,958 y \$9,845 respectivamente (Figura 3).

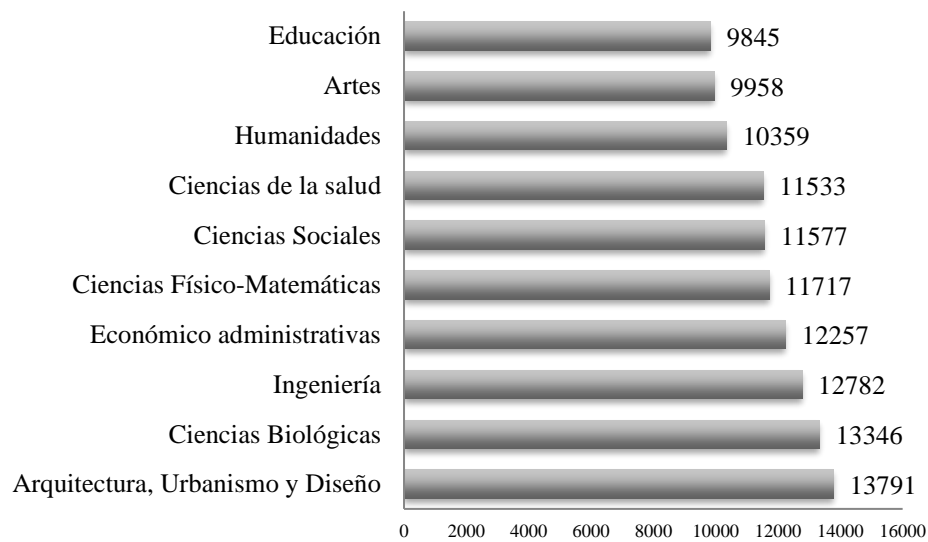


Figura 3. Ingreso promedio de profesionistas en México. Fuente Encuesta Nacional de Ocupación y empleo, STPS-INEGI (ENOE, 2019).

La figura 4 muestra la relación entre ocupación y estudios realizados, el promedio de afinidad de la ocupación de los profesionistas respecto a sus estudios realizados es del 79.2%, el área de Educación es la que cuenta con mayor porcentaje de afinidad con el 88.2%. En contraste, el 27.3% de los profesionistas ocupados en el área Económicas Administrativas trabajan en actividades que no son acordes con su formación profesional. De acuerdo con la encuesta, Ciencias Sociales se encuentra en la penúltima área con la menor proporción de afinidad con los estudios realizados con el 76.3% y 23.7% de otras actividades no vinculadas con el campo de la profesión.

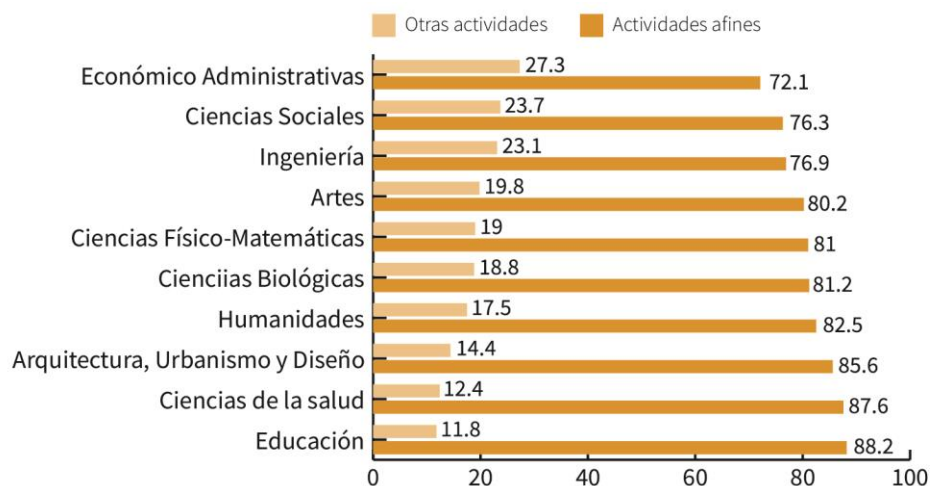


Figura 4. Relación entre ocupación y estudios realizados. Fuente Encuesta Nacional de Ocupación y empleo, STPS-INEGI (ENOE, 2019)

Tras la revisión bibliográfica se puede identificar que las actividades del mercado laboral actual del PE se concentran en cuatro grandes órdenes de actividades.

En el primero se encuentran las prácticas profesionales vinculadas con la comunicación al interior y exterior de las organizaciones, tales como comunicación social de las organizaciones, comunicación administrativa y comunicación corporativa (Rebeil, Hidalgo y Moreno en León, 2012).

En el segundo orden se distinguen aquellas prácticas vinculadas con el desarrollo y fortalecimiento de los vínculos entre entidades individuales o colectivas, como las relaciones públicas tradicionales (Becker, Kosicki, Porter y Watson, 1997) y relaciones públicas en ambientes digitales (Armendariz, 2015).

Dentro del tercer orden están aquellas prácticas requeridas para la producción y gestión de contenidos, como comunicación mediática en industrias periodísticas -diarios, semanarios y revistas-, televisión y radio, así como en medios en línea (Becker, Kosicki, Porter y Watson, 1997).

En el cuarto orden se encuentran las prácticas vinculadas con comunicación comercial de bienes y servicios,

tales como la publicidad y la mercadotecnia (Castillo y Tapia, 1997).

1.2.1.1.2. Mercado laboral en los próximos 10-15 años.

Al igual que el resto de la región Noroeste, Baja California presentará una tendencia hacia la urbanización de la población, lo que se verá reflejado en la concentración de personas ocupadas en actividades económicas terciarias en donde se encuentran contratados los egresados del PE.

En datos del Comité de Planeación para el Desarrollo del Estado de Baja California (2018), la dinámica demográfica para los próximos 10 años será como se resume a continuación.

Tijuana concentraba el 49.43% de la población total del estado en 2015, para el 2030 el porcentaje de concentración se mantendrá estable. En 2015, el municipio de Tijuana tenía 96.2% de población urbana, y 3.8% de población rural, con un descenso proyectado de la población urbana a 93.6% en 2030.

En 2015, Mexicali concentraba al 29.4% de la población estatal, misma que se mantendrá estable durante los próximos 10 años. Presentaba altos niveles de urbanización, con 90.6% de su población urbana y 9.4% de población rural, con un aumento marginal en el proceso de urbanización del 92.2% de población urbana en 2030.

En 2015, Ensenada tenía el 14.92% de la población estatal, cifra que se mantendrá estable hasta finales del 2029. El 85.8% de población era urbana, y 14.2% rural, se proyecta que continúe avanzando su proceso de urbanización, hasta alcanzar 88.4% e 2030.

Tecate concentraba el 3.19% de la población estatal en 2015, cifra que se proyecta se prevalezca estable hasta 2030. El municipio presentaba los niveles de urbanización más bajos del estado, con 79.1% de población urbana y 20.9% de rural, en los próximos 10 años tendrá el avance más significativo en el proceso de urbanización en el estado, alcanzando 84.5% de población.

Playas de Rosarito concentraba en 2015 al 3.02% de la población estatal, situación que se proyecta permanecerá estable hasta 2030. Los niveles de urbanización en el municipio eran moderados con 87.0% de habitantes en comparación del 13.0% de

población rural. Se proyecta el avance del proceso de urbanización en el municipio hasta alcanzar 88.3% en los próximos 10 años.

Esta movilización hacia zonas urbanas es consecuencia de la terciarización de las actividades económicas, lo que puede representar una oportunidad para los egresados del programa pues es el sector en el que son contratados.

De acuerdo a la ENOE (2019), las tendencias actuales del mercado laboral en general en el país están vinculadas por el desarrollo y penetración de la tecnología de información y comunicación. En este sentido es determinante la optimización móvil, la innovación continua y la gestión del cambio en los ambientes laborales así como la escasez de habilidades específicas en el capital humano.

En los próximos 10 años la profesión se orientará en dos grandes rubros.

En el primero se encuentra la comunicación social para el desarrollo, en la que se incluye comunicación y cultura, comunicación educativa, comunicación urbana, comunicación y difusión del conocimiento científico, comunicación legal y, comunicación y nuevas tecnologías comunicativas (Castillo y Tapia, 1997).

El segundo rubro es la cibercomunicación para comunidades virtuales, donde se encuentra el diseño de interacción entre usuario-tecnología, así como la gestión de procesos de comunicación y colaboración entre individuos, comunidades u organizaciones. Esta forma de comunicación impactará en tres aspectos: el diseño de procesos de interacción, diseño de aplicaciones e interfaces y creación digital (Soler-Adillon, Sora y Freixa, 2016).

1.2.1.1.3. Evolución del mercado laboral.

La demanda laboral en general continuará concentrándose en competencias de alto nivel, sobre todo en áreas técnicas como la informática, la construcción y la ingeniería (ENOE, 2019). De acuerdo con lo publicado en la página del Observatorio Laboral (2019) basada en los análisis de Hays, una de las consultoras de más importantes en materia de

reclutamiento especializado y la Revista Forbes, las tendencias actuales del Mercado Laboral son como se describen a continuación:

El *Big Data* y la necesidad de análisis de datos va a requerir de nuevos conocimientos y habilidades orientados a organizar, comprender y emplear modelos descriptivos y predictivos, tanto en la toma de decisiones vinculadas con usuarios externos como en aquellas relacionadas con el personal interno. Esto influirá en la sofisticación de estrategias de reclutamiento y retención de talento (Observatorio Laboral, 2019).

La especialización del conocimiento será una tendencia derivada de la escasez de talento en puestos con perfiles cada vez más complejos y transdisciplinarios, intensificándose en torno a especialistas altamente cualificados. La especialización del conocimiento será una necesidad no sólo una ventaja (Observatorio Laboral, 2019) .

La evolución de las aplicaciones tecnológicas ha modificado los perfiles de profesionistas en distintas áreas laborales, especialmente en el campo de la mercadotecnia, lo que tiene como dos consecuencias generales. La expansión del campo laboral en la industria de servicios vinculados con el marketing digital; y la evolución de las estructuras e interacciones organizacionales de estas actividades, tanto en empresas como en profesionistas que trabajan por su cuenta.

El mercado laboral empieza a integrarse por un número creciente de pequeñas y medianas empresas. Actualmente tres de cada cuatro puestos de trabajo en México se generan en las PyMES por lo que las estrategias individuales para la búsqueda de empleo tendrán que concentrarse en ellas (Observatorio Laboral, 2019). Los nuevos profesionistas habrán de desarrollar competencias tanto para grande empresas como para aquellas de menor tamaño considerando que cada ofrece retos y beneficios diferentes.

La contracción económica y los cada vez más elevados niveles de competencia en el mercado, llevan a las empresas a optimizar sus recursos. En el corto plazo esto no impacta en las contrataciones, pero la reducción de costos operativos e incremento de la eficiencia lleva a que la mayoría de las áreas funcionales de la empresa busquen contratar a menos personas con perfiles profesionales multifuncionales (Observatorio Laboral, 2019).

La reducción de costos operativos también es una exigencia para la administración pública debido a presiones presupuestales. Este sector muestra una marcada tendencia hacia la flexibilización en sus contrataciones de personal. Esto abre áreas de oportunidad para profesionistas que trabajan por su cuenta, o bien, para empresas especializadas en servicios externos o desarrollo de aplicaciones digitales para servicios públicos.

El desarrollo de aplicaciones móviles, tanto en cantidad como en la sofisticación de sus servicios, incentiva a empleadores y profesionistas a familiarizarse con su uso. Las interfaces son utilizadas para oferta de puestos, promoción de servicios y perfiles laborales personales o búsqueda de ofertas y candidatos.

Aunque la prospectiva de la profesión se desarrollará con mayor detalle en el punto 1.5. del presente documento, a continuación se presentan los hallazgos más relevantes al respecto.

El desarrollo de la profesión se vincula con la consolidación y extensión del uso cotidiano de la Tecnología de Comunicación, Información e Interacción, TICC, basados en la Web 4.0 y con la 5ta Generación de tecnologías de comunicación móvil.

El uso extensivo de estos desarrollos configura nuevas tipologías de usuarios, desarrollo de nuevos formatos y contenidos, esquemas de interacción inéditos entre productores y públicos, nuevos procedimientos y recursos para obtener información sobre los perfiles individuales de la audiencia, búsqueda innovadora de fuentes de financiamiento Canavilhas, 2015.

En el contexto de las competencias identificadas por la OCDE para el ciudadano del siglo XXI, la práctica profesional del Licenciado en Comunicación se vincula directamente con comunicación e información, y de forma deontológica con responsabilidad social. Estas últimas son fundamentales para garantizar el ejercicio responsable, eficiente, eficaz y seguro de la profesión en el contexto de la comunidades virtuales, la sociedad de la información y el conocimiento y la economía del conocimiento (López-García, 2018).

Las responsabilidades y perfiles profesionales de los egresados de los programas de comunicación tendrán que modificarse para integrarse a una sociedad hiperconectada a

escala local y global, no sólo en el desarrollo de contenidos mediáticos sino como gestores de procesos de interacción complejos requeridos para el desarrollo de procesos de la industria de producción de contenidos, como en los procesos de comunicación al interior y exterior de las organizaciones (Galindo, 2004; Tunstall, 2000; Canavilhas, 2015; Soler-Adillon, Sora y Freixa, 2016).

La multiplicidad de servicios vinculados con el desarrollo de las TICC han generado nuevos tipos de servicios, nuevos perfiles de usuarios y una elevada y subestandarizada variante de ocupaciones mediáticas (Tunstall, 2001).

1.2.2. Estudio empírico para el análisis del mercado laboral.

Esta segunda parte del análisis del mercado tiene tres objetivos particulares:

Objetivo 1. Determinar necesidades y problemáticas del mercado laboral (empresas, organizaciones e instituciones) que atenderá o atiende el programa educativo, particularmente los egresados del programa.

Objetivo 2. Identificar y analizar el campo profesional actual y futuro que atenderá o atiende el egresado.

Objetivo 3. Determinar los requerimientos del mercado laboral, en términos del perfil que debe tener el egresado del programa educativo.

Para ello se consideran las siguientes variables: 1. Características de las organizaciones de acuerdo a su giro, sector, tamaño y ubicación geográfica. 2. Necesidades laborales de las organizaciones estatales que atiende o serán atendidas por el programa educativo y sus egresados. 3. Problemáticas de las organizaciones estatales que atenderá o atiende el egresado del programa educativo. 4. Perfil del egresado del programa educativo que requieren o demanda el mercado laboral en términos de competencias, conocimientos, habilidades, actitudes, valores. 5. Oportunidades de mejora para el programa educativo.

1.2.2.1. Estudio empírico en empleadores.

La muestra se integró por aquellas empresas de los tres municipios que contratan o están dispuestos a contratar a egresados del programa. Los giros se detallan en la tabla 3.

Tabla 3.
Relación de empresas consultadas

Nombre	Giro principal de la empresa							
	Mcp.	Ind.	Com.	Med.	S.Prof.	ONG	Edu.	Gob.
Gulfstream	Mxl							
Honeywell	Mxl							
La Voz de la Frontera	Mxl							
La Crónica	Mxl							
Televisa Mexicali	Mxl							
Zona Líder	Mxl							
Ayuntamiento de Mexicali	Mxl							
Gobierno del Estado	Mxl							
Vicerrectoría UABC	Mxl							
MVS	Mxl							
CEAD UABC	Mxl							
Kanvas	Ens							
ProNatura	Ens							
CEART	Ens							
Ensenada.net	Ens							
Inmo	Mxl							
Asesoría independiente	Mxl							
Estudio Cárico	Mxl							
Honeywell International	Tij							
Televisa Tijuana	Tij							
Mamá Nay, A.C.	Tij							
IMER	Tij							
El Trompo	Tij							

Uniradio	Tij				
Cuatro Comunicación	Tij				
Plural MX	Tij				
Periódicos Healy	Tij				
Grupo Radio Centro	Tij				
SC Couching	Tij				
Spécola	Tij				
Fundación La Puerta, A.C.	Tij				
Mucho MKT	Tij				

Se utilizó la técnica de grupo focal y entrevista a empleadores de los tres municipios. Se llevaron a cabo tres grupos focales en Mexicali y Ensenada, con organizaciones y empresas que contratan a egresados de programas de comunicación y afines. Las preguntas que se les plantearon son las que se incluyen por la Metodología de los estudios de fundamentación para la creación, modificación y actualización de programas educativos de licenciatura (UABC, 2018), adaptando el lenguaje para una mejor comprensión (Anexo 1.).

En Mexicali se organizaron dos sesiones con cinco participantes en la primera (jueves 25 de abril, de 19.00 a 21.00 hrs., Lab ReDD de la Facultad de Ciencias Humanas); y seis participantes en la segunda (jueves 16 de mayo, de 19.00 a 21.00 horas, Lab ReDD de la Facultad de Ciencias Humanas). En Ensenada se desarrolló una sesión con 4 participantes.

Los participantes de estos grupos focales en Mexicali fueron: Gulfstream, Héctor Chi; Honeywell, José Manuel Ochoa; La Voz de la Frontera, Ernesto Rodríguez Legorreta; Televisa, Carolina García; Zona Líder, Alejandro Romero; La Crónica de Baja California, Armando Lemus; el Departamento de Producción de Comunicación Social del Ayuntamiento de Mexicali, Ángel Zaragoza; la oficina de Vicerrectoría Mexicali, Isaac Coronado; MVS

Radio, Fernando Cordero; Comunicación Social de Gobierno del Estado, Héctor Gálvez; y el Centro de Educación Abierta y a Distancia-UABC, Yessica Espinosa.

En Ensenada participaron Kanvas; ProNatura; Ceart; y Ensenada.net. En estos grupos, y a solicitud de los entrevistados no se revela su identidad.

Adicionalmente se llevaron a cabo 17 entrevistas personales en Mexicali y Tijuana.

En las cuatro entrevistas aplicadas en Mexicali se utilizó Google Meet, aplicando las mismas preguntas del instrumento empleado previamente en los grupos focales. Los participantes fueron: Abiú Camarena, asesora independiente de comunicación organizacional; Rodrigo Soto, director de Inmo Producciones; Armando Camacho, director de Cárigo Estudio; y Cecilia Tejeda, de Honeywell International, Nueva Jersey.

En Tijuana las entrevistas se aplicaron de forma telefónica, no se revelan datos personales de los entrevistados pues solicitaron anonimato. Las empresas representadas en este ejercicio fueron: Televisa; Mamá Nay, A.C.; IMER; Fundación La Puerta, A.C.; Mucho MKT.; El Trompo; Uniradio; Cuatro Comunicación; Plural MX; Periódicos Healy; Grupo Radio Centro; SC Couching; y Spécola.

A todos los entrevistados se les pidió que procuraran dar tres respuestas a cada pregunta, en algunos casos no todos respondieron de esta forma y es posible que no se obtengan las misma cantidad de frecuencias en el desglose de respuestas.

Para el análisis de los datos se capturaron las entrevistas y respuestas de las sesiones de los grupos focales, empleando como unidades de análisis cada uno de los temas que los entrevistados dieron durante cada sesión; a partir de estas respuestas se establecieron unidades semánticas que permitían aglomerar y codificar el conjunto de las respuestas en categorías de análisis.

Por medio del análisis exploratorio se definieron respuestas coincidentes, se procedió a codificarlas sin omitir ninguna de ellas, independientemente al porcentaje de ocurrencia de la respuesta, con la intención de no omitir ningunos de los temas propuestos por los entrevistados.

Se utilizó Excel para generar tablas de ocurrencia de dos entradas, categorías y frecuencias; se realizó la sumatoria de las respuestas y se definieron sus porcentajes representándolos en gráficos circulares que agrupan el total de todas las respuestas.

A continuación se muestran los temas que se desarrollaron en la sesiones y entrevistas con empleadores, las respuestas comunes, así como las frecuencias de cada una de ellas.

1.2.2.1.1. Resultados del estudio empírico en empleadores.

En relación con las necesidades y problemáticas del mercado laboral que atiende o atenderá el programa, las respuesta generales y las forma en que se aglomeraron las respuestas fueron las siguientes: 1. Comunidades virtuales (VIE) que acerquen a los organizaciones con sus públicos internos y externos; 2. Uso correcto del lenguaje (CLP) en cada una de las plataformas de comunicación; 3. Redefinir lo valores éticos (RVE) de la profesión ante los retos de una sociedad expuesta a procesos de descontextualización de contenidos; 4. Producción y gestión de contenidos digitales en línea, multimedia y transmedia (DMT); 5. Procesar, analizar y gestionar información (PAG) hacia el interior y exterior de la organización; 6. Manejo profesional de redes internas y externas de comunicación (RIE); 7. Expertos en producción multimedia y gestión de contenidos para fortalecer la comunicación de las organizaciones (PMO); 8. Profesionales en relaciones públicas e imagen corporativa (RPI); 9. Espacios informativos con un manejo ético, creativo, veraz y contextualizante (EIC); 10. Comunicación interactiva (CIN); 11. Comunicación de riesgos, manejo de crisis, y promoción de la salud (RCS). Las respuestas se distribuyeron de acuerdo a lo expuesto en la Figura 5.

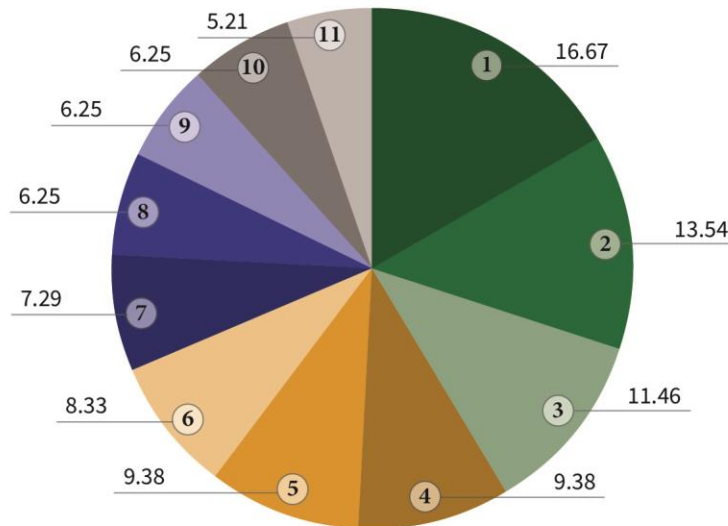


Figura 5. Necesidades y problemáticas del mercado laboral que atiende o atenderá el programa desde la perspectiva de los empleadores. Posición por frecuencia, %.

En relación al campo profesional actual que atienden los egresados, los empleadores ofrecieron las siguientes respuestas ordenadas en número descendente de frecuencia, ver Figura 6:

1. Producción mediática en transmisión área o servicio restringido de paga (PMB). En esta práctica se incluye a reporteros, editores, directores, productores, jefes de información, videógrafos, fotógrafos, responsables de departamento gráfico y diseño editorial, correctores.

2. Producción mediática para medios en línea (PML). En esta práctica se incluyen los puestos tradicionales de producción vinculados a un canal de televisión además de web master, social & media manager y director de contenidos.

3. Comunicación organizacional interna para instituciones públicas o privadas (COI). Se incluye: responsables o colaboradores de departamentos de comunicación y producción de contenidos.

4. Comunicación organizacional externa para instituciones públicas o privadas (COE). Se incluyen relaciones públicas.

5. Comunicación política (CPO). Se incluye relaciones públicas, lobbying, gestión de contenidos, administración y gestión de imagen pública.

6. Mercadotecnia en línea (MOL).

7. Comunicación preventiva y de riesgos (CPR).

9. Comunicación para la salud (CPS).

9. Comunicación educativa (CED). Se incluye producción y gestión de contenidos, así como coordinación de sistemas de interacción en comunidades educativas.

10. Gestión de proyectos de comunicación social (PCS).

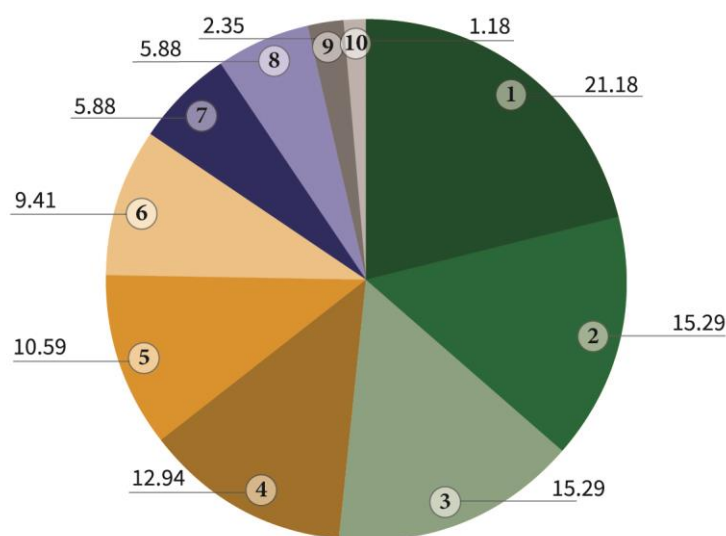


Figura 6. Campo profesional actual que atienden los egresados. Posición por frecuencia, %.

En cuanto al campo profesional futuro que atenderá el egresado las respuestas de los empleadores fueron, en orden descendente en cuanto a su frecuencia, Figura 7.

1. Gestor de contenidos en comunidades virtuales (CCV), en lo que se incluye: producción de contenidos online y gestión en redes virtuales, ventas, administración gerencial, periodismo online.

2. Gestión de información en redes sociales donde se incluye (IRS): *community manager*, análisis y procesamiento estratégico de métricas.

3. Desarrollo y producción de contenidos digitales transmediáticos (PCT) en los que se incluye: periodismo inmersivo, periodismo 360, periodismo de investigación, periodismo espacial, entre otras modalidades del periodismo digital, gestión de contenidos online, administración gerencial de negocios mediáticos, relaciones públicas en medios virtuales.

4. Relaciones públicas de individuos u organizaciones en línea y reputación digital (RPD).

5. Procesos de negociación en la que se incluye (PNE): relaciones públicas, análisis de redes, métrica de interacciones en comunidades virtuales, networking.

6. Gestión de ventas y servicio al cliente empleando herramientas de Big Data (VSB).

7. Administración de comunidades online (ACO) orientadas al proceso de enseñanza-aprendizaje, en las que se incluye producción y gestión de contenidos educativos.

8. Desarrollo y diseño de experiencia del usuario de contenidos en línea (DEU).

9. Desarrollo de aplicaciones donde se incluye (DAP): investigación, diseño de procesos de interacción con el usuario, desarrollo de campañas de comunicación de innovaciones, diseño de interfaces y experiencias de usuario en comunicación interactiva.

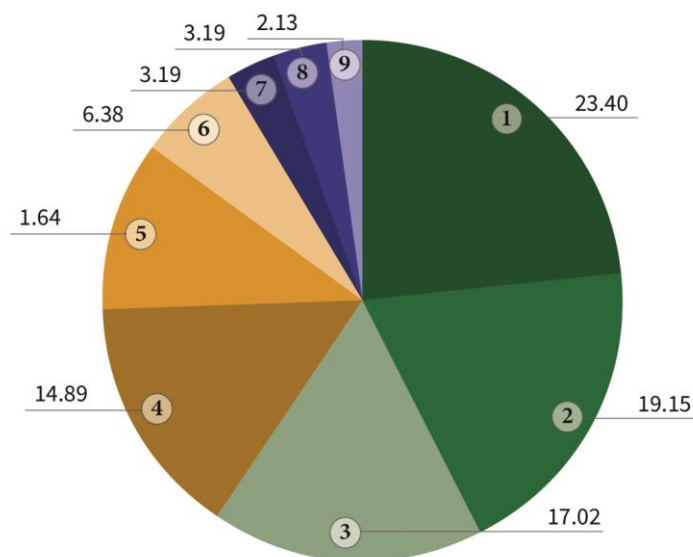


Figura 7. Campo profesional futuro que atenderá el egresado. Posición por frecuencia, %.

En relación al mercado laboral futuro en el que se insertará el egresado del nuevo programa educativo, las respuestas más frecuentes en orden descendente fueron (Figura 8): 1. Asesoría en procesos de comunicación social integral tanto interna como externa (PCS). 2. Empresas de producción de contenidos *online* (POL). 3. Negocios de periodismo

digital en línea (PDL). 4. Cadenas de medios transmediáticos (MTS). 5. Desarrollo de contenidos multimedia *on demand* (MOD). 6. Comunicación política en medios digitales online (CPO). 7. Empresas de *eLearning* (EEL). 8. Imagen pública digital (IPD). 9. Empresas desarrolladoras de aplicaciones digitales e innovaciones (ADI). 10. Promoción turística, gastronómica y experiencia inmersiva en estilos de vida (TGI).

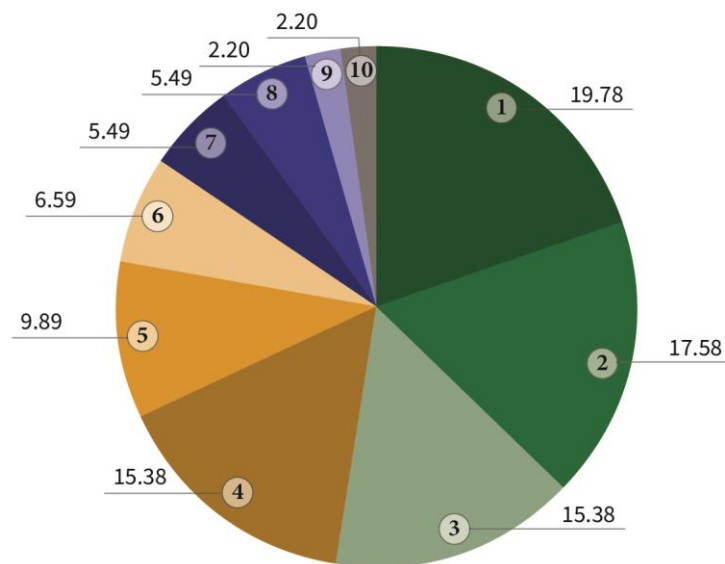


Figura 8. Mercado laboral futuro en el que se insertará el egresado del nuevo programa educativo. Posición por frecuencia, %.

En cuanto al desempeño de los egresados en la opinión de los empleadores, en relación con conocimientos, habilidades, actitudes y valores, las principales respuestas fueron (Figura 9): 1. Deficiencias en expresión oral y escrita (EOE). 2. Sólidos conocimientos y habilidades en producción mediática (HPM). 3. Sólidos conocimientos y habilidades en comunicación organizacional interna (COI). 4. Buena disposición de continuar aprendiendo (APV). 5. Deficiencias técnico-instrumentales en nuevas tecnologías (NTE). 6. Deficiencias para asesorar o apoyar proyectos de comunicación externa (COE). 7. Deficiencias para definir y vender sus propios servicios profesionales en el mercado (SPM). 8. Sólidas habilidades y aptitudes para la investigación (HAI). 9. Desvinculación del estudiante con el mundo del trabajo (MLE). 10. Sin habilidades de administración gerencial (HAG). 11. Sin habilidad para gestionar contenidos en línea o comunidades virtuales (COC).

12. Falta de experiencia o portafolios de evidencias profesionales débiles (PEP). 13. Pobre conocimiento del contexto histórico-social (CHS).

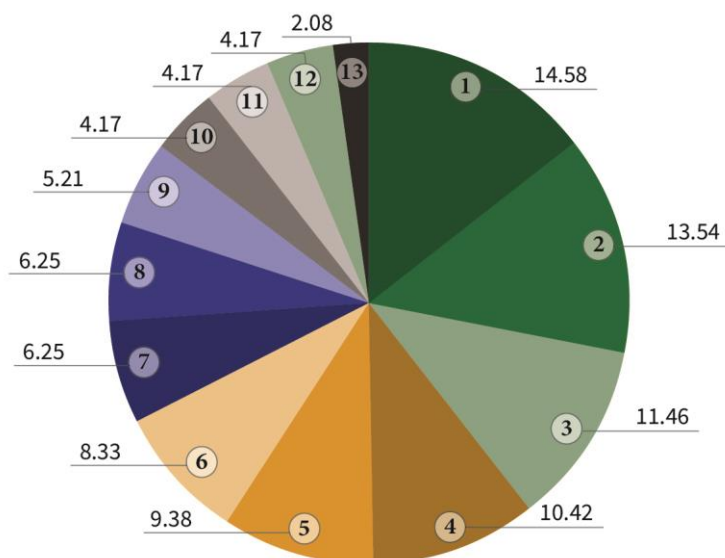


Figura 9. Desempeño de los egresados en la opinión de los empleadores, en relación con conocimientos, habilidades, actitudes y valores. Posición por frecuencia, %.

En cuanto al perfil profesional del egresado de acuerdo a las expectativas y requerimientos del mercado laboral, las respuestas fueron las siguientes (Figura 10): 1. Habilidades en nuevas tecnologías para la producción o gestión de medios en línea (PGO). 2. Producción transmedia (PTM). 3. Competencias para administración gerencial (ADG). 4. Habilidades para administrar comunidades virtuales (ACV). 5. Sólida formación ética (FET). 6. Promotor del derecho a la información pública y a la privacidad individual (IPP). 7. Habilidades para periodismo digital *on line* (PDO). 8. Promotor de los valores de tolerancia, el diálogo, la democracia y la libertad de expresión (PDV). 9. Compromiso con la promoción de la calidad de vida y el cuidado del medio ambiente (VMA). 10. Habilidades para gestionar la reputación digital de organizaciones o personas (RDI). 11. Habilidad para el desarrollo y comunicación de innovaciones (DCI). 12. Capacidad para desarrollo de redes laborales (DRL).

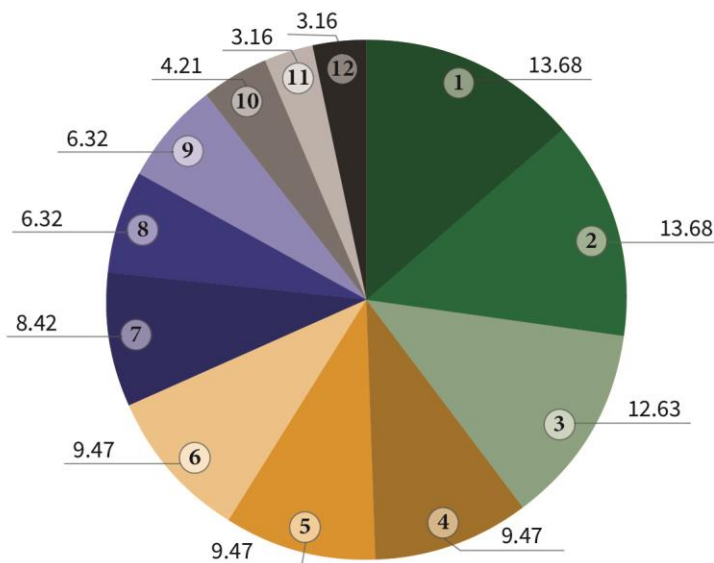


Figura 10. Perfil profesional del egresado de acuerdo a las expectativas y requerimientos del mercado laboral. Posición por frecuencia, %.

Los empleadores consideran las siguientes oportunidades de mejora del programa (Figura 11). 1. Vinculación empresarial (VEM). 2. Desarrollar bolsas de trabajo eficientes y funcionales (DBT). 3. Formación de excelencia en el uso de aplicaciones informáticas (FAP). 4. Formación en gestión de redes sociales (GRS). 5. Formación para el desarrollo y promoción de aplicaciones digitales (APD). 6. Programación básica (PRB). 7. Comunicación organizacional externa (COE). 8. Habilidad para desarrollar propuestas a partir del uso de Big Data (PBD). 9. Gestores y administradores de información para diversos tipos de públicos (GAI). 10. Desarrollar competencias para coordinar, dirigir o integrar equipos de trabajo (CDI).

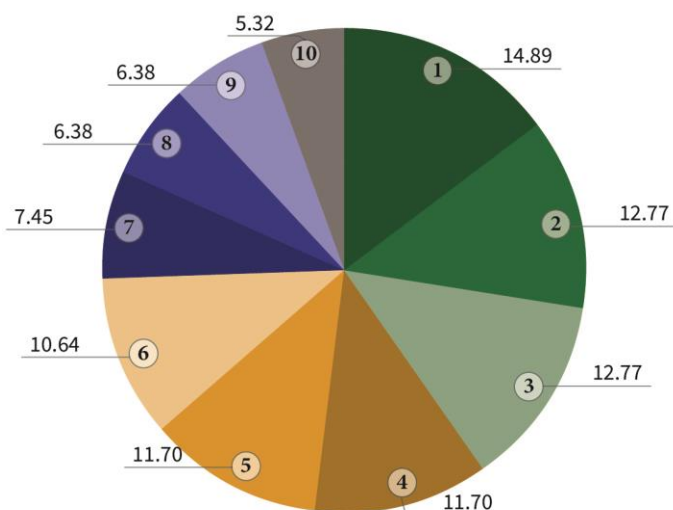


Figura 11. Oportunidades de mejora del programa en opinión de los empleadores. Posición por frecuencia, %.

1.2.2.2. Estudio empírico de egresados.

La población está conformada por egresados del plan de estudios en los últimos cinco años. Se organizaron tres grupos focales con la participación de 26 egresados de distintos semestres. A solicitud de los participantes se reservan sus nombres. La relación con información individual y perfiles se presenta en el punto 3.6. de este documento.

Las preguntas se basan en las preguntas sugeridas por la metodología de evaluación. De acuerdo a los resultados del instrumento aplicado en el apartado del estudio empírico, tanto de este capítulo como del capítulo sobre egresados, quienes concluyen el PE se contratan principalmente en Comercio, Transformación, Servicios Personales, Servicios Profesionales, Gobierno y Educación y Salud.

Los datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) correspondiente al tercer trimestre del 2019, muestran que las actividades con mayor número de personas ocupadas en el país fueron: Comercio, Transformación, Agricultura y Servicios Personales; con 9.7, 8.8 y 5.9 de millones de personas ocupadas respectivamente). Estas actividades suman juntas, el 58.6% del total de la población ocupada. Los egresados del programa que fueron entrevistados están contratados en tres de estas cuatro actividades, aunque también hay egresados contratados en las actividades con el menor porcentaje de participación en el total de personas ocupadas: Extractivas, Gobierno, Transporte y Servicios Profesionales; con 0.4, 2.3, 2.8 y 3.4 millones de personas ocupadas respectivamente.

Los egresados del programa que fueron entrevistados están contratados en las tres de las cinco actividades que ocupan al mayor número de personas con educación superior: Educación y Salud, Servicios Profesionales, Gobierno, Extractivas y Transporte; con 70.3%, 54.2%, 45.8%, 32.6% y 20.5% respectivamente. Asimismo se encuentran en tres de las cinco actividades con los mayores ingresos mensuales reportados: Gobierno, \$9,643;

Educación y Salud, \$9,421; Servicios Profesionales, \$8,951; superados solamente por Extractivas, \$11,138; y por arriba de Transporte, \$8,302.

Al igual que el estudio empírico de empleadores, se solicitó a los participantes de los grupos focales que tratara de ofrecer tres respuestas a cada pregunta, sin embargo, en algunos casos no todos siguieron esta instrucción por lo que es posible que no se obtengan las misma cantidad de frecuencias en el desglose de respuestas de cada uno de los temas.

Para el análisis de los datos se capturaron las entrevistas y respuestas de las sesiones de los grupos focales, las unidades de análisis se asignaron de acuerdo a cada uno de los temas que los entrevistados respondieron para cada pregunta; a partir de estas respuestas se establecieron unidades semánticas que permitían aglomerar y codificar el conjunto de las respuestas en categorías de análisis.

Por medio del análisis exploratorio se establecieron las respuestas coincidentes, se codificaron sin omitir ninguna de ellas, sin importar porcentajes mínimos de ocurrencia en la respuesta, con la intención de no omitir ninguna de las respuestas de los entrevistados.

Se utilizó Excel para generar tablas de ocurrencia de dos entradas, categorías y frecuencias; se realizó la sumatoria de las respuestas y se definieron sus porcentajes representándoolos en gráficos circulares que agrupan el total de las respuestas.

A continuación se muestran las categorías de análisis que se desarrollaron en la sesiones y entrevistas con los egresados, sus respuestas comunes, así como las frecuencias de cada una de ellas.

1.2.2.2.1. Resultados del estudio empírico sobre mercado laboral en opinión de los egresados.

De acuerdo a los egresados del programa educativo, las necesidades y problemáticas del mercado laboral -ya sean empresas, organizaciones o instituciones- que atenderá o atienden son las siguientes (Figura 12): 1. Generar y mantener comunidades virtuales empleando recursos de redes sociales (CRS). 2. Capacidad para comunicarse en más de un idioma a nivel negociación (LEX). 3. Habilidades en producción multimedia y gestión de contenidos (PMG). 4. Contextualizar el ejercicio profesional del licenciado en

ciencias de la comunicación de acuerdo a los retos de la sociedad de la información, el exceso de información y los procesos sistemáticos de desinformación (CEP). 5. Gestión de ventas a partir de información proporcionada por interacciones digitales (GVD). 6. Capacidad para diseñar, implementar y conducir campañas de mercadotecnia (CMT). 7. Uso extensivo de aplicaciones y soluciones digitales para los procesos de producción y gestión de contenidos (APC). 8. Buenos oradores y narradores de historias (ONH). 9. Fuerte compromiso ético con el manejo de la información (EMI). 10. Conocimiento y habilidades, tanto teóricas como prácticas para la gestión de la comunicación social (CHC). 11. Expertos en redes internas y externas de comunicación (RIE). 12. Buen manejo de relaciones públicas e imagen corporativa (RPI). 13. Comunicación interactiva (CIA).

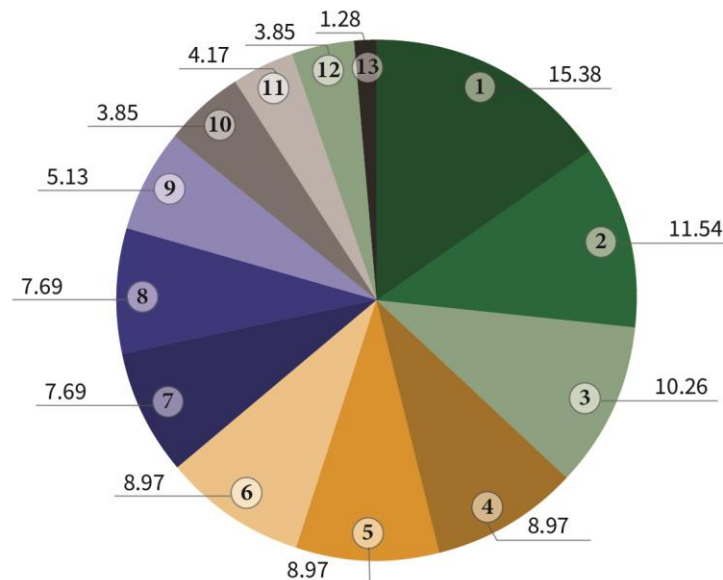


Figura 12. Necesidades y problemáticas del mercado laboral.

En relación al campo profesional actual que atienden los egresados, éstos respondieron lo siguiente (Figura 13): 1. Producción de medios en línea (PML). 2. Comunicación organizacional interna y externa para instituciones públicas o privadas (CIE). 3. Procesos de mercadotecnia con crecientes recursos digitales en línea (MOL). 4. Procesos de negociación y ventas (PNV). 5. Habilidades gerenciales y de gestión de recursos (HGA). 6. Uso y procesamiento de información a partir de herramientas digitales (PID). 7. Relaciones públicas (REP). 8. Comunicación educativa (CED). 9. Docencia (DOC).

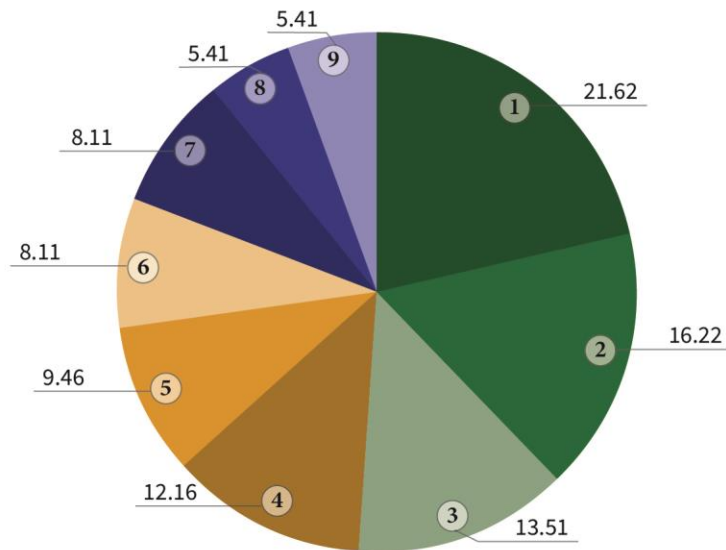


Figura 13. Campo profesional actual que atienden los egresados.

Los egresados consideran, en cuanto al campo profesional futuro que atenderán, los siguientes espacios laborales (Figura 14): 1. Comunidades virtuales y redes sociales (CVR). 2. Producción de contenidos en línea (PCO). 3. Análisis y procesamiento estratégico de métricas en procesos de interacción en línea (API). 4. Alta negociación (ANE). 5. Producción de contenidos digitales transmediáticos (PCT). 6. Reputación digital de individuos u organizaciones (RDI). 7. Desarrollo de aplicaciones digitales (DAP). 8. Gestión social (GSO). 9. Emprender un negocio propio u ofrecer servicios profesionales especializados (SPE). 10. Producción de contenidos educativos (PCE).

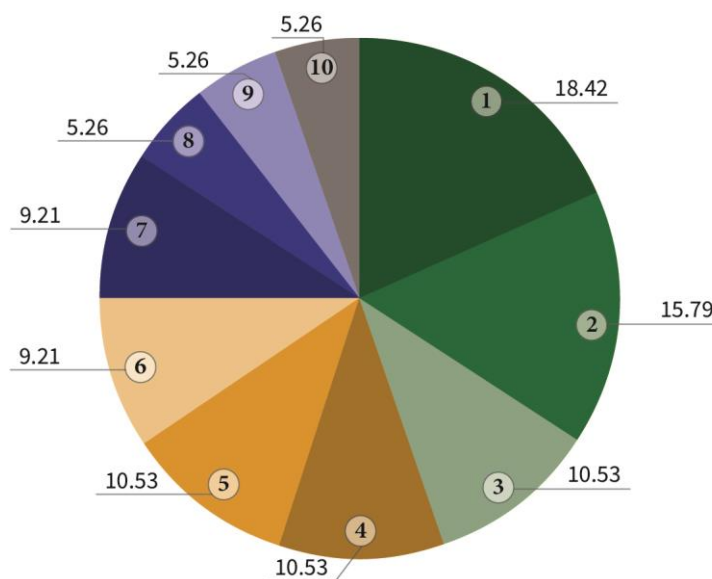


Figura 14. Campo profesional futuro que atenderán los egresados.

En relación al mercado laboral futuro en el que se insertará el egresado del nuevo programa educativo, las respuestas más frecuentes de parte de los egresados fueron (Figura 15): 1. Gestión de contenidos y procesos de comunicación en comunidades virtuales (GCV). 2. Periodismo digital en línea y contenidos transmedia (PLT). 3. Comunicación educativa digital (CED). 4. Cadenas de medios transmediáticos (MTM). 5. Producción y gestión de contenidos educativos en línea (PCE). 6. Imagen y relaciones públicas digitales (IRP). 7. Análisis de flujos de información en redes sociales (ARS). 8. Producción de contenidos digitales *on demand* (POD). 9. Desarrollo de aplicaciones (DAP). 10. Gobierno y gestión social electrónica (GGE). 11. Experiencias inmersivas en estilos de vida (EIE). 12. Desarrollo de proyectos para ONGs (ONG).

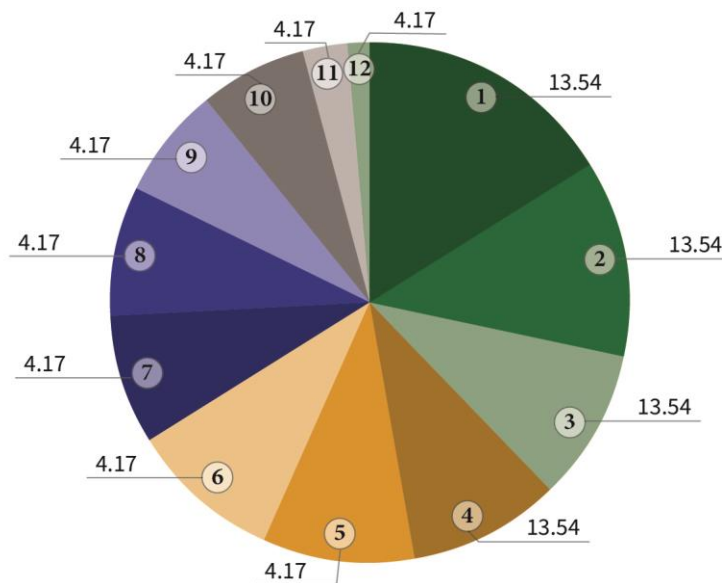


Figura 15. Mercado laboral futuro en el que se insertará el egresado del nuevo programa educativo.

En cuanto al perfil profesional del egresado de acuerdo a las expectativas y requerimientos del mercado laboral, las respuestas de los egresados fueron las siguientes (Figura 16): 1. Gestión de comunidades virtuales (GCV). 2. Administración gerencial (ADG). 3. Emprendedurismo (EMP). 4. Comunicación organizacional externa (COE). 5. Mercadotecnia (MKT). 6. Desarrollo de contenidos multiplataforma (DCM). 7. Sólido comportamiento ético (COT). 8. Periodismo transmedia (PTM). 9. Desarrollo y comunicación de innovaciones (DCI). 10. Dominio de más de un idioma (LEN). 11. Capacidad expositiva (EXP). 12. Docencia y producción de contenidos educativos (DPE). 13. Promoción del

cuidado del medio ambiente y la calidad de vida (ACV). 14. Entendimiento del marco jurídico (EMJ).

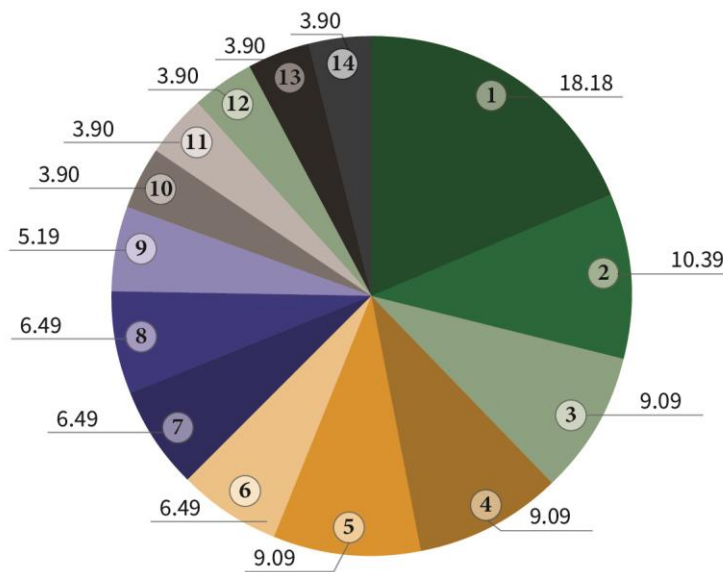


Figura 16. Perfil profesional del egresado de acuerdo a las expectativas y requerimientos del mercado laboral.

Los egresados consideran las siguientes oportunidades de mejora del programa (Figura 17): 1. Vinculación empresarial (VEM). 2. Dominio de las aplicaciones digitales más recientes para la producción y gestión de contenidos (ADP). 3. Fortalecer competencias el área de mercadotecnia y ventas (MTV). 4. Competencias para emprender un negocio (CEN). 5. Ofrecer espacios de prácticas escolares lo más cercanos al mercado laboral (PML). 6. Mejorar la bolsa de trabajo (BDT). 7. Programación básica (PRB). 8. Nociones de *Big Data* (NBG). 9. Competencias gerenciales (CGE). 10. Estadística para la comprensión y uso estratégico de la información (UEI). 11. Habilidades para el desarrollo y gestión de contenidos transmedia (CTM). 12. Unidades de aprendizaje en idiomas extranjeros (UAE). 13. Atraer docentes de otras partes del mundo (DEX). 14. Habilidades para el trabajo en redes (HTR). 15. Fortalecer las bases éticas de la profesión (BEP).

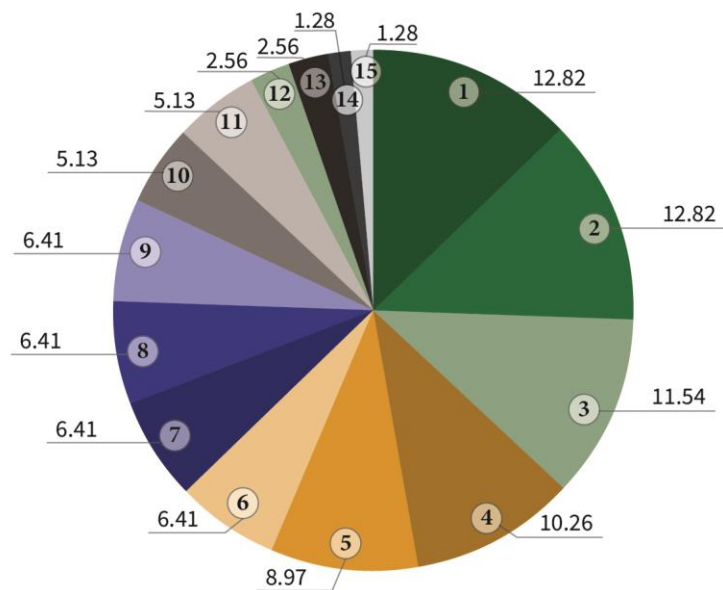


Figura 17. Oportunidades de mejora del programa.

1.2.3. Conclusiones del estudio empírico en empleadores y egresados.

A partir de las respuestas se puede inferir respecto a las necesidades del mercado laboral, el campo profesional y laboral, el desempeño profesional de los egresados y las oportunidades de mejora del programa.

1.2.3.1. Necesidades y problemáticas del mercado laboral (empresas, organizaciones e instituciones) que atenderá o atiende el programa educativo, particularmente los egresados del programa.

Se requieren profesionistas que puedan incidir positivamente en los medios, particularmente en aquellos gestionados en plataformas digitales. En este sentido, tanto empleadores como egresados identifican competencias relacionadas no sólo con las habilidades técnico-instrumentales o de construcción de discurso, sino capacidades gerenciales, administrativas y éticas. Vinculado a esto, reconocen la necesidad de desarrollar en los estudiantes habilidades teórico-instrumentales para la producción de recursos multimedia y transmedia. Reconocen la importancia que tiene la gestión de la información y administración de las fuentes de información, las relaciones públicas y la gestión de recursos financieros. Necesario formar profesionistas con conocimiento en comunicación interactiva.

Deben aprovecharse la amplitud de las redes sociales como un instrumento de comunicación e interacción entre usuarios, contenidos y comunicadores.

Se requieren empresas o profesionales que brinden asesoramiento en comunicación organizacional interna y externa, comunicación social, relaciones públicas, desarrollo de imagen corporativa, institucional o personal.

Cinco empleadores, tres de ellos vinculados con el sector gubernamental, ven espacios de oportunidad en la comunicación de riesgos, procesos de manejo de crisis y comunicación y salud.

En cuanto a la comunicación organizacional, los empleadores y egresados reconocen que el mercado laboral requiere profesionistas altamente especializados en comunicación organizacional, particularmente en comunicación externa, personas con capacidad de gestión y administración de recursos financieros, técnicos y humanos, y que además tengan competencias de producción multimedia.

Los egresados recomiendan poner atención especial a publicidad y mercadotecnia empleando herramientas digitales en línea y Big Data. En la misma medida que desean desarrollar competencias avanzadas en el uso de paquetería Office, en exposición ante audiencias y habilidades gerenciales y empresariales.

1.2.3.2. Campo profesional actual y futuro que atenderá o atiende el egresado del programa educativo.

En cuanto al campo profesional actual empleadores y egresados reconocen las siguientes áreas de ocupación para los egresados.

Producción de contenidos mediáticos, tanto en medios tradicionales como en medios digitales. Se incluye: reporteros, editores, directores, productores, jefes de información, videógrafos, fotógrafos, responsables de departamento gráfico y diseño editorial, correctores.

Comunicación organizacional para instituciones públicas o privadas, tanto al interior como al exterior. Se incluye: responsables o colaboradores de departamentos de

comunicación, producción de contenidos y relaciones públicas, comunicación social y comunicación política.

Comunicación preventiva y de riesgos, comunicación para la salud.

En relación con el campo profesional futuro identifican:

Operación de sistemas de información y comunicación en línea. Incluidos: gestión de contenidos, comunicación y relaciones públicas de individuos u organizaciones en línea, reputación digital.

Gestor de contenidos en comunidades virtuales, en lo que se incluye: producción de contenidos online y gestión en redes virtuales, relaciones públicas, ventas, administración gerencial, periodismo online, gestión de información mediante métricas de redes sociales y community manager.

Desarrollo y producción de contenidos digitales transmediáticos en los que se incluye: periodismo inmersivo, periodismo 360, periodismo de investigación, periodismo espacial, entre otras modalidades del periodismo digital, gestión de contenidos online, administración gerencial de negocios mediáticos, relaciones públicas en medios virtuales.

Comunicación educativa, en la que se incluye: producción y gestión de contenidos, administración de comunidades online orientadas al aprendizaje.

Procesos de negociación en la que se incluye: relaciones públicas, análisis de redes, métrica de interacciones en comunidades virtuales, networking.

Gestión de ventas empleando herramientas de Big Data.

Desarrollo y diseño de experiencia del usuario de contenidos en línea.

Desarrollo de aplicaciones donde se incluye: investigación, diseño de procesos de interacción con el usuario, desarrollo de campañas de comunicación de innovaciones, diseño de interfaces y experiencias de usuario en comunicación interactiva.

1.2.3.3. Mercado laboral actual y futuro donde se insertará el egresado del nuevo programa educativo.

El mercado laboral futuro, en opinión de los entrevistados, se integra por empresas desarrolladoras de aplicaciones digitales e innovaciones; empresas propias de producción de contenidos on line. Empresas de eLearning. Cadenas de medios transmediáticos. Desarrollo de contenidos multimedia *on demand*. Promoción turística, gastronómica y experiencia inmersiva en estilos de vida. Negocios de periodismo digital en línea.

1.2.3.4. Desempeño de los egresados de acuerdo con la opinión de los empleadores, en cuanto a conocimientos, habilidades, actitudes y valores.

A grandes rasgos los empleadores califican el desempeño de los egresados como regular.

Entre las fortalezas de los egresados identifican producción de contenidos, dominio de grandes aspectos de la comunicación organizacional interna y disposición a continuar aprendiendo.

En tanto que encuentran debilidades en expresión oral y escrita; el nivel de experiencia o falta de portafolios de evidencias profesionales; asesoría en proyectos de comunicación institucional o personal; desvinculación del LCC con el mundo del trabajo; algunos vacíos técnicos en la capacidad para la producción de contenido; falta de conocimiento del contexto histórico-social; deficiencias para definir y vender sus propios servicios profesionales en el mercado; falta de habilidades de administración gerencial; poca capacidad para gestionar contenidos en línea o comunidades virtuales.

1.2.3.5. Perfil profesional del egresado de acuerdo a las expectativas y requerimientos del mercado laboral.

De acuerdo a los resultados del estudio documental y el estudio empírico, hace falta desarrollar habilidades para el trabajo y experiencia laboral antes de su egreso. El plan de estudios no incluye Unidades de Aprendizaje donde se aborde el estado del arte en medios en línea, comunidades virtuales, reputación digital de empresas o personas, producción transmedia, competencias de administración gerencial de medios o departamentos de

comunicación, deontología, ética, responsabilidad social, derecho a la información pública, derecho a la privacidad individual, periodismo digital on line, desarrollo y comunicación de innovaciones o networking.

1.2.3.6. Oportunidades de mejora que tiene el programa con base en la opinión de empleadores.

Vinculación empresarial lo que significa también vincular a los profesores, fortaleciendo las relaciones públicas de los responsables de vinculación en las Escuelas con las empresas. Desarrollar bolsas de trabajo. Formación de excelencia en el uso de aplicaciones informáticas, incluida la paquetería de Office. Formación en gestión de redes sociales. Formación para el desarrollo y promoción de aplicaciones digitales. Programación básica. Comunicación organizacional, sobre todo externa. Habilidad para desarrollar propuestas a partir del uso de Big Data. Gestores y administradores de información para diversos tipos de públicos. Dan especial importancia a desarrollar competencias para trabajar, coordinar y dirigir equipos transdisciplinarios, multidisciplinarios e interdisciplinarios.

1.2.4. Conclusiones sobre el análisis del mercado laboral.

El programa actual responde a las necesidades del campo laboral presente y futuro en las áreas de producción audiovisual; comunicación organizacional al interior de las organizaciones; y marco referencial teórico pertinente.

El programa desarrolla de forma parcial el siguiente conjunto de competencias vinculadas con el campo laboral actual y futuro: gestión y producción de contenidos informativos, tanto de corte periodístico como de comunicación en las organizaciones, interna y externa. Competencias generales para la gestión de contenidos de promoción de la salud. Competencias generales básicas en relaciones públicas. Responsabilidad social, ética y deontología de la profesión. Competencias generales en comunicación educativa, pero sólo a partir de ayudantías, proyectos de vinculación y prácticas profesionales. Marco jurídico y legal, particularmente en cuestiones relacionadas con el acceso a información

pública, responsabilidades legales en el uso y manejo de la información, y seguridad de información privada.

El programa no desarrolla competencias requeridas por el mercado laboral actual y futuro: integración de portafolios profesionales coherentes con las expectativas del mercado. Administración de sistemas de información, comunicación e interacción en línea, particularmente en el uso de métrica para describir y predecir los comportamientos y necesidades de los públicos o usuarios. Comunicación política. Gestión de contenidos y procesos de interacción en comunidades virtuales. Producción de contenidos transmedia, particularmente aquellos de carácter inmersivo o interactivo. Procesos de negociación y *networking*. Mercadotecnia y publicidad, particularmente en la comprensión descriptiva y predictiva del público o usuario mediante la integración de herramientas de Big Data. Experiencia del usuario en contenidos en línea. Programación básica. Desarrollo de aplicaciones e interfaces interactivas.

1.3. Estudio de egresados

El objetivo del presente estudio es conocer la perspectiva de los egresados en torno a su experiencia educativa y sus necesidades de formación al momento de su inserción al mercado laboral.

Para esto se utilizó un muestreo no probabilístico mixto, a través de listas de correos electrónicos institucionales, se envió a los egresados de Ciencias de la Comunicación la solicitud de contestar un cuestionario, para el cual se emplea la herramienta de formulario de Google. Como estrategia, para incrementar el número de participantes, se reenvió en diversas ocasiones y se compartió la dirección de enlace vía redes sociales de los egresados, durante el periodo comprendido entre junio 2018 y julio 2019.

La población o universo es de 984 egresados, donde el 25.41%, esto es un estrato de 250, corresponden al campus Ensenada, el 21.95%, un estrato de 216, son del campus Mexicali y, por último, el 52.64%, el estrato más grande, es de 518 egresados del campus Tijuana.

Para estimar el tamaño de muestra, como una medida de referencia, se utiliza la fórmula para poblaciones finitas, similar a la que utilizan las calculadoras virtuales, con un 95% de confianza, un error de estimación de 6.3%, la probabilidad de éxito o heterogeneidad del 0.50, dadas las similitudes en la formación de los egresados (Martín, Lafuente y Faura, 2015). Lo que significa, que, con una muestra estimada de 192 egresados, la cual representa el 19.51% de los egresados, el 95% de las veces el dato que se quiere medir estará en el intervalo $\pm 6.3\%$ respecto al dato que observen en los resultados de la encuesta.

En la tabla 4, se puede observar la composición de la población y el porcentaje por campus, así como la cantidad de egresados que integran la muestra, y la integración porcentual de la muestra en la población por campus, así como la participación porcentual en la muestra, donde la representación mayor es de Tijuana, seguida de Ensenada y Mexicali la cual corresponde al volumen de egresados de cada campus.

Tabla 4.
Egresados de 2015-2 a 2018-1 y muestra por campus.

Campus	Egresados al 2018	Porcentaje de la población	Muestra	Porcentaje de la muestra por ciudad	Porcentaje de la muestra
Ensenada	250	5.08%	50	20%	26.04%
Mexicali	216	1.32	13	6.02	6.77
Tijuana	518	13.11	129	24.90	67.19
Total	984	19.51	192	19.51	100.00

Fuente: Elaboración propia.

El cuestionario de egresados, ver anexo 2, incluye un total de 22 preguntas de las cuales 13 de ellas son cerradas y nueve son abiertas, al utilizar este método mixto se tiene como propósito conocer con una mayor profundidad la opinión de los egresados. Por ello, se requieren métodos de procesamiento distinto, las preguntas abiertas serán codificadas para identificar tendencias, de ésta forma analizar el contenido de las respuestas. Las variables o información que se explora en el instrumento son datos personales y generales de los egresados, para clasificarlos por campus, edades, género, donde resalta el tiempo que tarda el egresado en conseguir empleo, además de conocer sobre sus condiciones laborales y su relación con la licenciatura, es decir, si su empleo actual se relaciona con los

estudios profesionales en el campo de la comunicación e identificar el área en la que se desempeña y el tipo de contratación para estar al tanto si es emprendedor, trabaja de forma temporal, por honorarios o tiene un empleo fijo.

Entre la información que se busca ahondar con el instrumento son los requerimientos o herramientas que el egresado requiere para desarrollar su trabajo, a través de la descripción de las actividades de comunicación que el egresado desarrolla, la identificación de problemáticas de comunicación en su ámbito laboral y los conocimientos necesarios para desarrollar su trabajo (ver en anexo 2. Cuestionario a egresados, preguntas abiertas 8, 9 y 10) esto con la finalidad de observar si se han aplicado o no las herramientas del plan de estudio actual y para visualizar mejor en la modificación del plan de estudios.

Otro aspecto importante es indagar sobre las habilidades y conocimientos que los egresados consideran necesarios para su desempeño laboral en cualquier organización. Además de los valores y actitudes que debe tener un comunicólogo en su desempeño laboral (ver en anexo 2, Cuestionario a egresados, preguntas abiertas 11, 12 y 13). Asimismo, se identificaron áreas de emergentes de la comunicación que los egresados identifican en su campo laboral, que no necesariamente están realizando (ver anexo 2, pregunta 14).

El análisis de los datos se realiza a partir de elaborar la matriz de datos, con base en el cuestionario de egresados, en el programa y versión *IBM SPSS Statistics 24.0*, donde a cada variable o pregunta de respuesta cerradas se le asigna los valores que corresponden a sus posibles respuestas, mientras que a las preguntas abiertas se les deja el espacio suficiente para integrar las respuestas completas de los egresados. Las respuestas de los egresados se descargaron en un archivo de hoja de cálculo de Excel para ser importados a la matriz, la cual es depurada para evitar errores de captura o escritura en las respuestas cortas donde no se utilizan códigos.

A través del análisis exploratorio de los datos de tipo descriptivo de cada variable se realizaron tablas de doble entrada o cuadros de contingencia para conocer la relación entre la variable y los diferentes campus, para observar las coincidencias en respuestas. En el

caso de las preguntas abiertas, incluidas aquellas donde se solicitaba nombrar tres actividades, conocimientos, habilidades, etcétera, se codificaron para integrar una tabla, en estos casos se buscan los temas afines y luego se les asigna un código de acuerdo a las respuestas de los egresados, como puede ser el área de conocimiento en comunicación, habilidad o actividad que integre el tema, en caso contrario, de no haber una tendencia o coincidencias en las respuestas se deja la respuesta igual. Finalmente se suman las respuestas y se obtiene la tabla final por campus y variable, en la mayoría de las tablas se incluye el total de respuestas y el porcentaje correspondiente, las tablas con una gran variabilidad de respuestas se optó por presentar las respuestas más significativas, las cuales agrupan el mayor porcentaje de similitudes. Tras el estudio empírico en las siguientes secciones se presentan, en resumen, los hallazgos.

1.3.1. Resultados del estudio de egresados.

Los resultados arrojaron información sobre las condiciones sociodemográficas, formación, desarrollo y ejercicio profesional de los egresados; además de identificar las principales problemáticas en la formación del LCC, elementos de formación que requiere el egresado, competencias requeridas para su desempeño laboral y prácticas emergentes,

1.3.1.1. Situación sociodemográfica, formación, desarrollo profesional, ejercicio profesional.

En relación a la situación sociodemográfica el estudio expresa los siguientes resultados, en una muestra de 192 egresados, el 63.5% de ellos son del sexo femenino, que corresponden a 122 egresadas y un 36.5% del sexo masculino, es decir 70 egresados, lo que indica que la matrícula en la licenciatura predomina la población estudiantil del sexo femenino, la cual ha fluctuado históricamente entre un 55 a un 59% dependiendo del semestre y campus de acuerdo a los datos de la coordinación de servicios estudiantiles y gestión escolar.

Los encuestados corresponden a las generaciones del 2015-2 al 2018-1, y su rango de edades se presentan en la tabla 5:

Tabla 5.*Rango de edades de los egresados entrevistados.*

Rango de edades	Cantidad de egresados	Porcentaje
23 – 25	133	69.3%
26 – 32	45	23.4%
33 – 39	11	5.7%
40 – 46	3	1.6%
Total	192	100%

Fuente: Elaboración con datos propios.

Como se observa en la tabla la mayoría de los egresados se encuentran en el rango de edad entre 19 y 25 años que corresponden al 69.3%, y en segundo lugar con un 23.4% se encuentra el grupo de 26 y 32 años. Lo que indica que los egresados, que participaron en el estudio, se han incorporar a temprana edad al mercado laboral.

Respecto al puesto que ocupan los egresados, al momento de contestar la encuesta, se formuló una pregunta de respuesta abierta, las respuestas se clasificaron por área para su organización. En la tabla 6 se muestra el concentrado de actividades desarrolladas de acuerdo a lo declarado en la encuesta.

Tabla 6.*Concentrado de los puestos que ocupan los egresados encuestados.*

Área/ocupación	Total egresados	de	Porcentaje
Administración y edición de redes sociales	20		10.42%
Comunicación en organizaciones	19		9.9%
Educación, promoción y cultura	15		7.81%
Editor multimedia y de otros contenidos	14		7.29%
Medios audiovisuales	14		7.29%
Auxiliar administrativo	11		5.73%
Mercadotecnia, promoción y diseño	11		5.73%
Diseño gráfico	7		3.65%
Reportero	7		3.65%
Ventas-promotor	7		3.65%
Fotografía	4		2.08%
Radio	4		2.08%
Comunicación social	3		1.56%
Otros	3		1.56%
Secretaria y desempleado	2		1.04%
Empresa propia	1		0.52%
No contestó	50		26.04%
Total	192		100%

Fuente: Elaboración propia.

La administración y edición de redes, encabeza las ocupaciones de los egresados con un 10.42%, entre las actividades que desempeñan en esta área son la gestión de redes sociales, la edición y diseño de páginas web, así como dirigir proyectos por internet. La segunda opción más mencionada es la comunicación organizacional con un 9.90%, en esta área los egresados desempeñan puestos desde analistas hasta directores de comunicación, gestión de comunicación interna y capital humano, imagen y presentaciones, encargados de publicaciones internas y desarrollo de proyectos.

La tercera ocupación con 7.81% de los egresados es relacionada con la educación, promoción y cultura, la cual incluye actividades relacionadas con escuelas, docencia, investigación, promoción académica y cultural o gestor cultural.

El editor multimedia y de otros contenidos audiovisuales ocupan el cuarto lugar en las actividades o empleos donde se desempeñan los egresados, el primero incluye ocupaciones como editor de contenido, video o multimedia y específicamente la producción multimedia. En medios audiovisuales los puestos que ocupan son productor audiovisual, jefe de producción y dirección, gerente de locaciones, productor-reportero, director de arte, responsable de operaciones y producción audiovisual, conductor, operador de master y producción.

Para conocer si existe relación del puesto actual con la carrera se preguntó sobre las actividades que desarrollan, resultando:

Tabla 7.
Porcentaje de egresados que realizan actividades relacionadas con la licenciatura en comunicación.

Relacionadas con el puesto	
Comunicación o áreas afín	72.4%
Otras áreas no afines	4.7%
Desempleado	21.9%
No contestó	1.0%

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 7 se muestra un 72.4% de los egresados realiza actividades relacionadas a la comunicación, solamente un 4.7% no desarrolla actividades afines, únicamente un uno por ciento es desempleado y un 21.9% no contestó.

Del 72.4% que realizan actividades de comunicación el 63.8% señalaron que consiguieron trabajo en los primeros seis meses después de su egreso, el 20.5% en el primer año, el 10.2% entre uno y tres años, y sólo el 5.5% egresaron con trabajo, para información más específica ver tabla en anexo 2 la relación tiempo y actividad actual.

Con respecto al tipo de organización donde se desempeña el egresado, en la tabla 8 se puede observar, el mayor porcentaje se ha dedicado al sector servicios esto es un 40.1%, seguido de quienes se trabajan en el sector comercio con un 15.6%, en el gobierno un 6.3%, en organizaciones de la sociedad civil el 5.7% y por último un 4.2% en el sector industrial, el resto no especifica o no contestó.

Tabla 8.*Tipo de organización donde se desempeña el egresado.*

Sector	Cantidad egresados	de	Porcentaje
1. Sector comercio	30		15.6%
2. Sector industrial	8		4.2%
3. Sector servicios	77		40.1%
4. Gobierno	12		6.3%
5. Organización de la Sociedad Civil (OSC)	11		5.7%
No contestó	49		25.5%
Otros	5		2.6%
Total	192		100%

Fuente: Elaboración propia

En referencia a la titulación un 47% de los egresados se encontraban titulados al momento de contestar. Pero en relación con el tiempo que tardan en conseguir trabajo en su campo profesional, como aparece en la tabla 9, el 50% de los egresados consiguen empleo en su área de formación dentro de los primeros seis meses de egreso, esto es 96 egresados, mientras que un 18% respondió que tardaron entre seis meses y un año para colocarse en un empleo como comunicólogo.

Tabla 9.*Tiempo que tardó en conseguir empleo formal en comunicación.*

Tiempo	Ensenada	Mexicali	Tijuana	Cantidad de egresados	de	Porcentaje
Antes de egresar	4	1	8	13		7%
Menos de 6 meses	21	4	71	96		50%
De 6 meses a 1 año	7	2	25	34		18%
De 1 año a 3 años	7	2	10	19		10%
De 7 años en adelante	1	0	0	1		0%
Aún no tiene empleo	7	4	10	21		11%
No contestó	3	0	5	8		4%
Total	50	13	129	192		100%

Fuente: Elaboración propia

Esto indica, sumando las cantidades anteriores y aquellos que tenían empleo antes de egresar, de la Tabla 9, que 143 o un 75% de los egresados encuentra empleo en un año o menos, mientras que otros, 19 de ellos o el 10%, tardan en encontrar empleo entre uno y tres años. Y un 11% no tiene o no consigue empleo en el campo laboral de su carrera.

Otros, el 4%, optan por emprender un negocio propio, estudiar un posgrado o tener un empleo informal.

Para conocer el tipo de contratación de los egresados se utilizó una pregunta cerrada de opción múltiple, en la tabla 10 se muestra el 39.6% seleccionaron que trabaja con contrato por tiempo indeterminado, un 10.9% cuenta con empleo temporal, otro 8.9% trabaja por honorarios, y un 7.3% por proyecto determinado.

Tabla 10.
Tipo de contratación de los egresados.

Tipo de contratación	Ensenada	Mexicali	Tijuana	Cantidad de egresados	Porcentaje
Temporal	4	0	17	21	10.9%
Por honorarios	4	1	12	17	8.9%
Tiempo indeterminado	17	6	53	76	39.6%
Por proyecto determinado	5	0	9	14	7.3%
Autoempleo	2	1	4	7	3.6%
Negocio o empresa propia	2	0	6	8	4.2%
Otra	1	0	3	4	2.1%
No contestó	15	5	25	45	23.4%
Total	50	13	129	192	100%

Fuente: Elaboración propia

Algunos egresados se encuentran en modalidades de autoempleo y negocio propio con un 3.6 y 4.2 respectivamente. En la opción de “otras” respondieron que son voluntarios, estudiantes, desempleado o empleado de confianza, el resto no contestó.

1.3.1.2. Problemáticas en la formación del comunicólogo en el mercado laboral.

Con base en una pregunta abierta donde se les pide a los egresados que indiquen los tres principales problemas de comunicación a los que se enfrentan en sus trabajos, algunas de sus respuestas se relacionaban con sus lugares de trabajo como un mal clima organizacional, falta de liderazgo de sus jefes o responsables, por lo que fue necesario eliminar, codificar y recodificar para analizar y agrupar las respuestas y obtener la tendencia de sus respuestas en función a la pregunta, en tres grandes clasificaciones y otras áreas.

Así, en el ámbito de la comunicación en las organizaciones, se presenta el problema y se denota con la letra (a) para agrupar esta la clasificación, en la tabla 11, suman un total de 53.85%, esto es lo que ellos identifican como problemas relativos a la interacción, pues van desde problemas entre departamentos, comunicación vertical u horizontal donde intervienen los jefes y algunas cuestiones de liderazgo. Asimismo, las respuestas de los egresados refieren “poca comunicación interpersonal”, “falta de cooperación entre compañeros”, “falta de comunicación entre el jefe y los empleados”, y, entre otros la “falta de entendimiento con superiores”.

Tabla 11. *Problemas identificados por los egresados entorno a sus organizaciones y el mercado laboral.*

Problemas que enfrenta el egresado	Cantidad de respuestas	Porcentaje
Comunicación interna (a)	57	19.06%
Estrategias y planeación de la comunicación (a)	45	15.05%
Comunicación organizacional (a)	44	14.72%
Recursos humanos (b)	18	6.02%
Administración (b)	15	5.02%
Formación escolar (c)	12	4.01%
Desconocimiento de las actividades o conocimientos que desarrolla un comunicólogo.	10	3.34%
Comunicación externa (a)	7	2.34%
Producción audiovisual	7	2.34%
Mercadotecnia-Publicidad	6	2.01%
Saber cobrar, hacer contratos o acuerdos (c)	6	2.01%
Salario	6	2.01%
Comunicación informal (a)	4	1.34%
Dinámica de equipos (problemas para trabajar y comunicarse) (a)	4	1.34%
Desarrollo organizacional (b)	3	1.00%
Toma de decisiones. Planeación (b)	3	1.00%
Actualización (c)	2	0.67%
Promoción en redes sociales o internet (c)	2	0.67%
Prestaciones (-)	2	0.67%
Desarrollo profesional (-)	1	0.33%
Periodismo	2	0.67%
Práctica de la teoría (c)	1	0.33%
Elaborar proyectos (c)	1	0.33%
Otros	17	5.69%
Ninguno o no hay problemas	24	8.03%
Total de respuestas	279	100%

Fuente: Elaboración propia. Los porcentajes se obtienen con base en el total de respuestas.

También reconocen problemas en la administración o gestión de las organizaciones, con base en los puntos clasificados con el inciso (b) totalizan un 13.04%, consisten en la

falta de organización o de claridad en lo que se pretende hacer, información dispersa o diversa, pues hay diferentes versiones de la información o bien, no permea a todos los niveles de la organización de la misma forma o con claridad, algunos mencionaron la toma de decisiones a la ligera lo cual refleja una falta de estrategias y planeación, dentro de la organización. Esto con comentarios como “en ocasiones la comunicación entre los miembros de un departamento no es clara y concisa, se asume que se sabe de lo que se está hablando”, “falta de comunicación entre áreas administrativas”, y “no se informa al equipo de cambios o actividades nuevas”.

Dentro del punto anterior (b) los egresados mencionan que hay fallas en las estrategias o planeación para presentar planes por parte de los egresados incluso algunos identifican que les falta actualización, pero también es algo que ocurre al interior de la organización, algunos comentan la dificultad para llevar la teoría a la práctica y elaborar proyectos. Esto es evidente con algunos comentarios, como: “el objetivo de la empresa no está bien definido”, “falta de organización en la institución”, “información dispersa entre departamentos”, “coordinación con personas a mi cargo”, “praxis”, y “elaboración de proyectos para obtener recursos” forman parte de sus problemáticas.

Al respecto, en la tabla 11 los puntos (c) el 8.02%, centran las problemáticas relativas a la formación en el campo laboral en cuatro subtemas, el primero, aquellas relacionadas con su formación escolar como “saber lo básico de cada rama de la licenciatura”, “expresión corporal y escrita”, “dominio de un segundo idioma”, “redacción”; el segundo subtema son los conocimientos de cómo saber cobrar, hacer contratos o establecer acuerdos: pues mencionan que “la falta de consenso sobre precios ha abaratado los servicios”, “los clientes desconocen el precio real de los servicios” y “no saber cobrar por el trabajo”, con lo cual se ven afectados los salarios. El tercero se relaciona con la actualización donde los egresados mencionan la falta de “capacitación en área de diseño y manejo de redes” y la capacitación en general. Por último, el cuarto subtema es relacionado con la “praxis y la elaboración de proyectos para obtener recursos”.

Si bien, las primeras tres filas de la tabla 11 muestran el concentrado de lo que ellos mencionaron como problemática, es preciso aclarar que los egresados consideran apremiante, entre los problemas en el campo laboral, el reconocimiento de la carrera en el campo laboral, se conozca lo que sabe hacer un comunicólogo. Además, identificaron conocimientos que se encuentran en el plan de estudios actual, pero que, al contrarrestarlos con el campo laboral, ven la falta de temas actuales en el uso de medios digitales, y otras habilidades a desarrollar como las financieras y contables.

1.3.1.3. Elementos de formación que requiere el egresado para mejorar su desempeño laboral.

En relación con los conocimientos en su práctica laboral, con base en una pregunta cerrada de selección múltiple, cada egresado de la muestra elige las opciones que describen los conocimientos necesarios en su práctica laboral. En la figura 18 se presentan sus respuestas, donde los porcentajes corresponden a la cantidad de respuestas para cada opción. Donde en primer lugar un 53% indica la falta de conocimientos en proyectos de comunicación de los diferentes medios, seguido del 48% que señala la falta de conocimientos para proponer soluciones y resolver problemas de comunicación, y en menor medida pero con un porcentaje significativo, un 41%, los conocimientos sobre procedimientos para la elaboración de productos comunicativos mediáticos, mientras que aquellos necesarios para llevar a cabo procedimientos para identificar problemas de comunicación, alcanzaron un 32% y un 31% realizar el análisis de productos comunicativos.

Finalmente, con un porcentaje menor, aquellos conocimientos para la investigación aplicada a la comunicación, con un 18% y el periodismo, con un 12%.



Figura 18. Elementos de formación que el egresado considera requiere para un mejor desempeño profesional en comunicación.

Asimismo, la pregunta incluía la opción abierta para describir otros conocimientos, donde indicaron la falta de conocimientos entorno a la educación financiera, planes de negocio, cotizar trabajos y deducción de impuestos, así como la falta de conocimientos y herramientas digitales como campaña, herramientas para manejo de redes sociales, ventas e investigación, principalmente.

Para conocer las áreas que desarrollan los egresados se utilizó una pregunta de opción múltiple, similar a la anterior, que incluía la opción para especificar “otra”, los resultados se presentan en la tabla 12, donde destacan el desarrollo de actividades relacionadas con la mercadotecnia, con un 11.46%, seguida de un área afín como lo es la publicidad con un 9.90% y un 6.77% indicó que realiza actividades como estrategia en la elaboración de proyectos, seguidas de las áreas de la comunicación organizacional e institucional con un 5.73% y 5.21% respectivamente.

Tabla 12.*Actividad en la que se desarrolla de acuerdo a su actividad actual.*

Actividad que desarrolla	Ensenada	Mexicali	Tijuana	Cantidad de egresados	Porcentaje
Mercadotecnia	3	2	17	22	11.46%
Publicidad	5	1	13	19	9.90%
Estrategia (elaboración de proyectos)	5	0	8	13	6.77%
Comunicación organizacional	2	1	8	11	5.73%
Comunicación institucional	4	0	6	10	5.21%
Producción en TV	2	0	7	9	4.69%
Diseño gráfico	0	0	8	8	4.17%
Periodismo en línea	1	2	3	6	3.13%
Producción en radio	0	0	5	5	2.60%
Promotor cultural	2	0	2	4	2.08%
Docente	2	0	2	4	2.08%
Productor en cine	3	0	1	4	2.08%
Periodismo televisivo	2	0	1	3	1.56%
Periodismo en radio	0	0	2	2	1.04%
Relaciones públicas	1	0	1	2	1.04%
Producción y edición medios impresos	0	1	1	2	1.04%
Gestión de fondos	1	0	1	2	1.04%
Consultor en comunicación	0	0	1	1	0.52%
Agencia de medios digital	0	0	1	1	0.52%
Comunicación digital	0	0	1	1	0.52%
Comunicación social	0	0	1	1	0.52%
Diseño web y mantenimiento web básico	0	0	1	1	0.52%
Editor	0	0	1	1	0.52%
Fotógrafo	0	0	1	1	0.52%
Fotoperiodismo	0	0	1	1	0.52%
Investigación para proyectos de desarrollo social	0	0	1	1	0.52%
Producción audiovisual	0	0	1	1	0.52%
Promotor	1	0	0	1	0.52%
Otras áreas	1	1	7	9	4.69%
No contestó	15	5	24	46	23.96%
Total	50	13	127	192	100%

Fuente: Elaboración propia.

Si bien, las áreas de producción aparecen con porcentajes bajos al sumarlas alcanzan un 10.42%, pero se prefirió dejarlas por separado para poder visualizar cada una de las áreas que están desarrollando los egresados.

1.3.1.4. Conocimientos, habilidades, actitudes y valores requeridas para su desempeño laboral.

Esta sección inicia con el análisis de los conocimientos que los egresados, de la muestra, consideran necesarios en el desempeño profesional como comunicólogos en la organización, empresa o institución donde laboran, se les pidió redactar los tres principales, por lo que las respuestas fueron agrupadas por temas y codificadas para su análisis, dada la variedad de las respuestas, se presentan sólo las diez principales en orden descendente. En la tabla 13, se presentan los resultados, destaca en primer lugar los conocimientos relacionados con habilidades comunicativas como la expresión oral, corporal y escrita, y, en segundo lugar, el uso de programas para editar diferentes productos comunicativos, entre los que mencionan con mayor repetición, se encuentran los programas de la familia *Adobe Premiere*.

Tabla 13.

Conocimientos que requiere un comunicólogo para su desempeño profesional en su lugar de trabajo.

Conocimientos	Ensenada	Mexicali	Tijuana	Cantidad de respuestas
Habilidades comunicativas, expresión oral y escrita (redacción).	13	6	39	58
Uso de programas de edición para diferentes productos comunicativos.	9	5	40	54
Teoría de la comunicación aplicada a casos reales. Resolver problemas.	10	0	23	33
Conocimientos técnico y actividades prácticas.	8	3	16	27
Mercadotecnia y publicidad práctica (digital).	7	0	20	27
Bases teóricas de la comunicación.	6	1	17	24
Diseño. Creación de contenido digital gráfico, editorial y multimedia.	7	1	16	24
Productos comunicativos. Teoría y práctica en producción audiovisual (lenguaje, medios, dominio técnico, crear contenido). Producción y edición en medios. Proceso de pre-producción (redacción de guiones, plan de grabación, etcétera) y postproducción. Desarrollo de productos comunicativos: producción, ejecución y edición de video y audio, fotografía, posters, textos.	7	1	14	22
Metodología y desarrollo de proyectos. Investigación, interpretación de datos y creación de propuestas. Investigación de mercados.	5	0	16	21
Medios sociales. Desarrollar estrategias, campañas y reportes de redes sociales de comunicación para <i>community manager</i> , plataformas digitales, mercadotecnia y diseño.	2	1	17	20
Conocimientos generales: contexto social, político, económico e histórico, literatura.	2	2	13	17
Diseño, gestión y desarrollo de proyectos. Propuestas para clientes, diagnósticos. Planes y proyectos de comunicación digitales.	1	2	14	17
Herramientas para el trabajo. Tecnologías de la información y la comunicación (TIC), manejo, aplicaciones para el trabajo. Fuentes de información.	3	0	12	15

Fuente: Elaboración propia.

En tercer lugar, consideran necesarios conocimientos que los ayuden a resolver problemas, pero desde la propia Teoría de la comunicación, es decir, una comunicación práctica o aplicada en casos reales.

En el cuarto lugar, mencionaron que como egresados de comunicación requieren tener conocimientos sobre actividades técnicas como el uso de cámaras y consolas, equipo de audio, vídeo, fotografía, grabación en vivo, uso de redes y programas. En el área de la mercadotecnia y publicidad señalaron requieren conocimientos prácticos sobre los teóricos.

En quinto lugar, comentaron los conocimientos respecto a las bases teóricas de comunicación en general, y de manera particular mencionaron la comunicación interpersonal, social, mediática, no verbal, organizacional, comunicación visual y de diseño básico. Asimismo, el diseño, creación de contenido digital gráfico, editorial y multimedia.

Con respecto a productos comunicativos, ocuparon el sexto lugar, los egresados se refirieron a conocimientos tanto de la teoría como la práctica en producción audiovisual, entre ellos, el lenguaje, diferentes medios, el dominio técnico, y crear sus contenidos. Además de incluir el proceso de producción y edición de los medios, desde la preproducción (redacción de guiones, plan de grabación, etcétera) hasta la postproducción. En términos generales, saber cómo desarrollar productos comunicativos, desde la producción, ejecución y edición de video y audio, fotografía, posters, y mensajes-textos.

En la séptima posición mencionaron elementos de la investigación científica, como base para plantear proyectos con sustento metodológico y que permitan el análisis de información y la creación de proyectos. En octavo lugar, los medios sociales, donde indicaron debe integrar el desarrollo de estrategias, campañas y elaborar reportes de redes sociales, el uso de estrategias de mercadotecnia y así como fundamentos en diseño.

En novena posición comentaron sobre el tener conocimientos sobre el contexto social, político, económico e histórico y de literatura. A la par se mencionó el elaborar diagnósticos, el diseño, gestión y desarrollo de proyectos, incluidos los planes y proyectos de comunicación digitales.

Por último, en la posición número diez, los egresados mencionaron la necesidad del conocimiento sobre herramientas para el trabajo. Las cuales incluyen el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), manejo y aplicaciones para el trabajo. Así como el acceso a las fuentes de información.

Para identificar las habilidades que requiere un comunicólogo, se realizó una pregunta abierta, pidiendo a cada encuestado que indicaran las tres principales que requiere para su desempeño profesional en la organización donde labora actualmente. Al tener una gran variedad de respuestas se decidió seleccionar sólo las diez con mayor número de menciones totales para los programas educativos. En la tabla 14, se presenta, en primer lugar, la creatividad, algunos egresados especificaron que se debe ser original, con ideas innovadoras, creativo para proponer proyectos: narrativos, audiovisuales o de cualquier tipo.

Tabla 14.

Habilidades que los egresados identifican como necesarias para el desempeño de su trabajo.

Habilidad	Ensenada	Mexicali	Tijuana	Cantidad de respuestas
Creativo	21	1	37	59
Facilidad de expresión	14	3	29	46
Resolver problemas	9	1	25	35
Proactivo	7	4	20	31
Redactar y ortografía	6	2	20	28
Analítico	10	1	16	27
Adaptabilidad	1	1	20	22
Organización	4	2	13	19
Buena comunicación	6	1	11	18
Trabajo en equipo-coordinar	6	1	10	17

Fuente: Elaboración propia.

En segundo lugar, mencionaron la facilidad de expresión, con la cual se refirieron no sólo a la expresión oral sino a tener buena dicción, expresar claramente sus ideas, ser expresivos y facilidad de palabra. El tercer lugar lo ocupa el resolver problemas, lo cual incluye el proceso de detección del problema, solución rápida y creativa, así como su prevención.

Ser proactivo, ocupó el cuarto lugar, buscar mejorar las áreas de oportunidad y hacer propuestas a la empresa. En el quinto lugar, identificaron la necesidad de tener habilidades de redacción y buena ortografía. El sexto lugar en cantidad de menciones lo ocupó la habilidad de ser analítico, contar con capacidad de análisis de problemas, proyectos, datos e información. Séptimo lugar, la adaptabilidad para poder trabajar en

diversas áreas, ser flexible, hacer diversas tareas, adecuarse los cambios, ser versátil y hacer cambios constantes.

En octavo lugar, mencionaron la habilidad de ser organizado, llevar orden en las actividades, en la gestión de documentos internos y externos, habilidad para organizar personal y actividades. El noveno lugar, es para la buena comunicación, incluye entender al cliente y trabajadores, retroalimentación, comunicación verbal cara a cara o grupos pequeños y grandes, expresar correctamente las ideas. En décimo lugar, se encuentra el trabajo en equipo o más claro el saber trabajar en equipo.

1.3.1.5. Actitudes y valores que los egresados identifican.

Para conocer las actitudes y valores necesarios para el desempeño profesional de un comunicólogo en la organización o empresa donde labora, se utilizó una pregunta abierta donde se solicita tres opciones que el egresado considere relevantes. Las respuestas fueron codificadas para integrar las coincidencias en una tabla con los primeros diez menciones de conceptos con mayor frecuencia. En la tabla 15, se presentan los valores y actitudes identificados por los egresados, donde la responsabilidad se considera como la más relevante al tener una mayor cantidad de menciones. Seguida de la honestidad, el respeto, una actitud proactiva, ser empático y ético en lo profesional.

Tabla 15.

Principales valores y actitudes que requiere un comunicólogo para su desempeño profesional actualmente.

Valores y actitudes	Ensenada	Mexicali	Tijuana	Cantidad de respuestas
Responsabilidad	22	3	55	80
Honestidad	15	4	50	69
Respeto	18	6	33	57
Proactivo	10	2	18	30
Empático	6	0	20	26
Ética profesional	6	5	13	24
Puntualidad	6	3	11	20
Tolerancia-resistencia	2	1	17	20
Compromiso	4	1	8	13
Trabajo en equipo	4	0	9	13
Organizado-ordenado	3	3	5	11
Perseverante	3	0	7	10

Fuente: Elaboración propia.

En séptimo lugar, mencionaron la puntualidad y tolerancia en términos de alta resistencia. Mientras que el compromiso y el trabajo en equipo ocuparon el octavo lugar. Vuelven a señalar, al igual que en el apartado anterior, que el egresado debe ser organizado u ordenado en su trabajo, por último, en décimo lugar mencionaron la perseverancia como un valor y actitud en el trabajo.

1.3.1.6. Aspectos de la comunicación que los egresados consideran están emergiendo como opción profesional, con base en su experiencia profesional.

Para conocer las actividades emergentes en el campo laboral, se utilizó una pregunta abierta la cual fue analizada, dada la gran diversidad de respuestas, se seleccionaron los diez aspectos con mayor cantidad de coincidencias, se enuncian en la tabla 16, en la que se destaca la administración de redes, la producción audiovisual, la comunicación organizacional y la mercadotecnia digital como parte de los espacios laborales a atender por el comunicólogo.

Tabla 16.

Diez principales aspectos que los egresados identifican como emergentes en su campo laboral.

Aspecto o área emergente	Ensenada	Mexicali	Tijuana	Cantidad de respuestas
Administración de redes o <i>Community manager</i>	12	6	48	66
Producción audiovisual	19	4	32	55
Comunicación organizacional	16	5	28	49
Mercadotecnia y mercadotecnia digital	7	2	29	38
Publicidad	10	5	16	31
Recursos humanos	1	0	18	19
Periodismo	6	1	8	15
Creación de contenidos	2	1	10	13
Investigación aplicada y social	9	0	3	12
Relaciones públicas	4	2	6	12
Fotografía	3	0	8	11

Fuente: Elaboración propia.

Observando que áreas como la publicidad, creación de contenidos, la investigación aplicada y social, las relaciones públicas y la fotografía, son áreas que mantiene presencia en el campo laboral, con énfasis en actividades digitales.

1.3.2. Conclusiones sobre el estudio de egresados.

Después del análisis del estudio de egresados se observó que éstos se encuentran satisfechos con los conocimientos adquiridos durante su formación académica, sin embargo, expresan la necesidad de profundizar en algunos aspectos, entre ellos, el desarrollo de proyectos de comunicación vinculados a diversos ámbitos como institucionales públicas, empresas y asociaciones de la sociedad civil, así como elaborar y diseñar propuestas de solución de problemas de comunicación.

Los egresados identificaron la necesidad de abordar o integrar no sólo los contenidos, sino procedimientos y dotar de herramientas para hacer posible el análisis de información, así como conocimientos en las áreas digitales y tecnológicas que demanda el mercado laboral.

En relación a las áreas de oportunidad en el mercado laboral destacaron las actividades relacionadas con el ámbito digital y gestión de redes sociales, así como la producción audiovisual e identificaron estabilidad en otras áreas como el periodismo, investigación social, publicidad y fotografía.

Esto nos invita a reflexionar al momento del diseño del plan de estudios sobre la coherencia de los contenidos, con base en proyectos integradores que respondan a problemáticas sociales y laborales reales.

1.4. Análisis de oferta y demanda

Este ejercicio tiene como objetivo general analizar la oferta de programas educativos y la demanda vocacional para cursar el programa educativo; y busca cubrir los siguientes objetivos específicos:

Objetivo 1. Identificar la oferta de programas educativos iguales y/o afines al programa educativo que se pretende con el propósito de determinar la posición competitiva que se pretende lograr con el programa educativo.

Objetivo 2. Analizar la matrícula de programas educativos iguales y/o afines al programa educativo que se con el fin de identificar el comportamiento de la oferta educativa.

Objetivo 3. Determinar la demanda vocacional a nivel estatal para cursar el programa educativo.

Objetivo 4. Caracterizar a la población estudiantil potencial a ingresar al programa educativo.

Objetivo 5. Establecer la relación de la demanda y la oferta en los programas educativos afines o iguales.

Se realizó un estudio de carácter documental revisando las bases de datos que permitieran recabar información sobre las unidades de análisis propuestas por la metodología sugerida por la Metodología de los estudios de fundamentación para la creación, modificación y actualización de programas educativos de licenciatura (UABC, 2018), éstas unidades fueron: oferta existente en el ámbito estatal y nacional; oferta de programas educativos afines en la Institución; matrícula de programas educativos afines en la Institución; relación de demanda contra aceptados en el programa educativo y/o los programas afines que oferta la Institución.

Las bases de datos empleadas fueron: el Padrón de Programas Acreditados a Nivel Nacional del Consejo para la Acreditación de la Educación a Nivel Superior, A.C. del 2019; la base estatal de Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios Superiores del Sistema

Educativo Estatal de Baja California (2019); la base de datos del Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar de la UABC generada a solicitud de las academias de comunicación el 2019, de los resultados del examen de psicométrico del Concurso de Selección, ya que no se logró realizar la encuesta estatal vocacional en las preparatorias del estado tal y como lo proponía la metodología de revisión.

Para recuperar datos sobre las condiciones de la demanda escolar del programa se utilizó el *Estudio de seguimiento de egresados* elaborado por Explora a solicitud de UABC, particularmente para obtener información de la que se pudiera inferir el perfil de los prospectos que solicitan su ingreso al programa educativo. Para ello se utilizó la selección muestral de escuelas preparatoria desarrollada en el estudio elaborado bajo el siguiente criterio: 13,099 entrevistas válidas en estudiantes de sexto semestre de preparatoria elegidos de forma aleatoria estratificando la población, con un 95% de confianza y un margen de error del 0.9% a nivel estatal. En ella se puede obtener información del criterio de estratificación para establecer la institución de procedencia del estudiante e información adicional sobre su perfil general.

1.4.2. Resultados del ejercicio.

Estos son los principales hallazgos de la revisión de las bases de datos disponibles vinculados con las unidades de análisis que requiere el presente apartado: oferta de los PE iguales o afines a nivel nacional y estatal; matrícula de los PE iguales o afines en los últimos 5 años; demanda vocacional en el Estado; relación entre oferta y demanda de los PE iguales o afines en Baja California; y perfil general de los aspirantes a ingresar.

1.4.2.1. Oferta de programas educativos iguales o afines a nivel nacional y estatal.

De acuerdo a COPAES (2019), actualmente hay 37 instituciones de educación superior en el país ofreciendo programas con mejores prácticas de acuerdo a un organismo nacional de acreditación de la calidad y que están vinculados con el campo de estudio de las Ciencias de la Comunicación (Tabla 17). El 46% de ellos se imparten en

universidades públicas y en el restante 54% en universidades privadas; la oferta en términos del origen de los fondos financieros y estructura institucional de las escuelas está prácticamente en equilibrio.

El PE se ofrece en el 71% del territorio nacional. Las entidades con mayor cantidad de programas son Ciudad de México con diez; Puebla con cinco; Estado de México cuatro; y Jalisco con tres. En Guanajuato, Chiapas, Jalisco, Michoacán, Nuevo León, Sinaloa y Veracruz cuentan con dos programas por entidad. Baja California Sur, Chihuahua, Coahuila, Colima, Hidalgo, Nayarit, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Tabasco, Tamaulipas y Yucatán tienen uno (Tabla 17).

En cuanto a la denominación de los PE, 60% de ellos son Licenciado en Ciencias de la Comunicación; 32% Licenciado en Comunicación; 8% Licenciado en Comunicación y Medios, Producción de Medios o Multimedios; y sólo un programa tiene por nombre Licenciatura en Ciencias de la Información y Comunicación.

Tabla 17.

Programas educativos iguales o afines a la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación a nivel nacional

Universidad	Estado	Nombre del programa educativo	Tipo de institución
Universidad Vasco de Quiroga	Michoacán	Lic. en Cs. de la Comunicación	Privada
Universidad Autónoma del estado de Hidalgo	Hidalgo	Lic. en Cs. de la Comunicación	Pública
Universidad Cristóbal Colón	Veracruz	Lic. en Cs. de la Comunicación	Privada
Universidad Popular Autónoma del estado de Puebla	Puebla	Lic. en Cs. de la Comunicación	Privada
Universidad Nacional Autónoma de México	Edo. de México	Lic. en Comunicación	Pública
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente	Jalisco	Lic. en Comunicación	Privada
	Estado de México		
Universidad del Valle de México	Chiapas	Lic. en Cs. de la Comunicación	Privada
	Querétaro		
	Ciudad de México		
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco	Tabasco	Lic. en Comunicación	Pública
Universidad Autónoma de Tamaulipas	Tamaulipas	Lic. en Cs. de la Comunicación	Pública
	Ciudad de México		
Universidad Anáhuac	Quintana Roo	Lic. en Comunicación	Privada
	Puebla		
	Estado de México		

Universidad	Estado	Nombre del programa educativo	Tipo de institución
Universidad de las Américas, A.C.	Ciudad de México	Lic. en Comunicación	Privada
Universidad de Monterrey	Nuevo León	Lic. en Cs. de la Información y Comunicación	Privada
Universidad Latina de América, A.C.	Michoacán	Lic. en Cs. de la Comunicación	Privada
Universidad Autónoma de Chihuahua	Chihuahua	Lic. en Cs. de la Comunicación	Pública
Universidad de Mayab, A.C.	Yucatán	Lic. en Comunicación	Privada
Universidad Autónoma de Nuevo León	Nuevo León	Lic. en Cs. de la Comunicación	Pública
Universidad de Colima	Colima	Lic. en Comunicación	Pública
	Guanajuato		
Universidad Iberoamericana	Coahuila	Lic. en Comunicación	Privada
	Puebla Ciudad de México		
Universidad Simón Bolívar	Ciudad de México	Lic. en Comunicación y multimedios	Privada
Universidad Autónoma de Sinaloa	Sinaloa	Lic. en Cs. de la Comunicación	Pública
Universidad Autónoma de Baja California Sur	Baja California Sur	Lic. en Comunicación	Pública
Universidad Veracruzana	Veracruz	Lic. en Cs. de la Comunicación	Pública
Universidad de Sonora	Sonora	Lic. en Cs. de la Comunicación	Pública
Universidad Autónoma de Guadalajara	Jalisco	Lic. en Cs. de la Comunicación	Pública
Universidad Autónoma de Chiapas	Chiapas	Lic. en Comunicación	Pública
Universidad Autónoma Occidente	Sinaloa	Lic. en Cs. de la Comunicación	Privada
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla	Puebla	Lic. en Comunicación	Pública
Universidad Autónoma del Estado de México	Estado de México	Lic. en Comunicación	Pública
Universidad Tecnológica de México	Estado de México Ciudad de México	Lic. en Cs. de la Comunicación	Privada

Universidad	Estado	Nombre del programa educativo	del	Tipo de institución
Universidad de la Salle Bajío	Guanajuato	Lic. en Cs. de la Comunicación		Privada
Universidad de las Américas Puebla	Puebla	Lic. en Comunicación y producción de medios		Privada
Universidad Autónoma de Nayarit	Nayarit	Lic. en Comunicación y medios		Pública
Universidad Autónoma de San Luis Potosí	San Luis Potosí	Lic. en Cs. de la Comunicación		Pública
Universidad Justo Sierra	Ciudad de México	Lic. en Cs. de la Comunicación		Privada
Universidad la Salle	Ciudad de México	Lic. en Cs. de la Comunicación		Privada
Universidad Intercontinental	Ciudad de México	Lic. en Comunicación		Privada
Universidad del Valle de Atemajac	Jalisco	Lic. en Cs. de la Comunicación		Privada

Fuente: Elaboración propia con base en COPAES (2019).

En Baja California seis instituciones, además de UABC, ofrecen el programa en tres de los cinco municipios. Las universidades con la mayor cantidad de programas son Centro de Estudios Universitarios Xochicalco y Centro Universitario Tijuana con tres, y la Universidad de Estudios Avanzados con dos. En tanto que sólo cuentan con un programa Universidad CIES, Universidad de las Californias Internacional y Universidad Interamericana para el Desarrollo. Tres programas se llaman Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; en tanto que el resto son Licenciatura en Comunicación, Licenciatura en Comunicación y Publicidad, y Licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Comunicación (tabla 18).

Tabla 18.

Programas educativos iguales o afines a la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación a nivel estatal.

Universidad	Municipio	Nombre del programa educativo	Tipo de institución
Centro de Estudios Universitarios Xochicalco	Mexicali	Lic. en Comunicación	Privada
	Ensenada		
	Tijuana		
Centro Universitario Tijuana	Mexicali	Lic. en Comunicación y Publicidad	Privada
	Ensenada		
Universidad CIES	Tijuana	Lic. en Cs. de la Comunicación	Privada
	Mexicali		
Universidad de Estudios Avanzados	Mexicali	Lic. en Cs. de la Comunicación	Privada
	Tijuana		
Universidad de las Californias Internacional	Tijuana	Lic. en Cs. de la Comunicación	Privada
Universidad Interamericana para el Desarrollo	Tijuana	Lic. en Ciencias y Técnicas de la Comunicación	Privada

Fuente: Elaboración propia con base en RVOEBC (2019).

1.4.2.2. Matrícula de los programas educativos iguales o afines y su comportamiento en los últimos cinco años.

La reflexión desarrollada por el equipo evaluador derivada de los mismos campus de UABC, con base en la tendencia de la matrícula en años posteriores al estudio, lo siguiente.

En los cinco años que se han analizado como periodo de tiempo del proceso de evaluación el comportamiento de la población estudiantil ha sido relativamente estable en los tres campus de la UABC que ofrecen el programa. Al revisar la tabla 19 se puede notar que hay dos periodos en el que la población se modifica de forma significativa, el primero está comprendido entre 2015-2 y 2017-1 en el que Ensenada y Mexicali muestran una reducción paulatina en tres semestres consecutivos para culminar con un descenso importante en el primer semestre de 2017, algo que ocurre también en Tijuana pero con un descenso a partir del semestre 2016-1, que además fue precedido por un aumento significativo en el número de estudiantes. Por otro lado, se puede notar la evolución de la

población en Tijuana conforme concluye el plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación, los estudiantes del plan saliente se reducen, mientras aumentan los del programa de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Por otro lado, se puede notar la evolución de la población en Tijuana, en dos planes de estudio, de los cuales la licenciatura en comunicación no recibe estudiantes de nuevo ingreso pues el PE no se oferta, a partir de la homologación en el estado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Por lo cual, la tendencia en la licenciatura en Comunicación disminuye y su demanda se orienta al programa de Ciencias de la Comunicación, por consiguiente, éste muestra una matrícula en aumento o por arriba de los mil estudiantes.

Tabla 19.

Matricula de programas educativos iguales o afines a la licenciatura en ciencias de la educación en la UABC.

Campus	Nombre del programa educativo	14-1	14-2	15-1	15-2	16-1	16-2	17-1	17-2	18-1	18-2
Ensenada	Lic. en Cs. de la Comunicación	298	296	278	287	270	265	238	239	259	270
Mexicali	Lic. en Cs. de la Comunicación	276	257	251	245	233	212	207	222	227	227
Tijuana	Lic. en Cs. de la Comunicación	608	753	672	1034	1209	1223	1170	1163	1098	1066
	Lic. en Comunicación	454	359	231	197	101	24	14	17	8	3

Fuente: Elaboración propia con base en los registros del Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar (UABC, 2019).

1.4.2.3. Demanda vocacional a nivel estatal para cursar el programa educativo.

En datos del estudio vocacional desarrollado por la Facultad de Ciencias Químicas e Ingeniería de la UABC (2018), se pudo encontrar que en Baja California, los sistemas públicos de bachillerato son los que más estudiantes concentran con el 66% de la matrícula total. De los estudiantes inscritos en estos programas el 65% se encuentra en CoBach, 19% en CECyTE y 16% en DGETI.

El 96.1% de los estudiantes inscritos en estas instituciones consideran que habrán de ingresar a estudios profesionales en alguna institución de educación superior.

Las áreas profesionales con mayor interés son (figura 19) las ciencias de la salud con el 32.5%, ingeniería y tecnología con 27.9% de preferencias y ciencias sociales con 14.8%, en esta última área se encuentran los estudiantes del programa en ciencias de la comunicación.

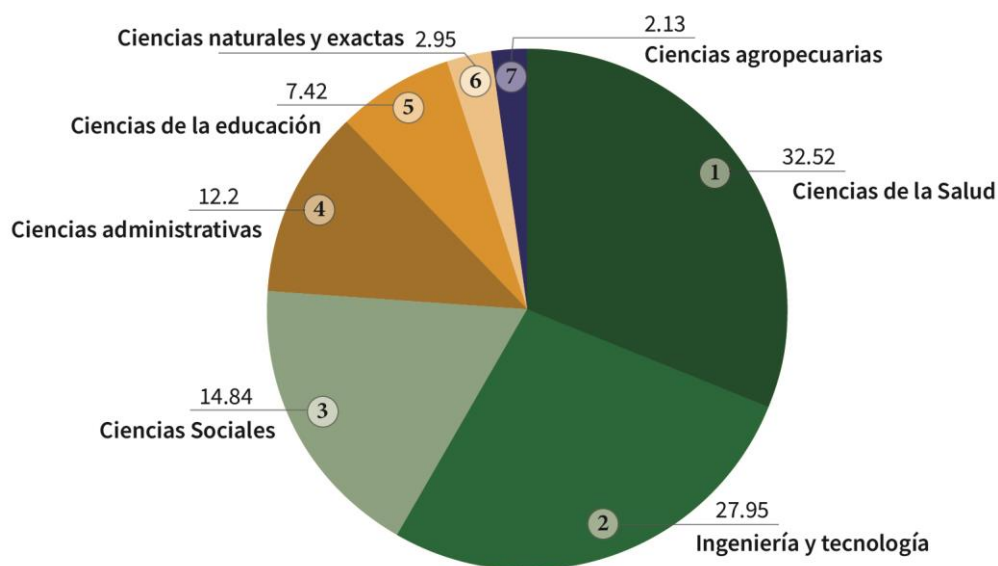


Figura 19. Porcentaje de aspirantes por área del conocimiento. Fuente: Datos generados por la encuesta vocacional desarrollada por la FCQI.

Adicionalmente, el equipo de evaluación decidió tomar como información general de los aspirantes de ingreso las solicitudes que los aspirantes hicieron para ser aceptados en el programa de estudios, solicitadas en el examen psicométrico del concurso de selección (tabla 22).

El número de aspirantes de Ensenada y Mexicali, tomando en cuenta las solicitudes hechas al tronco común de la Escuela de Ingeniería y Negocios de Guadalupe Victoria y los aspirantes a la modalidad semiescolarizada, evolucionan de manera parecida, tanto a la baja como a la alza, y se mantienen estables a lo largo del periodo analizado. El número de aspirantes en Tijuana es significativamente más alto en cada concurso de selección que en el resto de las unidades académicas y muestra un tendencia a la baja a partir de 2017.

Tabla 20.*Aspirantes al programa educativo por semestre y Unidad Académica.*

Campus	Unidad	Nombre de Unidad	Convocatoria	Aspirantes
Mexicali	2	Escuela de Ingeniería y Negocios	2014-2/ 1	2015- 10
Mexicali	2	Escuela de Ingeniería y Negocios	2015-2/ 1	2016- 6
Mexicali	2	Escuela de Ingeniería y Negocios	2016-2/ 1	2017- 4
Mexicali	40	Facultad de Ciencias Humanas	2014-2/ 1	2015- 216
Mexicali	40	Facultad de Ciencias Humanas	2015-2/ 1	2016- 207
Mexicali	40	Facultad de Ciencias Humanas	2016-2	195
Mexicali	40	Facultad de Ciencias Humanas	2017-2	223
Mexicali	40	Facultad de Ciencias Humanas	2018-1	32
Mexicali	40	Facultad de Ciencias Humanas	2018-2	192
Tijuana	790	Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales	2014-2	81
Tijuana	790	Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales	2015-2	602
Tijuana	790	Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales	2016-1	63
Tijuana	790	Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales	2016-2	580
Tijuana	790	Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales	2017-2	577
Tijuana	790	Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales	2018-2	548
Tijuana	795	Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales	2014-2	132
Tijuana	795	Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales	2015-1	22
Tijuana	795	Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales	2015-2	157
Ensenada	795	Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales	2016-1	39
Ensenada	795	Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales	2016-2	150
Ensenada	795	Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales	2017-1	29
Ensenada	795	Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales	2017-2	113
Ensenada	795	Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales	2018-1	24
Ensenada	795	Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales	2018-2	90
Ensenada	795	Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales	2019-1	23

Fuente: Elaboración propia con base en los registros del Departamento de Servicios

Estudiantiles y Gestión Escolar (UABC, 2019)

1.4.2.4. Relación entre oferta de los programas educativos afines o iguales y demanda vocacional para cursar el programa.

En el periodo 2014-2/2015-1 se recibieron 461 solicitudes de ingreso al programa educativo de UABC en todo el Estado; 154 en Ensenada; 226 en Mexicali; y 81 en Tijuana. En el 2015-2/2016-1 se realizaron 1089 solicitudes de ingreso al PE de UABC en todo el estado; 196 en Ensenada; 228 en Mexicali; y 665 en Tijuana. Entre el 2016-2 y el 2017-1 se recibieron 976 solicitudes de ingreso al PE de UABC en todo el Estado; 179 solicitudes en Ensenada; 217 solicitudes totales en Mexicali; y 580 en Tijuana. En los semestres 2017-2/2018-1 se recibieron 951 solicitudes de ingreso al PE de UABC en el Estado. 137 en Ensenada; 237 en Mexicali; y 577 en Tijuana. Durante el 2018-2 y el 2019-1 hubo 853 solicitudes de ingreso al PE de UABC en el Estado; 113 en Ensenada; y 548 en Tijuana.

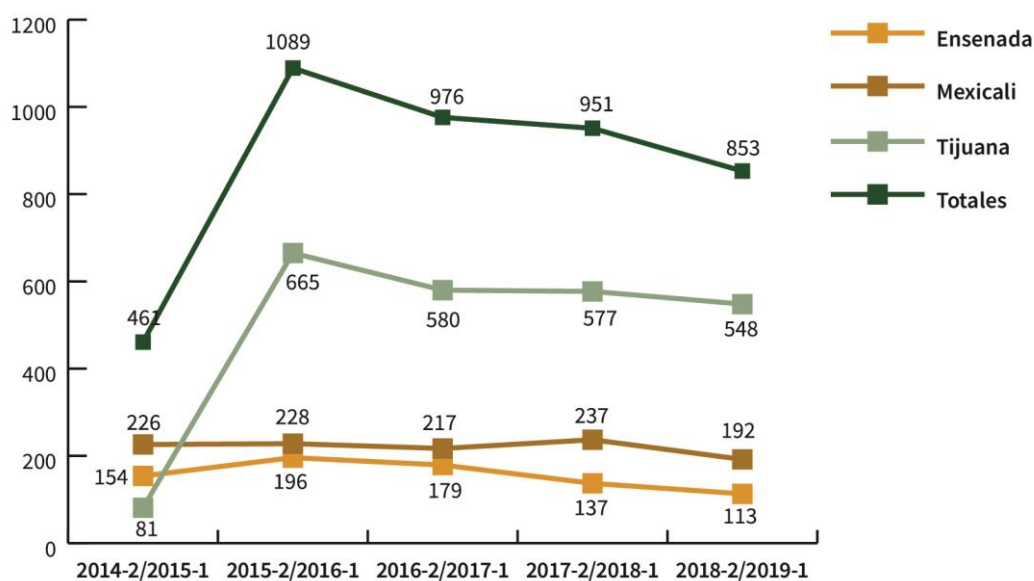


Figura 20. Solicitudes de ingreso por periodo y Unidad Académica. Fuente: Elaboración propia con base en los registros del Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar (UABC, 2019)

Se han realizado 4330 solicitudes totales en los cinco ciclos lectivos revisados, un promedio de 866 por periodo (figura 20). El primero de ellos presenta un comportamiento atípico en relación al resto por dos condiciones; un número bajo de solicitudes de admisión en comparación con los cuatro periodos restantes relacionado al número de aspirantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales (FHCS) de Tijuana y en el que, por única ocasión el mayor número de aspirantes se registró en Mexicali, con la Facultad de Ciencias

Humanas (FCH) y la Escuela de Ingeniería y Negocios (EIN). El periodo con el mayor número de solicitudes totales es el 2015-2/2016-1, a partir de éste será la FHCS la que tendrá el mayor número de solicitudes en el resto de los cuatro periodos y campus Mexicali con la FCH y la EIN en segundo sitio en cantidad de solicitudes de ingreso.

A partir de este periodo las cifras empiezan a reducirse en todos los campus hasta llegar a su punto más bajo en el periodo 2018-2 y el 2019-1, sólo el campus Mexicali presenta un incremento en las solicitudes de ingreso durante el periodo 2017-2/2018-1, sin embargo este incremento no es suficiente para revertir la tendencia a la baja en el número de estudiantes de nuevo ingreso admitidos.

La Figura 21 muestra la tendencia combinada del total de la población de estudiantes, los aspirantes a ingresar y aquellos de nuevo ingreso del PE desde 2014 a 2025. La Serie 1 corresponde al total de estudiantes por año, la Serie 2 es el número de admisiones y la Serie 3 es el número de solicitudes. En ella se puede identificar que tanto la población total como el nuevo ingreso presentan una tendencia a la baja, en tanto que la demanda tiene un comportamiento positivo. Es decir, la oferta de nuevos espacios del PE no responde a la demanda de ingreso de los aspirantes egresados de preparatoria, lo que ha reducido el número total de la población de estudiantes.

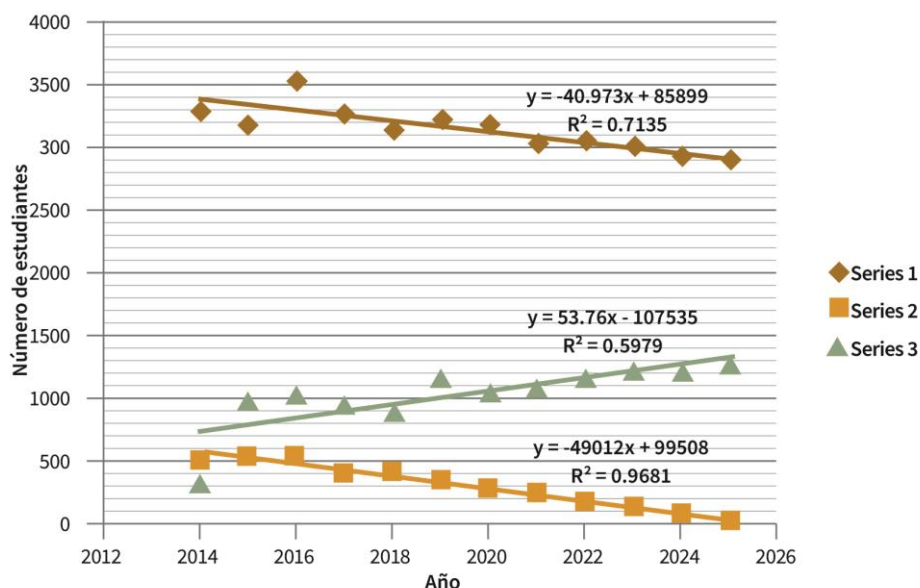


Figura 21. Tendencia población estudiantil, nuevo ingreso y solicitudes de ingreso del programa educativo para el periodo 2014-2025. Fuente: Elaboración propia con base en los registros del Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar (UABC, 2019).

1.4.2.5. Características de los alumnos potenciales a ingresar al programa educativo.

A partir de la estratificación de la muestra que se empleó en el *Estudio Seguimiento de Egresados*, es posible calcular que el 90.11% del total de aspirantes provienen de escuelas públicas, 45.81% de Cobach y 44.29% de preparatorias técnicas. Sólo el 9.89% estudió en preparatorias privadas. El 83.7% de los aspirantes nació en Baja California, 14.4% en otros Estados, mientras 1.9% en el extranjero.

1.4.3. Conclusiones del análisis de oferta y demanda del programa educativo.

En cuanto a la oferta educativa a nivel estatal, ocho instituciones ofrecen el PE, de las cuales UABC es la única universidad pública en hacerlo y una de las tres universidades del Estado con cobertura en los tres municipios más poblados. Entre la segunda mitad de 2014 y la primera mitad de 2019, UABC recibió 4,330 solicitudes de ingreso y atendió a un población total de 14,825 estudiantes. En el campus Tijuana se atendió al 69.8% del total, 16.2% en Ensenada y 14.0% en Mexicali. Aunque las solicitudes de ingreso al PE son mayores en Mexicali que en Ensenada, la forma en que los estudiantes ingresan a tronco

común reduce la cantidad de alumnos que optan por el PE en el tercer semestre, por lo que este campus presenta un déficit entre solicitudes de ingreso y estudiantes aceptados.

Según COPAES (2019) cinco instituciones públicas y una privada ofrecen programas de calidad vinculados con las Ciencias de la Comunicación en la Región Noroeste, integrada por Baja California, Baja California Sur, Chihuahua, Durango, Sinaloa y Sonora. Sinaloa cuenta con dos instituciones, una de ellas privada y el resto de los Estados con una, con excepción de Durango en el que no aparece ninguna universidad con PE de calidad.

A nivel nacional la oferta educativa en Ciencias de la Comunicación o programas afines se divide en 54% instituciones privadas y 46% en públicas, con una cobertura de programas de calidad del 71% de los Estados del país.

En relación con la oferta de programas educativos afines en la Institución, UABC ofrece la Licenciatura con plan homologado en los tres municipios más poblados de la entidad, con lo que logra una cobertura de 94% de la población en el Estado.

De acuerdo a la estimación de la tendencia, en este periodo de tiempo la población pasará de 3301 estudiantes a 2899, 12.2% menos con respecto al primer año; mientras que la cantidad de estudiantes de nuevo ingreso disminuiría de 511 a 27, 94.7% menos; esta información contrasta con la tendencia en solicitudes, que pasa de 329 en 2014 a 1280 en 2025, un aumento de 289%. Si las tendencias en el número de candidatos admitidos y total de estudiantes inscritos se mantienen como hasta ahora, el PE tendrá un déficit del 97.9% del total de la demanda en el 2025.

Es importante revisar la política de admisiones de nuevos aspirantes al PE y cómo ésta se vincula directamente en la disminución sostenida de la oferta y la incapacidad de UABC de cubrir las tendencias de la demanda hasta el 2025. Es este sentido es probable que la forma en que opera el tronco común esté afectando de manera negativa a la matrícula de una Licenciatura que cuenta con la cantidad suficiente de aspirantes como para mantenerse como un programa educativo viable y con perspectivas positivas de crecimiento.

1.5. Estudio de referentes

El ejercicio tiene como objetivo analizar referentes estratégicos donde se inscribe la profesión del programa LCC, los programas iguales o afines y los referentes nacionales e internacionales que permiten fundamentar la creación, modificación o actualización del programa.

1.5.1. Análisis de la profesión y su prospectiva.

El objetivo general del presente ejercicio es analizar la profesión de la LCC, su evolución y sus campos de acción a nivel nacional e internacional con el fin de fundamentar la modificación o actualización del programa educativo. En tanto que sus objetivos específicos son:

Objetivo 1. Describir el entorno de la profesión del programa educativo.

Objetivo 2. Identificar las prácticas de la profesión.

Objetivo 3. Analizar las profesiones afines con las que comparte su ejercicio y práctica profesional.

Objetivo 4. Analizar la evolución y prospectiva de la profesión en el contexto nacional e internacional.

Las unidades de análisis fueron: entorno de la profesión del programa educativo; el avance científico y tecnológico de la profesión; campos de acción a nivel nacional e internacional de la profesión; prácticas de la profesión; profesiones afines con las que comparte su ejercicio la profesión del programa educativo; evolución de la profesión en el contexto nacional e internacional; prospectiva de la profesión en el contexto nacional e internacional.

Para esta investigación documental se analizaron las bases de datos con los resultados de la Encuesta Nacional de Empleo del INEGI, la base de datos del Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar de la UABC, así como textos

académicos vinculados con el campo laboral , perspectivas y responsabilidades de los profesionistas de la Comunicación.

1.5.1.1. Resultados del ejercicio.

Estos son los hallazgos que se integraron después del ejercicio de indagación.

1.5.1.1.1. Entorno de la profesión del programa educativo.

La comunicación analizada desde la perspectiva científica ofrece cuatro grandes territorios para la reflexión: la comunicación interpersonal, la comunicación social incluidos los *mass media*, la estructura de los mensajes y la producción cultural; cada uno de ellos con fronteras que los interconectan y superponen.

Pocas actividades humanas se encuentra tan fuertemente vinculadas con el desarrollo de la tecnología como la comunicación, cada avance en técnico implica adecuaciones y disrupciones en los procesos sociales en los cuatro territorios de la comunicación. En la medida en que la tecnología avanzaba, la comunicación humana pasó de un mundo dominado por la interpersonalidad a uno de intercambios colectivos de información, es decir, de la reciprocidad de la comunicación interpersonal a la unilateralidad de la comunicación masiva. Los medios tecnológicos se transforman de esta forma en una extensión de las habilidades humanas (Roncallo-Dow, 2014), el ser humano forma sus herramientas y luego éstas lo forman a él (McLuhan, 1973).

Se puede sintetizar la forma en que los procesos de comunicación evolucionaron, llevando al individuo de la oralidad, que dominó gran parte de la historia humana, hasta la cultura alfabética-quiográfica, impulsada por el invento de la imprenta en 1440 y que habría de ser fundamental para el desarrollo cognitivo, social, cultural y económico en las sociedades humanas.

La cultura de la escritura (McLuhan y Novella, 1998) fue la clave para el proceso civilizatorio y la democratización del conocimiento. La escritura se transformó en un espacio de comunicación entre los individuos y la historia pasada y presente de la sociedad, la prensa impresa sería el primer producto de comunicación colectiva que ponía en contacto a

los lectores con la información cotidiana y la reflexiones en torno a ella (McLuhan, 1960, Ong, 1984, Vázquez-Montalban, 20014).

A la transformación provocada por la cultura escrita y la imprenta en las distintas esferas de lo social, McLuhan la denomina Galaxia Gutemberg. Este periodo de poco menos de 400 años, desde la difusión del libro impreso hasta el surgimiento del telégrafo en las primeras décadas del siglo XIX, es la esencia de la modernidad histórica de la humanidad. El concepto de Galaxia, aunque con el tiempo habría de ser criticado por el propio autor, describe e incluye el conjunto polivalente, simultáneo y recíproco de una serie de factores, tanto en el orden de la producción económica como en los procesos de producción cultural, vinculados en un entramado múltiple de interacciones complejas directas o indirectas de la esfera social (McLuhan y Novella, 1998).

El desarrollo de la radio, la radiodifusión y la radiotelegrafía en el último cuarto del siglo XIX, transformó a la sociedad tan profundamente como lo hizo en su momento la imprenta. La humanidad transitó de la fase mecánica a la electrónica. Este nuevo orden fue denominado por McLuhan como constelación Marconi, y aparece con el surgimiento de la radio como medio de comunicación en 1920, hasta el desarrollo de la televisión y las comunicaciones satelitales en micro-ondas. Con ella emergió y se consolidó una nueva tipología de lector: la audiencia, a la que el perfeccionamiento y penetración comercial de la tecnología permitió experimentar una nueva forma de comunicación audiovisual a distancia cuyo público era cada vez más numeroso, disperso geográficamente y heterogéneo, con lo que emergió una nueva forma de cultura masiva, cuyas características representan el rasgo más distintivo del consumo mediático de la fase electrónica y el *broadcasting* del siglo XX (McLuhan y Novella, 1998).

La lenta evolución del lector a la teleaudiencia, marca el fin del ciclo histórico de la cultura escrita dominante -caracterizada por la doble dualidad medios/mensaje y hombre/usuario-, a la televidencia (McLuhan y Novell, 1998); aunque el cultura escrita habría de tomar nueva relevancia en el inicio de la siguiente etapa de la historia humana, la tecnológica.

Esta tercera etapa en el orden de las innovaciones propuestas por McLuhan y Novell (1998), encuentra sus orígenes tanto en el desarrollo de la tecnología computacional como en el desarrollo de los códigos informáticos que permiten optimizarla para un uso cada vez más extensivo, frecuente e intuitivo. Los desarrollos derivados de esta etapa se involucran en todos los procesos de la comunicación y la información, llevándolas a escalas de integración universal cada acto de comunicación humana –producción mediática, comunicación interpersonal, economía y producción cultural- y cada uno de los servicios públicos –entretenimiento, salud, educación, seguridad, gobierno-.

En este contexto los procesos de comunicación son ubicuos, portátiles, accesibles e integrados en redes de información a escala global; se pueden adaptar a las necesidades y posibilidades del usuario, brindándole acceso a múltiples experiencias de comunicación, tanto en el orden de los *mass media* como en las interrelaciones personales o comunitarias. Los dispositivos son al mismo tiempo ventanas al mundo, herramientas de producción e instrumentos antropométricos; conectan al usuario a la información en la misma medida que obtienen información de él.

La experiencia entre usuario, dispositivos y redes de información y comunicación, se basa en procesos de interacción entre sujetos -individuales o colectivos- , entre los sujetos y los dispositivos, y entre los dispositivos mismos, es decir, una red digital de actos de comunicación. La complejidad de estos procesos requiere una formación teórico-pragmática que permita desarrollar evaluaciones comprensivas y ofrecer soluciones integrales en múltiples dimensiones de interacción y múltiples recursos.

Los programas educativos universitarios en ciencias de la comunicación, incluyen en su currículo tanto la formación de habilidades instrumentales para el desarrollo y producción de contenido en diversos medios; como competencias teóricas y metodología científica que permitan la comprensión integrada de un proceso cada vez más complejo.

En términos del conjunto de teorías que integran las ciencias de la comunicación se puede tomar como punto de partida la definición desarrollada por la Real Academia Española, “ciencia de carácter interdisciplinario que estudia los sistemas de comunicación

humana y sus medios” (RAE, 2020). Esta definición implica la concurrencia de elementos teóricos de otras disciplinas para explicar algunos aspectos de conjunto de la comunicación humana y sus medios, lo que implica también que estos dos objetos de estudio, son del interés de esas disciplinas con la que se relaciona la comunicología. Debido a su origen multidisciplinario -tanto teórico como metodológico de otras ramas de la ciencia- a las que recurre para explicar sus objetos de estudio, se puede considerar que la comunicología es una ciencia en formación.

Como ciencia embrionaria en construcción, la comunicología transita las operaciones y reglas del método científico, lo que le permite generar conocimiento que puede ser contrastado bajo el rigor de los criterios la ciencia, y que eventualmente asegurará su espacio dentro de la taxonomía de las ciencias.

De acuerdo a Bunge (2004), las ciencias se dividen en dos grandes ramas:

1. Formales: que son un conjunto organizado de conocimientos racionales y coherentes, cuyos objetos de estudio son abstracciones que no pertenecen al mundo físico-natural, pero que pueden aplicarse al mismo una vez desarrollados. En esta rama se encuentra la lógica y las matemáticas.

2. Fácticas: cuyo objetivo es desarrollar explicaciones o representaciones mentales de los hechos de la manera más cercana a su manifestación en el mundo real. Para ello emplea un doble procedimiento; el de la lógica, con el busca eliminar la contradicción entre representaciones mentales de los hechos explicados; el de la experimentación, para comprobar el grado de similitud de la representación mental y la realidad. El conocimiento derivado de estas ciencias es provisional, ya que la evolución de la investigación puede generar representaciones más cercanas a la realidad que las previamente desarrolladas.

Los rasgos del conocimiento generado por las ciencias fácticas son la racionalidad – conceptos, juicios y raciocinios- y la objetividad –reglas lógicas con las que se combinan las ideas. La teoría desarrollada por estas ciencias es un conjunto de inferencias deductivas que explican provisoriamente la realidad a través de proposiciones; y las proposiciones serán congruentes con lo racional si sus ideas se combinan con otras mediante reglas

lógicas, por lo tanto, la teoría es al final un conjunto ordenado de proposiciones racionales (Bunge, 2004).

Las ciencias fácticas se subdividen a su vez en tres categorías:

1. Natural, en las que se encuentra física, química, biología y psicología individual.
2. Social, en las que se encuentra sociología, economía, ciencia política e historia.
3. Biosocial, con la demografía, psicología social y bioeconomía como ejemplos. En esta categoría se encuentra la comunicología.

La evolución de la comunicología ha permitido el desarrollo propio de teorías, leyes e hipótesis, es decir, un conjunto de conocimientos que han sido previamente contrastados por los comunicólogos con la realidad sobre diversos aspectos de sus objetos de estudio. Estas teorías ofrecen explicaciones sobre el origen y efecto de los procesos de comunicación, así como una descripción de los mismos.

El fundamento de todas las ciencias, incluida la comunicología es la investigación científica que integra el cuerpo del conocimiento de cada una de ellas. Esa investigación está determinada por paradigmas y enfoques, y los enfoques se derivan de corrientes epistemológicas específicas.

El cimiento de la comunicología es la formalización científica de estas teorías en los términos socialmente validados; para ello ha establecido axiomas, hipótesis, simbolización conceptual, interpretación, los procedimientos de contrastabilidad que permiten validar sus explicaciones, y profundidad metodológica y teórica, esta última se compone por la corriente epistemológica que determina cada teoría, el enfoque desde el cual se aborda el objeto de estudio, el conjunto de las teorías que le dan sustento y el paradigma científico de los cuales se desprenden (Fuente).

Los tres paradigmas que han influido en la comunicología surgen de la sociología, la psicología y la lingüística. Por ejemplo, para el desarrollo de las teorías relacionadas con la comunicación de masas ha influido el marxismo, el interaccionismo simbólico y el funcionalismo derivados de los paradigmas sociológicos; en tanto que para el desarrollo de las teorías de los efectos poderosos, los efectos limitados, efectos poderosos bajo

condiciones limitadas y las teorías constructivistas de la intersubjetividad, han influido los paradigmas psicológicos del conductismo, la psicodinámica, el cognitivo, la biopsicología, la psicología evolutiva y la psicología sociocultural (Fuente).

Otro elemento importante en la validación social del saber científico son los enfoques teóricos que aportan la perspectiva para investigar los objetos de estudio. Se integran por el andamiaje, problemáticas, metas y métodos. Los enfoques de la comunicología se basan en dos corrientes epistemológicas enfrentadas: el empirismo y el racionalismo.

Mientras más consolidados estén los paradigmas, el enfoque teórico y la corriente epistemológica de la investigación, más profundos serán los cimientos de una teoría.

Desde las primeras investigaciones en el campo de la comunicación, las proposiciones vinculadas a la comunicología que se han desarrollado hasta alcanzar el estatus de leyes, son las teorías que han sido contrastadas tanto con los hechos como con los enfoques científicos y paradigmas que les dan sustento. Aún así hay un grupo importante de proposiciones que se han mantenido en el estatus de conjeturas o adaptaciones de supuestos paradigmáticos, tal como ocurre en estudios de corte eminentemente exploratorio cuyo propósito es la recolección de datos y representan observaciones sin rigor estadístico, pero que sirven para construir premisas relevantes para el avance del campo científico (Fuente). Asimismo se han desarrollado estudios descriptivos basados en la observación fundamentada en la medición numérica, tal como los análisis de contenido, los estudios semióticos, o cualquier otro tipo de encuesta; estas precisiones numéricas permiten la sustentación de hipótesis, lo que representa la primera condición para la construcción de una teoría (Fuente). Por otro lado, la experimentación en los estudios causales permiten contrastar hipótesis, que al confirmarse se transforman en leyes interconectadas con otras, es decir, teorías que constituyen el núcleo de las ciencias, en este caso el de la comunicología.

Aunque hay una propensión al desarrollo de investigaciones sobre los efectos de los medios en las audiencias, debido en parte al origen de los fondos de financiamiento de los

proyectos de investigación derivado del interés de la sociedad en general, organizaciones sin fines de lucro, colegios de profesionistas, iniciativa privada y gobierno, por comprender de qué forma estos contenidos configuran el comportamiento y la cultura de los públicos, y en qué condición se da esta configuración y cómo puede ser gestionada. Es por esto que conjunto de teorías dominantes en la comunicología son aquellas que abordan los efectos de los medios (Rideout, Vandewater y Wartella, 2003; Grossberg, Wartella, Whitney y Wise, 2006).

Pese a esto, las teorías propuestas para entender la comunicación humana y sus medios, desde Laswell hasta los estudios de análisis de redes sociales a partir del Big Data, se han desarrollado teorías para cada acto de la comunicación.

Hay tres grandes ejes paradigmáticos en las teorías de la comunicación.

1. El marxismo, que representa el punto de partida de las teorías del enfoque crítico y en el que se presta especial atención al papel que tiene la lucha de clases y la dominación de las clases hegemónicas mediante el uso del poder blando de la comunicación (Mattelart, 1997). En este paradigma se encuentra la teoría crítica de la sociedad, la teoría de la hegemonía, teoría de los aparatos ideológicos del estado, teoría económico política de la comunicación, teoría del imperialismo cultural, teoría de la esfera pública y la teoría de la acción comunicativa, entre otras.

2. El funcionalismo, con un marcado corte empirista y concentrado en el estudio de los efectos, usos y procesos de comunicación al interior y exterior de las organizaciones, más allá de la influencia de la cultura y la economía en dichos procesos (Mattelart, 1997; Lozano, 2007). Las teorías derivadas de este paradigma son: teoría de la aguja hipodérmica, teoría de la información, teorías de la influencia selectiva, teoría de las diferencias individuales, teoría de la influencia personal o de las relaciones sociales, teoría de la agenda setting, teoría del framing, teoría de usos y gratificaciones, teoría del cultivo, teoría social del aprendizaje o teoría social cognitiva de la comunicación de masas, teorías psicológicas sobre el aprendizaje, teoría de la imitación, teoría del modelaje, teoría social cognitiva, teorías sobre los contenidos violentos, teoría de la desinhibición, teoría de la

desensibilización, teoría de la sensibilización, teoría del priming y la teoría de la espiral del silencio.

3. El estructuralismo, corriente que traspola los preceptos de la lingüística con otras disciplinas de las ciencias humanas e identifica que los procesos sociales están sustentados en un sistema de transformaciones relativamente estables y regulados a los que denominan estructuras, el conjunto de las estructuras encuentran equilibrio mediante la interacción y la tensión a partir de tres características intrínsecas de cada una de ellas: totalidad, transformación y autoregulación (Piaget, 1980). Los estudios culturales se suscriben a este paradigma.

1.5.1.1.2. Avance científico y tecnológico de la profesión.

Una de las características del campo académico de la comunicación, por lo menos en América Latina, ha sido que su desarrollo científico ha crecido a menor velocidad que los cambios estructurales que se detonan con la llegada y apropiación social de las tecnologías de comunicación (Maigret, 2005). Si consideramos que un campo disciplinar se compone, fundamentalmente, de dos tipos de acción, la especializada en generar conocimiento sobre ese campo, y la que reproduce ese conocimiento para institucionalizar un campo de acción y para formar a especialistas que aplican ese conocimiento. El campo de la comunicación se ha conformado de una manera particular frente a otras disciplinas de las ciencias sociales, con mayor énfasis en la acción de reproducción (instituciones que forman profesionistas) (Vasallo de Lopes, 2005). En ese sentido, y en lo que tiene que ver con la generación de conocimiento, la principales preguntas que se busca responder con lo sucedido en la relación medios-sociedad con la aparición de la radio, la TV, el cine y la prensa, han venido presentándose de manera semejante ahora con los nuevos medios, pues la generación del conocimiento ha tratado de dar cuenta de las complejas relaciones que de ello deriva en términos de usos, hábitos, apropiaciones, influencias. En buena medida las preguntas que hicieron posible la institucionalización del campo académico de la comunicación con los

padres fundadores en los años 50 del siglo pasado (Pietila, 1994) son las mismas que nos hacemos ahora para pensar lo que acontece en cuanto a nuestras formas de relación con los nuevos medios, al buscar comprender hasta dónde el determinismo tecnológico instaura reglas y normas de comportamiento sociales, o hasta dónde la capacidad de agencia de los procesos de recepción, de las audiencias y de los usos y participación-creación en los nuevos medios tejen una relación más dialógica con las interfaces, los contenidos y las organizaciones que los producen (Orozco, 1997).

De acuerdo a lo anterior, en el área de la comunicación se ha hecho una práctica común, limitada pero importante, sobre cómo hemos construido un campo académico, en donde reside la práctica científica -en menor medida- y la práctica de reproducción de conocimiento, teniendo a las escuelas de comunicación y la formación de profesionales en su centro (Fuentes-Navarro, 1998).

En el contexto de lo anterior podemos decir que el campo académico de la comunicación en América Latina, México y la región noroeste ha reproducido, es decir, ha realizado la tarea de la enseñanza de la comunicación con el conocimiento generado en el marco del paradigma *uno a muchos*, centrado en procesos de comunicación de masas de los medios tradicionales, en menor medida la comunicación interpersonal e intersubjetiva, teniendo como referente nueve fuentes científicas históricas (Galindo, Vizcarra y Méndez, 2009; León, 2016). Frente a este escenario, tenemos el gran desafío de reestructurar nuestras prácticas de enseñanza sobre la base de lo que se viene generando de conocimiento científico en el cambio de paradigma *muchos a muchos* con la aparición de los nuevos medios y la web 2.0 (Scolari, 2008). Las mediaciones socioculturales (Martín Serrano, 2008) en uno y otro modelo social son significativamente diferentes al cambiar el lugar y la concepción medios-sociedad, al tener un actor receptor pasivo y receptor activo en los viejos medios, a un usuario de contenidos al mismo tiempo que creador y productor de contenidos y otras prácticas de orden dialógicas con diferentes personas, interfaces, plataformas, lenguajes y contenidos en los nuevos medios, más recientemente llamado *prosumidor (prosumer)* (Scolari, 2008). El desafío en la formación académica de la

comunicación, como es evidente, es enorme frente a nuevo orden de la *Hipermediación*, como lo nombra Carlos Scolari.

En los últimos 15 años (ENOE, 2019) la digitalización de los procesos de comunicación, tanto en su producción (desarrollo de protocolos de compresión digital, la consolidación de las redes sociales virtuales, la ampliación del uso del Big Data y la inteligencia artificial, por mencionar los más visibles), así como su uso y consumo ha transformado la dinámica del mercado laboral para profesionales de la comunicación en, al menos, tres distintas dimensiones:

1. Los procesos de interacción entre productores y usuarios de contenidos, no solo por los recursos técnicos para acercarse a la audiencia y prosumidores, sino por las herramientas informáticas y las bases de datos que permiten conocer a detalle las características y necesidades del público.

2. Las estrategias en el consumo y producción de contenidos.

3. El incremento en el uso de la inteligencia artificial en la automatización de procesos de producción de contenidos informativos, transforma el campo profesionales de los egresados del programa educativo, llevándolo del reportaje a la narración multimodal de historias (ENOE, 2019).

1.5.1.1.3. Campos de acción a nivel nacional e internacional de la profesión.

Aunque algunos de estos campos del ejercicio de la profesión coinciden con los tradicionalmente relacionados con las Ciencias de la Comunicación, se incorporan un nuevo conjunto de competencias que amplifican sus alcances y recursos.

En comunicación social, donde se incluye periodismo, comunicación institucional, comunicación política y relaciones públicas, se agregan competencias de producción multimedia, transmedia, gestión de contenidos digitales en línea y programación (Rodríguez-Vázquez, Direito-Rebollal y Silva-Rodríguez, 2018).

En comunicación organizacional y relaciones públicas, se requieren competencias en producción multimedia, producción transmedia, capacidad de análisis de información

proveniente del Big Data, en desarrollo de habilidades gerenciales en administración de proyectos y desarrollo de redes de trabajo y colaboración. (Valle, 2003; De Castro, 2014; Campos-Domínguez y García-Orosa, 2018).

Comunicación y salud, y educomunicación, incorporando competencias en gestión de comunidades virtuales, análisis de información de Big Data, desarrollo de contenidos multimedia y transmedia. (Catalán-Matamoros, 2017)

Desarrollo de agencias y productoras de contenido, empleando competencias en producción multimedia y transmedia, gestión de contenidos en línea, administración de redes sociales, programación y habilidades de emprendedurismo. (Montalvo-Castro, 2016)

1.5.1.1.4. Prácticas de la profesión.

Desarrollo de contenidos en medios tradicionales y nuevas formas de gestión, producción y publicación de proyectos de comunicación, tanto para instituciones y empresas de comunicación como de forma independiente. (Segarra-Saavedra, Martínez-Sala y Monserrat-Gauchi, 2018)

Comunicación organizacional con énfasis en la administración de la reputación pública digital y desarrollo de procesos de interacción con comunidades en línea. (Valle, 2003; De Castro, 2014)

Desarrollo de proyectos orientados a promoción de la salud, tanto a nivel preventivo como de tratamientos y procedimientos médicos. (Catalán-Matamoros, 2017)

Desarrollo de contenidos educativos para audiencias escolares, tanto formales como informales, sincrónicas y asincrónicas, con interacciones cara a cara o virtuales. (Saborido y de González Saborido, 2014)

Comunicación de riesgos. (Cantú Martínez, 2009; Vallejos-Romero, Riquelme y Garrido, 2017).

1.5.1.1.5. Profesiones afines con las que comparte su ejercicio la profesión del programa educativo.

1. Periodismo. El profesional de la comunicación tiene formación para el desarrollo

de investigación documental, procesamiento e integración de la información, estructuración de mensajes siguiendo los distintos formatos de producción periodística, así como competencias sobre la operación de la agendas de producción de noticias y diseño de pautas comerciales en medios.

2. Producción audiovisual. El egresado desarrolla competencias conceptuales e instrumentales que le permiten estructurar discursos en las diversas formas de producción audiovisual. Es capaz de diseñar, producir, publicar y gestionar contenidos tanto en los medios de comunicación masiva como en los sistemas digitales de reposición en línea.

3. Mercadotecnia y publicidad. La evolución de la práctica profesional en estas áreas implica que la interacción entre anunciantes y públicos debe trascender los límites de la venta comercial, e incorporar elementos de interacción personal con los usuarios. El egresado del programa educativo cuenta con habilidades para desarrollar redes de interacción a nivel comunitario a partir de la información aportada por sistemas de comunicación en línea.

4. Relaciones públicas. Las recientes tendencias de comunicación estratégica exigen el desarrollo de habilidades de comunicación interpersonal e interinstitucional que permiten el diseño de procesos integrados de comunicación social mediante la instrumentas de recursos de comunicación multimodales.

5. Comunicación visual. Los egresados del programa educativo cuentan con competencias instrumentales para el diseño gráfico y la fotografía, así como una formación conceptual en análisis y producción de recursos gráficos a partir de la semiología.

6. Diseño web. Las tendencias en la práctica profesional del egresado en comunicación lo involucra de forma directa con el diseño de experiencia del usuario por medio de los estudios de los procesos cognitivos que intervienen en ellos.

1.5.1.1.6. Evolución de la profesión en el contexto nacional e internacional.

En el contexto nacional se han integrado nuevos repertorios de competencias relacionadas con la gestión de comunidades virtuales y contenidos transmedia en línea;

producción de contenidos transmedia; desarrollo de procesos de interactividad en aplicaciones y comunidades virtuales; alta negociación y habilidades gerenciales; configuración y análisis de perfiles de usuarios e interacciones a partir del recurso del Big Data; diseño e implementación de innovaciones; producción de contenidos educativos, de divulgación de la ciencia y promoción de la salud. (Palomo y Palau-Sampio, 2016; Salazar, 2018; Rodríguez-Vázquez, Direito-Rebollal y Silva-Rodríguez, 2018)

1.5.1.1.7. Prospectiva de la profesión en el contexto nacional e internacional.

Galindo (2004) identifica un impacto inédito en medios de comunicación y centros de desarrollo de proyectos de comunicación, en donde es fundamental el uso extensivo de las TICC, para ello se requiere de un nuevo perfil del egresado de estos programas al que el denomina Ingeniería Social. Afirma que antes del uso extensivo de las TICC, tanto la práctica profesional de la comunicación como las tendencias de la investigación científica, ésta se ha movido entre la especulación filosófica y la práctica, en tres aspectos fundamentales: comercio, política y cultura. Considera que el nuevo perfil, podría organizar ambas dimensiones en una práctica profesional que unifica los esquemas de representación sobre un objeto con los esquemas de operación sobre él. Esto implica relacionar ciencia de operaciones con ingeniería de operaciones, a partir de la necesidad contemporánea de solucionar problemáticas cada vez más complejas; lo que puede trasladarse a la profesión y a la vida social. El profesional de la comunicación requerirá competencias reflexivo-constructivas para movilizar información, propiciar procesos de comunicación e interacción.

López-García (2018) ve en la revolución informática una oportunidad única para los mediadores profesionales de la comunicación y la información, en la que recuperarán protagonismo con nuevas competencias y habilidades. A la par del uso extensivo de la inteligencia artificial en servicios de intermediación, distintas formas de especializadas de periodistas -incluidas las versiones móviles hasta aquellas basadas en datos o realidad virtual-, visualizadores de datos, *community manager*, *multimedia editor*, documentalistas, gestores de información, *content curator*, infonomistas, se incluirán en el nuevo ecosistema

de comunicación global. Los profesionales de la comunicación deberán disponer de destrezas para rutinas que transforman el talento de cada uno de ellos, en recursos que alimentarán la cadena de valor en ese ecosistema. En este sentido, el autor considera:

La infomediación, agrupando bajo esta denominación información+comunicación+intermediación, tiene nuevos desafíos. A fin de definir espacios y cometidos en el futuro, precisará la creación de mecanismos y herramientas que le ayuden a desprenderse de las sombras de desinformación que actualmente empañan algunas dimensiones de la mediación e intermediación. Uno de sus retos consiste en el establecimiento de procedimientos que discriminen, automáticamente o no, los falsos de la información y la comunicación de calidad (2018, p.729).

Sólo un conjunto de perfiles bien definidos y socialmente reconocidos, asumidos y aceptados, con un nuevo orden de responsabilidades, habilidades y aptitudes, permitirá a los profesionales de la comunicación rebasar la frontera de la automatización inteligente, para ocupar una posición valiosa en términos sociales en ese escenario, un espacio inédito para la información y la interacción en el seno de una sociedad-red que no puede prescindir tanto de los recursos informáticos en su vasto sistema de mediaciones, como del trabajo de los profesionales que podrán dotar de sentido y estructurar sus procesos de una manera más precisa, eficiente y expansiva a como lo había hecho hasta la última década del siglo pasado.

“La inteligencia artificial permitirá mayor eficiencia en los procesos, y en la mano de los profesionales de la infomediación está convertir la hiperabundancia de mensajes, datos y ruido en comunicación útil, información de calidad y conocimiento” (López-García, p. 729, 2018). Es justamente este desarrollado el que representa uno de los desafíos más relevantes en el papel que jugarán los comunicadores dentro la mediación comunicativa en el escenario de la automatización en las mediaciones e intermediaciones; serán los responsables de definir las estrategia para aprovechar todo el potencial tecnológico para una sociedad mejor comunicada.

Cavanhilas (2015) identifica tres desafíos fundamentales en la comunicación mediática; profesionales, tecnológicos y económicos. En cuanto a los desafíos profesionales se encuentran las siguientes necesidades:

Capacidad para desarrollar proyectos de comunicación en ambientes en línea, donde cumplan al menos con tres funciones básicas; primero se debe ser capaz de gestionar la información utilizando mecanismos que garanticen el acceso de los usuarios a los recursos de mayor calidad informativa que le permitan contextualizar la abundancia, desorden y proliferación informativa de los contenidos en línea; en segundo término, se puede desarrollar rutinas de producción de contenidos informativos en ventanas de tiempo cada vez más estrechas y un ambiente digital con sobreabundancia de contenidos que se modifican de manera acelerada; en tercer lugar, capacidad de diseñar itinerarios informativos que permitan al usuario recorrer, acceder, comprender y ampliar en todo momento la información (Perceval-Verde y Tejedor-Calvo, 2008).

Formar comunicadores capaces, conceptual e instrumentalmente, de desarrollar propuestas informativas y comunicativas convergentes, tanto en términos multimedia como en ambientes multiplataforma; fundamentadas en cuatro dimensiones: integración de la producción, multicompetencias profesionales, entrega multiplataforma, y audiencia activa (Domingo, Salvatierra, Aguado et al, 2007).

Integrar a los usuarios en el sistema mediático multiplataforma y la cogeneración de contenidos en línea (Pérez-Tornero, 2004).

En cuanto los desafíos tecnológicos reconoce tres retos: “nuevas formas de producir, presentar y distribuir la información porque su influencia se hace sentir en todas las fases del proceso periodístico” (Cavanhilas, 2015, p. 359).

En cuanto a la distribución Cavanhilas considera que

La información tiene que estar donde se encuentran las personas y en actualidad las personas están permanentemente conectadas desde su PC, smartphone o tableta. Debe mantenerse informados a los usuarios a cada momento, lo que implica un cambio en otra característica del periodismo tradicional: la periodicidad: los informativos con horarios establecidos o la hora de publicación del periódico no pertenecen a un mundo en el que la información circula a una gran velocidad, el periodismo contemporáneo debe ser instantáneo, un *continuum* informativo (Barbosa, 2013) que transmita la idea de una conexión permanente al mundo, que es una de las razones por la que los usuarios adquieren móviles (Katz; Aakhus, 2002). Los medios de comunicación deben pasar, de los tradicionales contenidos monomedia replicados en la Web, a la producción de contenidos multimedia interactivos que

sepan explorar las características únicas del Internet, involucren al usuario y estén estructurados por niveles de información (p.360).

En cuanto a los desafíos económicos recomienda

explorar el potencial de los dispositivos móviles; percibir la conexión permanente de los usuarios como un canal invariablemente abierto; los medios tienen que estudiar formas de ofrecer a los usuarios la posibilidad de interactuar con sus periodistas, de participar en foros internos, de crear lazos con el medio; los medios tienen que buscar nuevas formas de generar ingresos que mejoren los tradicionales modelos de ventas e ingresos publicitarios y los armonicen con las nuevas oportunidades (Canavilhas, 2015, p. 361).

Para Rebeil, Hidalgo y Moreno (en León, 2012), cinco competencias son necesarias para enriquecer el perfil del profesional de la comunicación en este milenio: 1) comprensión de las organizaciones; 2) responsabilidad social; 3) comunicación mercadológica, orientada principalmente a públicos externos; 4) comunicación creativa, en referencia a públicos internos, intermedios, externos; 5) comunicación corporativa, para públicos internos, intermedios, externos; 6) comunicación interna u organizacional, dirigida a públicos internos e intermedios.

1.5.2. Conclusiones del análisis de la profesión y su prospectiva.

Si bien el perfil de egreso del programa coincide en lo general con la mayoría de los campos de acción identificados en el ejercicio, gestión de la comunicación, lenguaje y discurso y producción multimedia; que se encuentran reflejados en el diseño curricular; es conveniente ajustar las áreas del conocimiento del plan para incorporar áreas como la comunicación en comunidades virtuales, comunicación corporativa, gestión de la información, y mercadotecnia y publicidad,

Al tiempo en que se ajustan la unidades de aprendizaje para fortalecer el desarrollo de competencias tendientes a responder al ecosistema de mediaciones con elevados componentes de inteligencia artificial, automatización de procesos, multisegmentación de públicos, procesos de interactividad virtual, desarrollo de innovaciones informáticas, evolución de los marcos éticos y deontológicos de la profesión.

1.5.3. Análisis comparativo de programas educativos.

Objetivo 1. Comparar las prácticas, características y estrategias desarrolladas por instituciones educativas en los mejores programas educativos nacionales e internacionales reconocidos por organismos acreditadores o por *rankings* nacionales y/o internacionales.

Objetivo 2. Determinar las prácticas y estrategias destacables de los mejores programas educativos nacionales e internacionales para ser considerados en la creación, modificación o actualización del programa educativo.

Para ello se llevó a cabo un estudio comparativo a partir de fuentes secundarias, al consultar los *ranking* nacionales e internacionales que permitan identificar las los mejores Programas de Educación Superior (PES) específicamente de Comunicación a nivel nacional. Para el caso nacional se recurrió al *ranking* que realiza el periódico “*El Universal*” (2019), específicamente para las carreras de Comunicación en el país.

El *ranking* considera los siguientes aspectos: el reporte que las mismas instituciones brinden sobre acreditación institucional; investigación; y docencia. Así como las entrevistas que realiza a empleadores y a profesores.

Se tomaron en cuenta las cinco mejores universidades para Comunicación, se descargaron sus planes de estudio, se entró a la página oficial de cada Universidad y se observaron los siguientes puntos: nombre de la carrera, seriación de materias, vinculación entre carreras, manejo de salidas o especializaciones, características de profesionalización, características de formación e investigación, internacionalización y vinculación internacional. Con dicha información se generó una base de datos en Excel y se elaboró un cuadro comparativo.

Para conocer las tendencias en los planes de estudios a nivel internacional se recurrió al listado *Quacquarelli Symonds (QS)* que mide y genera *rankings* de las mejores universidades del mundo para cada carrera, en este caso específicamente para la carrera de Comunicación (*Communication*).

El ranking consideró cinco criterios: 1. El impacto y productividad en sus investigaciones. 2. Compromiso de los maestros. 3. Empleabilidad para los egresados. 4. Impacto que tienen en internet. 5. Internacionalización.

De igual manera que en el análisis de planes de estudios nacionales, se generó una base de datos con la información de las carreras para cada Universidad y se crearon cuadros comparativos que se detallan más adelante.

1.5.3.1. Resultados de PES de Comunicación nacionales.

De los planes de estudios a nivel nacional (tabla 21) se puede observar que los planes de estudio de Comunicación a nivel licenciatura, tienen la mayor carga de materias en la orientación profesionalizante, mientras que, es menor el número de materias para cuestiones de investigación. También se observa una vinculación importante con otras carreras como Psicología, Mercadotecnia y Sociología.

En términos generales, destaca de estos cinco programas la calidad en la formación de la plantilla de profesores, la reflexión teórica contemporánea en la composición de materias, además de que, la mayor parte de estos programas tienen posgrados de Comunicación, ya sean profesionalizantes u orientados a la investigación, lo que permite un nivel de excelencia constante por el reto que implica formar en posgrado.

En cuanto a la formación de los académicos destaca el programa de la Universidad Iberoamericana, además de tener un Doctorado PNPC Conacyt con reconocimiento internacional, lo que refuerza la continua formación de sus profesores y la posibilidad de vincular el trabajo de posgrado con los estudiantes en cualquiera de los niveles. En este sentido, la UABC tiene dos posgrados que se vinculan con la carrera, la Maestría en Proyectos Sociales (Ensenada) y el Doctorado en Sociedad Espacio y Poder (Mexicali), que, además en su plantilla tienen a profesores de las carreras de Comunicación. Sería recomendable conjuntar esfuerzos transversales del diseño de la licenciatura y con orientación a los posgrados, tal como lo hacen las otras universidades.

Tabla 21. Comparación de cinco planes de estudio de comunicación a nivel nacional según el ranking de “El Universal” 2019.

#	Uni.	Cal.	Evaluación de académicos	Nombre del programa	Objetivo	Vinculación con carreras
1	UNAM	10	8.98	Ciencias de la comunicación	El egresado de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación será capaz de analizar críticamente la información, lo que le permitirá proponer alternativas y soluciones a los problemas que se le presenten en su quehacer profesional; contará con conocimientos sólidos de su disciplina y de las Ciencias Sociales en general. Será capaz de expresarse de manera escrita, de producir diversos mensajes: en audio, visual y audiovisuales, así como diseñar contenidos con distintos objetivos; deberá informar, exponer, argumentar y persuadir. Será un mediador entre un emisor, sus objetivos e intereses, y un público definido por sus intereses, necesidades, gustos. Conocerá las características de los canales de comunicación y será capaz de diseñar estrategias de comunicación que generen los resultados deseados.	
2	Universidad Iberoamericana	9.72	9.12	Licenciatura en Comunicación	Las competencias a desarrollar dentro del programa en Comunicación son: Mostrar aspiraciones por mejorar su realidad y la de los demás. Disposición para desarrollar aptitudes para la comunicación interpersonal, grupal, institucional, organizacional y social a través de los medios. Deseos de realizar un trabajo intensivo, con grandes retos para su capacidad crítica y su potencial creativo	Filosofía, Psicología y Mercadotecnia
2	ITESO Jalisco	9.72	8.83	Ciencias de la comunicación	El perfil de egreso del programa en ciencias de la comunicación es: Como estudiante, produces contenidos <i>on</i> y <i>offline</i> para toda clase de audiencias e interfaces, necesarios para empresas, instituciones y organizaciones sociales. Utilizas herramientas de <i>bigdata</i> y visualización de información, para generar propuestas y soluciones creativas desde una postura crítica y analítica de la realidad social. Colaboras en equipos multidisciplinares virtuales y presenciales, donde el entretenimiento, el arte, la ciencia y la tecnología son tus instrumentos principales. Como profesional participarás en equipos de análisis y producción de comunicación empresarial, institucional y social, en laboratorios de tecnología y comunicación, y como emprendedor de tus propios proyectos.	
2	ITESO Jalisco			Periodismo y comunicación pública	Al egresar de Periodismo y Comunicación Pública podrás desarrollarte en la industria de la información y el periodismo como	Sociología

					profesional en medios tradicionales y en nuevos medios digitales como analista, editor de contenidos informativos y editoriales, consultor y asesor en imagen pública, productor de estudios de opinión, asesor de mercadotecnia política, o bien, en áreas de comunicación social institucional y unidades de transparencia. Serás capaz de diseñar, producir, gestionar y administrar estrategias informativas en internet. Podrás incidir en espacios plurales de información como estrategia de la opinión pública en las redes sociales.	
2	ITESO Jalisco			Comunicación y artes audiovisuales	Como profesional participarás en colectivos artísticos, casas productoras, estudios, laboratorios e instituciones de comunicación, empresas desarrolladoras de contenidos y como emprendedor de tus propios proyectos.	Producción
3	UNAM FES ARAGÓN	9.64	8.46	Comunicación y periodismo	Al finalizar la licenciatura en Comunicación y Periodismo, la comunidad egresada contará con las siguientes características: tendrá conocimiento amplio de la gramática y ortografía del español; manejará la teoría de la Comunicación; reconocerá y aplicará los diversos géneros periodísticos; aplicará los métodos y técnicas de investigación en Comunicación; creará a través de la producción multimedia diferentes productos mediáticos (impresos, radio, televisión, medios digitales); elaborará estrategias de campañas de propaganda, relaciones públicas y publicidad; demostrará una amplia apreciación de las artes, con énfasis en literatura y cinematografía, por su carácter narrativo; conocerá la historia y marco legal de los medios de comunicación y de la práctica periodística; aplicará los valores éticos en el ejercicio del periodismo y de la comunicación; reconocerá los problemas políticos, económicos y socioculturales contemporáneos; contará con un amplio panorama de la historia de México; conocerá y comprenderá la dinámica de los medios y globalización.	Periodismo
5	UDLA Puebla	9.48		Comunicación y producción de medios	Como licenciado en Comunicación y Producción de Medios serás capaz de generar, producir y distribuir mensajes mediáticos a través de los ejes de conocimiento enfocados en audio, video, periodismo, cine y medios digitales para proponer soluciones a problemáticas de comunicación en el contexto sociocultural global contemporáneo, tanto en ámbitos públicos y privados, con una visión crítica, ética y responsable del entorno. Al concluir tu programa educativo, además del título profesional de licenciatura, obtendrás tu diploma de <i>bachelor</i> , con el que tus estudios tendrán reconocimiento en todo el mundo.	Producción

5	UDLA P Puebla			Comunicación y relaciones públicas	Como licenciado en Comunicación y Relaciones Públicas serás capaz de seleccionar, aplicar, administrar y evaluar estrategias de comunicación, a través de la implementación de metodologías cualitativas y cuantitativas enfocadas en la detección de problemas, identificación de públicos, evaluación de medios, selección de tácticas y desarrollo de estrategias tanto en plataformas tradicionales y digitales para mejorar la comunicación y las relaciones públicas de las organizaciones públicas y privadas, con el fin de construir una imagen y reputación basada en la ética y el compromiso social con impacto local como global.	Mercadotecnia
S N	UABC *	SN	SN	Ciencias de la Comunicación	El LCC será capaz de: Diagnosticar procesos de comunicación en la sociedad a través de la identificación de problemáticas y el análisis de sus elementos en el contexto donde se presentan, para así tener argumentos pertinentes en la toma de decisiones sobre dichas problemáticas en el diseño y propuestas de comunicación, con sentido de responsabilidad social. Diseñar y proponer estrategias de comunicación a través del reconocimiento e interpretación de procesos simbólicos integrando saberes interdisciplinarios, métodos e instrumentos para intervenir en la solución de problemas de comunicación favoreciendo la interacción, con tolerancia a las diferencias culturales y visiones del mundo. Producir mensajes, discursos y campañas mediante el análisis crítico, la estructuración de significados y el empleo de técnicas propias de la comunicación para favorecer el entendimiento, la comprensión y la convivencia social, con iniciativa y responsabilidad.	

Fuente: Elaboración propia con datos del ranking del Universal y con los planes de estudios de cada universidad.

La posición 4 fue para la Escuela de Periodismo Carlos Septién, la cual no se consideró para los fines del análisis por ser específicamente escuela de periodismo. *El listado sólo ofrece los 26 primeros lugares de su estudio, y no reporta a la UABC en dicho listado.

Más allá del posicionamiento que utilizó el *ranking*, se consideró importante analizar cada uno de los planes con la intención de tomar en cuenta las mejores prácticas a emular en búsqueda de enriquecer el rediseño o modificación del plan de estudios de LCC en la UABC. El plan de estudios del ITESO destacó por la organización de siete ejes: "Fundamentos socioculturales", "Métodos de indagación", "Redes, interfaces y estrategias

de la comunicación”, “Narrativas, Curriculum universitario”, “Saberes complementarios y lenguas”, de los cuales se desprenden las materias de todo el mapa curricular.

Se destaca que, en la mayor parte de los programas (Universidad Iberoamericana, ITESO, UDLAP y UNAM, 2019) existen salidas de especialización para los alumnos como: Periodismo, Relaciones Públicas, Producción y Mercadotecnia. La UDLAP ha remarcado su orientación hacia la internacionalización, tanto en la plantilla de sus profesores, cursos en idioma inglés y experiencias de aprendizaje como intercambios para el alumnado. La UNAM, por su parte, se destaca por la trayectoria de sus profesores, con una amplia movilidad nacional e internacional, por la vinculación en red con otras Universidades y por la alta producción académica de sus profesores.

Tomando en cuenta lo anterior, se observa que en el plan de estudios actual de LCC en la UABC no se tienen salidas ni especializaciones, se recomienda, en ese sentido, se contemple en el diseño, con el propósito de que los alumnos orienten sus materias finales a los intereses particulares en la carrera, e incluso lo puedan vincular con diplomados o especializaciones. Se recomienda además que las especializaciones se articulen en función de las fortalezas de cada programa (Tijuana, Mexicali y Ensenada); por ejemplo, para el campus Ensenada: Comunicación ambiental; Comunicación de la ciencia y la cultura; Comunicación para las organizaciones y Comunicación para el cambio social. Mientras que en Tijuana se sugieren: Gestión de la comunicación en las organizaciones, Análisis y producción de medios y herramientas digitales y Producción de medios digitales. Mientras que se podría sugerir en Mexicali: Comunicación para las organizaciones, Producción de medios digitales y algunas otras que se sugiere diagnosticar para cada campus más adelante.

Programas como el de UNAM Acatlán tienen una orientación hacia el periodismo, que parece brindar herramientas de redacción, un aspecto que se sugeriría que se reforzara para el programa de LCC de UABC, resulta pertinente el refuerzo de redacción para distintos usos, no sólo periodismo, también redacción científica, entre otras.

El programa de UNAM Acatlán además tiene seis semestres de inglés para Comunicación que están dentro de su plan de estudios, es obligatoria y se debe cumplir con cinco créditos cada uno (UNAM, 2019). Se recomienda incorporar esa estrategia para LCC de UABC.

En el diseño de la Iberoamericana se observan competencias como

Diseñar y ofrecer soluciones de comunicación en empresas, organismos de gobierno y sociedad civil; diseñar planes, estrategias y contenidos de comunicación novedosos y creativos a partir de las diversas audiencias y sus entornos; proponer de manera creativa y competente soluciones comunicativas a problemáticas sociales específicas y resolver problemas de comunicación con base en el análisis, el trabajo transdisciplinar y la adaptabilidad a situaciones nuevas en el campo profesional. (Iberoamericana, 2019, p. 1)

En el diseño curricular de la UDLAP por su parte se recomienda incorporar:

Dominio de las teorías de la comunicación para su aplicación en la identificación de los elementos corporativos a través de las técnicas y metodologías de relaciones públicas para implementar soluciones adecuadas en las problemáticas de comunicación organizacional interna y externa. (UDLAP, 2019, p. 1)

Esta consideración integra la práctica de las teorías a situaciones prácticas. En este sentido se recomienda incorporar la capacidad de crear contenidos para medios digitales emergentes; porque de alguna forma el programa actual incorpora alguna de las otras competencias; sin embargo, al observar que se debe reforzar la incorporación de situaciones actuales del campo profesional.

En la siguiente sección se incorporan los programas a nivel internacional, a fin de observar qué podría mejorar en el programa de LCC de UABC.

1.5.3.2. Resultados de los PES de Comunicación a nivel internacional.

Para comprender el reto del comunicólogo a nivel internacional hay que tomar en cuenta el cambio tecnológico que involucra el quehacer del comunicólogo, y si bien en el análisis de necesidades sociales se abordó una parte, se vuelve a hacer hincapié a fin de comprender la visión de los programas internacionales.

Para Ayala (2014) “el nivel de uso de las redes sociales a nivel mundial resulta impresionante y difícilmente comparable con otros medios de comunicación anteriores a la era digital, pero revelan la importancia de la comunicación permanente entre las personas”

(p. 27). El espíritu de los tiempos actuales parece estar vinculado a estas nuevas maneras de comunicarnos, lo que propicia nuevos planteamientos teóricos y metodológicos para los estudiosos de las ciencias sociales en general y de los estudiosos de fenómenos comunicativos en particular.

We Are Social (2019) menciona que el mundo cuenta con 4388 millones de internautas, una penetración del 57%, cifra que tiende a incrementar año con año, de 2018 a 2019 se presentó un incremento del 9.1%, por ejemplo. Del total de los internautas el 52% accede desde su Smartphone.

Por ello también se ha localizado que los programas de Comunicación más reconocidos (ver Tabla 22) a nivel mundial por la QS como *University of Amsterdam*, *London School and Economics*, *University of Texas* y *Stanford University*, contemplan en su plan de estudios materias que involucran tanto el desarrollo de comunicación a partir de tecnologías de información, como el análisis de la información que se genera en las plataformas y nuevos medios.

Sin embargo, parecen ser materias que complementan las distintas salidas o especializaciones. Por ejemplo, la Universidad de Texas presenta las siguiente cinco salidas: “Publicidad y relaciones públicas”, “Ciencias de la comunicación y desórdenes cognitivos”, “Estudios de Comunicación”, “Periodismo y producción de radio, televisión y cine”. Por su parte la University of Southern California sólo tiene tres divisiones: “Comunicación”, “Periodismo” y “Relaciones Públicas”. Comunicación tiene los siguientes 4 ejes: Clases teóricas y fundacionales, Métodos de comunicación práctica, Experiencia Annenberg, Cursos Electivos.

Para Stanford hay dos áreas: “Procesos comunicativos y efectos” y “Sistemas de comunicación e instituciones”.

Tabla 22. Planes de estudio de Comunicación a nivel internacional obtenidas el ranking de QS 2019.

#	Universidad	Nombre de la carrera	Vinculación con carreras
1	University of Amsterdam	<i>Media and Culture</i>	Producción
2	University of Southern California USC	<i>Communication Science</i> <i>Communication</i> <i>Journalism</i> <i>Public Relations</i>	Ciencias sociales Ciencias sociales Comunicación y periodismo Ciencias sociales y mercadotecnia
3	London School of Economic and Political Science	<i>Department of Media and Communication</i>	Ciencias sociales
4	University of Texas at Austin	<i>Advertising and public relations</i> <i>Communication sciences and disorders</i> <i>Communication studies</i> <i>Journalism</i> <i>Radio-television-film</i>	Mercadotecnia Psicología Ciencias sociales Periodismo Producción
5	Stanford University	<i>Communication</i>	Ciencias sociales

Fuente: Elaboración propia a partir del ranking de QS 2019.

Al igual que en los planes de estudios previamente revisados se encontró vinculación, por ejemplo, con la psicología, las ciencias sociales y los estudios de mercadotecnia; en algunos casos se comparten materias con otras carreras como: “Periodismo”, “Relaciones públicas”, “Comunicación de las ciencias y los desórdenes psicológicos”, “Publicidad y Producción en radio, televisión y cine”. La plasticidad de la carrera permite el encuentro interdisciplinar, pero sí se observa una tendencia tanto nacional como internacional en dividir salidas por: publicidad, mercadotecnia, relaciones públicas y periodismo.

Algunas de las diferencias que tienen las universidades internacionales, está en la manera en que imparten los cursos por ejemplo, la Universidad de Ámsterdam (UA) tiene dos métodos de enseñanza: *Lectures*, que son las clases en donde se enseñan los conceptos claves, estas clases tienen entre 50 y 250 estudiantes; por otro lado tienen los *tutorials*, que son las clases en donde se discute y aplica el contenido de los conceptos

claves y se desarrollan habilidades, en dichos cursos se tienen entre 15 y 25 estudiantes. (Universidad de Ámsterdam, 2020)

La manera de evaluar incluye la mezcla entre uno o más exámenes, preparación de artículos científicos y presentaciones. Otro aspecto interesante del diseño de las materias, para la UA, es que cada semestre incluye seis bloques de materias teóricas y dos de metodología, entonces se logra que haya productos finales integradores; por ejemplo, en el primer semestre llevan la materia de Introducción a las Ciencias Sociales y la de Métodos de investigación y estadística, que culmina en el *Workshop* de Investigación: “Encuestas I”, el otro bloque se compone de “Comunicación Corporativa”, “*Media Landscape*”, “Comunicación y entretenimiento” y “Filosofía y metodología” que concluyen con el *Workshop* II de investigación de Análisis de contenido; además de las tutorías. (Universidad de Ámsterdam, 2019)

En la Universidad de Texas (Austin) se trabaja de manera más flexible, pero lo que más destaca en esta universidad son las materias orientadas a nuevas tecnologías por ejemplo: “Juegos y cine”, “Desarrollo de juegos y media interactiva”, “Introducción a la animación 3D”, “Escritura para juegos interactivos y media”, “*Inmersive filmmaking (Cine Inmersivo)*”, “*Advanced VFX/Motion graphics (VFX avanzado/ Gráficos en movimiento)*”, “*Motion Capture Studio (Estudio de la captura de movimiento)*”, “Desarrollo de juegos 2D”, “Introducción a la animación 2D”; para la carrera de “Producción en cine, radio y televisión”. (Universidad de Texas, 2020)

En el caso de la Universidad de *Stanford* destaca el énfasis que se otorga a que los alumnos pasen los cursos de redacción avanzada los alumnos que no tengan dicha materia aprobada no pueden avanzar en los cursos, esta medida por parte de la universidad resulta muy apropiada y en coherencia con lo que se ha reportado en los resultados diagnósticos, en donde se señala la importancia que tiene que un comunicólogo tenga una buena comunicación escrita y oral. Además, tienen cursos obligatorios que resultan interesantes ante los retos de la actualidad como la materia “Mentira, Verdad y Tecnología”, “El diálogo

de la democracia”, “Gente virtual”, “Representación Virtual en Humanos”, “Campañas Políticas en la Era de Internet”, “Política de los Algoritmos”, “Construcción de Nuevas Aplicaciones”, que lo distingue con los otros programas, ya que tiene que ver con la implicación tecnológica en la vida social. (Stanford, 2020)

En *University of Southern California* se destacan las posibilidades de especialización como: “Comunicación, tecnología y prácticas”, “Comunicación global”, “Comunicación de la salud”; “Justicia, voz y defensa”; “Economía y emprendimiento de los medios de comunicación”; “Comunicación profesional y gerencia”; “Estudios de medios deportivos”; “Diplomacia cultural”; y “Política de comunicación y derecho”. Muchas especializaciones en comunicación persiguen, con el estímulo de la escuela, una doble especialización con otra disciplina o una menor para complementar a la mayor. A través de una planificación cuidadosa, los estudiantes pueden completar estas opciones dentro de los cuatro años. Además de que, de las universidades consultadas es la que reportó más cursos optativos con 221 en total. (University of Southern California, 2020)

Encontramos algunas coincidencias temáticas con los programas nacionales, así como las distintas salidas; sin embargo, en términos didácticos destacan prácticas como las Lecturas, las Tutorías y los *Workshops*. Se sugiere para UABC generar en espacios como Cátedras para los tres campus; aprovechando la cercanía con universidades de Estados Unidos; a fin de ampliar la experiencia internacional.

1.5.3.2. Conclusiones sobre análisis comparativo de programas educativos.

Tanto a nivel nacional como internacional, los programas tienen duración de cuatro años, en este sentido también se recomienda para el caso de la UABC iniciar el primer semestre con las materias de la carrera, ya que actualmente inicia con tronco común que además tiene duración de un año.

Las carreras analizadas tienen materias de enfoque teórico, metodológico, subdivisiones o salidas de especialización, sobre todo: Producción, Publicidad y Mercadotecnia, Comunicación organizacional y Periodismo.

Las universidades internacionales tienen más diversificadas estas salidas. La implicación de las nuevas tecnologías también está presente, tanto para la producción como para el análisis y comprensión de los problemas sociales.

Se considera, a partir del presente análisis, que la carrera de LCC presenta cada vez más retos ante los cambios en las maneras de comunicarnos y formar la opinión pública, en ese sentido, se sugiere la integración de materias que contemplen los cambios; además como se ha mencionado, se recomienda que haya salidas de especialización para los últimos semestres.

Ante este análisis se propone entonces la incorporación de Cátedras, tanto nacionales como internacionales, a nivel nacional se pueden reunir organismos como AMIC y CONEICC, a nivel internacional por organismos no gubernamentales o por fideicomisos; con la intención de que haya una incorporación de las competencias en estos espacios que además lograrían vinculación con otras instituciones.

1.5.4. Análisis de organismos nacionales e internacionales.

Para el apartado se recuperan las observaciones que los organismos tanto nacionales como internacionales consideran para la mejor formación de comunicólogos y que contribuirá a fortalecer el plan de estudios del programa.

El objetivo principal es analizar las propuestas de los referentes nacionales en cuanto a contenidos, competencias y prácticas que apoyan la actualización y mejora del plan de estudios del Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

En tanto que los objetivos específicos son:

Objetivo 1. Identificar contenidos de dominio, prácticas de la profesión que señalan o recomiendan los organismos a nivel nacional e internacional.

Objetivo 2. Identificar competencias, contenidos de dominio y prácticas de la profesión de las evaluaciones y externas.

Para llegar al objetivo propuesto se realizó una revisión documental de los aportes en la comunicación a nivel nacional e internacional. Se realizó también un análisis a las

recomendaciones que los referentes nacionales CONAC (Consejo de Acreditación de la Comunicación y Ciencias Sociales A.C.), CONEICC (Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación es una Asociación Civil) y AMIC (Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación) proponen para un mejor desempeño en la enseñanza de los futuros comunicadores, así como las que propone el EGEL-CENEVAL como otro organismo referente que certifica la profesionalización de las generaciones que egresan. A nivel internacional se observaron las recomendaciones de organismos como FELAFACS (Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social), BINACOM (Binational Association for Schools of Communication) , ICA (International Communication Association) e IAMCR (International Association of Media and Communication Research); con el propósito de poner atención sobre las recomendaciones tanto en la práctica docente, la práctica de investigación y los contenidos temáticos para el campo de la comunicación.

Tras el estudio estos son los principales resultados:

1.5.4.1. Organismos nacionales.

El Consejo de Acreditación de la Comunicación y las Ciencias Sociales A.C. (CONAC) dicho organismo ha sido el acreditador de la carrera de Comunicación en la UABC y se han atendido la mayor parte de las recomendaciones por parte del organismo. Entre sus recomendaciones propone una mayor **producción de trabajos recepcionales, una apuesta a la internacionalización de los estudiantes, la profesionalización y mejora continua de sus profesores.** Entre sus áreas de interés (categorías) están: 1) las características del personal académico, 2) las características de los estudiantes, **3) el plan de estudios**, 4) evaluación del aprendizaje, 5) formación integral, 6) servicios de apoyo al aprendizaje, 7) vinculación y extensión, 8) Investigación e 9) Infraestructura y equipamiento. Las recomendaciones las realiza en cada evaluación, para el caso de LCC no se marcaron mejoras al plan de estudios.

El otro organismo que brinda directrices relativas a la enseñanza en Comunicación a nivel nacional es el Consejo Nacional para la Enseñanza en Investigación de las Ciencias Sociales (CONEICC) es una organización sin fines de lucro que reúne a las 74 Universidades e Instituciones más importantes del país.

Los ejes rectores del organismo son:

A partir de lo que se plasma en la página del organismo CONEICC es interesante que, además de promover la calidad en la enseñanza, fortalecer redes; también propone una observación constante al campo en las áreas profesional, académico, formación de jóvenes investigadores y generación constante de conocimiento. Otro aspecto que se observa relevante del Consejo es que propone a **defensores de las audiencias**, y se considera un aspecto poco considerado en general y de gran relevancia para las mejores prácticas **para una educación para la recepción crítica** de medios. En este sentido se recomendaría **que en el plan de estudios se contemplen los observatorios, así como la defensoría de audiencias**; aspectos poco incorporados en el plan de estudios actual y que atienden a las competencias que se esperan de un comunicólogo de la UABC: **ética, pensamiento crítico y actitud científica**.

Para comprender más sobre el campo de la Comunicación en el país, a partir de las prácticas de los investigadores y sus redes, es importante también tomar de referente a la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación A.C. (AMIC).

El organismo realiza anualmente un congreso que reúne a los investigadores de comunicación a nivel nacional. Es importante ya que son los investigadores de comunicación los que estarán generando conocimiento, teorías y evidencias en torno a la comunicación en México, la mayor parte de ellos adscritos a las universidades del país; por tanto, el campo académico se nutre no sólo de la actualización de su profesorado, sino porque son actores en la generación de conocimientos (Rodríguez, 2015)

AMIC propone tres grupos de trabajo y dieciséis grupos de investigación. **Se considera de relevancia como referente para la modificación o rediseño del plan de**

estudios, por la las temáticas, que representan las preocupaciones en temas de investigación en comunicación que circulan en nuestro país. (AMIC, 2020)

Grupos de trabajo:

Grupo de Trabajo 1, Deporte, Cultura y Sociedad

Grupo de trabajo 2, Medios Públicos

Grupo de trabajo 3, Comunicación de la Ciencia

Grupos de investigación:

Grupo de investigación 1, Nuevas Tecnologías, Internet y Sociedad de la Información

Grupo de investigación 2, Comunicación Política.

Grupo de investigación 3, Economía Política de la Comunicación

Grupo de investigación 4, Estudios de Recepción

Grupo de investigación 5, Estudios de Periodismo

Grupo de investigación 6, Comunicación y Educación

Grupo de investigación 7, Discurso, Semiótica y Lenguaje

Grupo de investigación 8, Comunicación Integral en las Organizaciones

Grupo de investigación 9, Historia de la Comunicación

Grupo de investigación 10, Teorías y Metodología de Investigación en Comunicación

Grupo de investigación 11, Comunicación Intercultural

Grupo de investigación 12, Género y Comunicación

Grupo de investigación 13, Sociedad Civil, Participación y Comunicación Alternativa

Grupo de investigación 14, Políticas de la Comunicación

Grupo de investigación 15, Comunicación Intersubjetiva

Grupo de investigación 16, Estudios de Juventud y Comunicación

En los dos referentes, tanto AMIC como CONEICC, se observa que se trabaja en la incorporación del **componente ético** (AMIC, 2020; CONEIC 2020), por lo cual se sugiere aprovechar el vínculo para integrar competencias a nivel **transversal** en LCC. Tomando en cuenta las temáticas de los Grupos de Investigación de AMIC (2020), se sugiere considerar

los ejes de análisis como posibles líneas de especialización y para considerar la actualización de las temáticas; ya que en cada congreso se refrescan por los distintos trabajos presentados. Además, se considera relevante **incorporar la revisión bibliográfica del acervo generado en cada Grupo de Investigación**, pues brinda insumos para la elaboración de las cartas descriptivas por áreas de conocimiento.

Otro referente nacional que resulta de interés es la prueba EGEL-CENEVAL que además se ha convertido en un pertinente instrumento para medir la calidad de los egresados de licenciatura a nivel nacional, por lo que resulta relevante considerar los contenidos que contempla la prueba para que estén incorporados en el diseño curricular de LCC.

El EGEL-CENEVAL tiene como actividad principal el diseño y la aplicación de instrumentos de evaluación. Su misión consiste en proveer información confiable sobre los aprendizajes que logran los estudiantes de distintos niveles educativos.

La prueba de LCC está estructurada por cinco grandes áreas: Publicidad, Comunicación Organizacional, Investigación aplicada a la comunicación, Productos comunicativos y Periodismo, con las siguientes sub áreas (ver tabla 23):

Tabla 23. Estructura del EGEL.COMUNICA por áreas y sub áreas.

Área	Subárea	Reactivos	% en el examen
A. Publicidad		27	16.2%
	1. Diseño de campañas publicitarias	21	12.6%
	2. Ejecución de campañas publicitarias	6	3.6%
B. Comunicación organizacional		25	15%
	1. Diseño de planes de comunicación organizacional, internos y externos	6	3.6%
	2. Desarrollo de planes de comunicación organizacional, internos y externos	19	11.4%
C. Investigación aplicada a la		27	16.2%

comunicación			
	1. Diseño de proyectos de investigación	12	7.2%
	2. Desarrollo de la investigación	15	9.0%
D. Productos comunicativos		53	31.7%
	1. Preproducción de productos comunicativos	30	18%
	2. Producción de productos comunicativos	10	6%
	3. Posproducción de productos comunicativos	6	3.6%
	4. Desarrollo y evaluación de los productos comunicativos	7	4.2%
E. Periodismo		35	21.0%
	1. Planeación y diseño del trabajo periodístico	15	9%
	2. Desarrollo del trabajo periodístico	20	12%
		167	100%

Fuente: EGEL-CENEVAL 2017.

Como se observa en la Tabla 23 la cantidad de reactivos y el porcentaje correspondiente a la prueba, se apoya en un 31.7% en el área de “Productos comunicativos” y de estos, el 18% corresponde a la subárea de “Preproducción de productos comunicativos” frente a las otras cuatro (Producción de productos comunicativos 6%, Posproducción de productos comunicativos 3.6%. Desarrollo y evaluación de productos comunicativos con 4.2%).

El área de “Periodismo” es la segunda, que predomina por cantidad de reactivos con un total de 35, lo que corresponde al 21% del total de reactivos en la prueba. En igual proporción, le siguen las áreas de “Publicidad” e “Investigación aplicada a la comunicación”, ambas con un 16.2%, y por último, con un 15% “Comunicación organizacional”.

Estas proporciones nos permiten observar la priorización de la prueba; y si bien, se discute si verdaderamente la prueba es reflejo de la formación de un comunicólogo, no se

puede negar que por el momento, constituye un referente de calidad en el tipo de licenciados en ciencias de la comunicación que egresan de las universidades mexicanas. La prueba se convierte entonces en un mecanismo de comparación y en un reporte del estado actual de los egresados.

En este sentido se considera de relevancia tomar en cuenta los temas y subtemas que aborda la guía EGEL-COMUNICA de las cuales se enlistan a continuación:

A1. Publicidad: mide la capacidad de tareas vinculadas con: “estructura básica de una agencia publicitaria, características de marca, producto o servicio, el cliente y el consumidor para abordar un diagnóstico y planeación de la estrategia de comunicación publicitaria” (EGEL-COMUNICA, 2017, p. 10)

A2. Ejecución de campañas publicitarias: mide la capacidad con tareas como “medio por usar y mensaje o diseño pertinente, desarrollo de la estrategia de comunicación publicitaria” (EGEL-COMUNICA, 2017, p. 10)

B1. Diseño de planes de comunicación organizacional, internos y externos: considerando la capacidad en tareas vinculadas con: “Filosofía y cultura institucional de una organización, componentes del diagnóstico para el plan de comunicación organizacional” (EGEL-COMUNICA, 2017, p. 11).

B2. Desarrollo y evaluación de planes de comunicación organizacional, internos y externos como. “Componentes para puesta en marcha de un plan de comunicación organizacional, componentes para evaluar un plan de comunicación organizacional” (EGEL-COMUNICA, 2017, p. 11)

C1. Diseño de proyectos de investigación considerando: “construcción del objeto de estudio, desarrollo del protocolo de investigación “ (EGEL-COMUNICA, 2017, p. 12)

C2. Desarrollo de la investigación considerando: “ejecución de la investigación, análisis de la información obtenida en la investigación de campo” (EGEL-COMUNICA, 2017, p. 12)

D1. Preproducción de productos comunicativos considerando: “características de los medios de comunicación, elaboración de guiones para los medios audiovisuales, estrategia

de comunicación de acuerdo con el objetivo y requerimientos humanos y materiales de la producción” (EGEL-COMUNICA, 2017, p. 13)

D2. Producción de productos comunicativos considerando: “manejo de la puesta en escena, el registro de imagen y sonido según características del medio” (EGEL-COMUNICA, 2017, p. 13)

D3. Posproducción de productos comunicativos considerando: “edición de audio e imagen, montaje de audio e imagen.” (EGEL-COMUNICA, 2017, p. 13)

D4. Desarrollo y evaluación de productos comunicativos considerando: “características de los medios impresos, evaluación del contenido, producción, difusión y efectos de la comunicación realizada y planeación de proyectos **para medios interactivos.**” (EGEL-COMUNICA, 2017, p. 14)

E1. Planeación y diseño del trabajo periodístico considerando: “construcción de la agenda informativa, estrategias para obtener información.” (EGEL-COMUNICA, 2017, p. 15)

E2. Desarrollo del trabajo periodístico considerando: “información para elaborar textos para los diferentes medios periodísticos, edición de la información para la redacción de textos periodísticos, materiales de apoyo para un texto periodístico” (EGEL-COMUNICA, 2017, p. 16)

1.5.4.2. Organismos internacionales.

Hoy no se podría entender la sociedad ni la comunicación si no es en la complejidad global (Iani, 1998). Los organismos internacionales resultan ser un referente global. Si hay un aspecto que debe considerarse para el diseño de un plan de estudio en la sociedad actual, es que debe llevar el componente global.

Se considera que, ante el reto global, y dadas las complejidades sociales, políticas y económicas, resulta relevante que haya organismos regionales, pues permiten el relato y la narrativa que brinda personalidad a una región con dinámicas similares. Tener presente a FELAFACS en este análisis resulta primordial para ubicar pesos y contrapesos en el quehacer de la comunicación.

Cada país integrante de FELAFACS tiene fortalezas en distintas temáticas del campo de la comunicación, en ese sentido las redes académicas a nivel internacional permitirán enriquecer el desarrollo y consolidación de cada línea de investigación.

A partir de la misión y los objetivos de FELAFACS se sugiere fomentar vinculación a partir de convenios de colaboración para la movilidad de profesores y alumnos, así como para la internacionalización del currículo.

1.5.4.3. Conclusión del análisis de organismos nacionales e internacionales.

Se considera, a partir de lo señalado que, aun cuando se deben hacer mejoras e innovaciones en el plan de estudios, se deben contemplar materias que incluyan los contenidos de la prueba EGEL, ya que todavía a nivel nacional es un referente de calidad entre los distintos programas de Comunicación.

También, se recomienda fortalecer la vinculación con las asociaciones que velan por la calidad en la comunicación y que tienen como propósito las mejores prácticas para la enseñanza en Comunicación tal como CONEICC, AMIC, AMIPCO; y a nivel internacional FELAFACS, BINACOM e ICA, que por un lado, refuerzan la identidad de la carrera en la región y por otro, visibilizan y dan seguimiento a pautas de nivel internacional. Así, se permiten tener en cuenta las mejores prácticas locales, que se potencializan y a nivel global visibilizarlas y poner en diálogo a los estudiantes con los retos que se enfrentan a nivel internacional.

En ese sentido, se propone que se considere esa visión en el diseño del nuevo plan de estudios, que transversalmente se refuerce la autonomía local y regional en diálogo con los retos globales, cada vez más complejos.

2. Evaluación interna del programa

La evaluación interna del programa educativo de Licenciado en Ciencias de la Comunicación 2011-2 está dirigida a determinar las fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora, cambio e innovación a fin de fundamentar su modificación o actualización. Para la evaluación interna se analizan: los fundamentos y condiciones de operación del programa; el currículo; el tránsito de los estudiantes; y el personal académico, infraestructura y servicios, aspectos que promueven el aseguramiento de la calidad de la educación.

2.2. Evaluación de fundamentos y condiciones de operación del programa educativo

Objetivos

El objetivo de estudio es revisar y analizar las condiciones estructurales universitarias que permitieran comprender cómo ha venido funcionando el plan de estudios en cuanto a los criterios institucionales y pedagógicos universitarios, a fin de poder identificar condiciones y prácticas asertivas o, en su caso, aquellos aspectos en los que se tienen que reestructurar los procesos de la enseñanza de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación como proyecto social de la UABC.

Método

El diseño metodológico para este apartado de evaluación, en su parte de generación de datos empíricos, fue de tipo mixto y se trabajó con la integración por complementación de métodos y técnicas de investigación, considerando que se utilizaron tres técnicas de investigación, una cuantitativa y dos cualitativas. De esta manera se aplicaron una encuesta, la entrevista semiestructurada y se realizaron sesiones de grupo para obtener información con el enfoque de cada método (Bericat, 1998), tanto del ámbito interno como del externo, sobre cómo el plan de estudios actual se ha desempeñado como proyecto educativo en el campo profesional. Teniendo en cuenta las especificidades y naturaleza de cada tipo de observables por técnica, todos los instrumentos de cada una de las técnicas

utilizadas operaron bajo el mismo protocolo, diseñado a partir de los tres ejes que estructuran una competencia: conocimientos, habilidades y actitudes del comunicólogo, tanto en el plano actual como a futuro. Cabe indicar que, adicionalmente a este diseño, los instrumentos también identificaron áreas emergentes que permitiera tener una prospectiva del campo profesional.

La aplicación de cada técnica obedeció a criterios de plausibilidad de acuerdo a las condiciones estructurales de cada Unidad Académica y de su respectivo campo laboral, como se describe.

Para el caso de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales se emplearon la encuesta para egresados, un grupo focal con profesores y uno con empleadores. En el caso de la Facultad de Ciencias Humanas, las técnicas utilizadas fueron encuesta, un grupo focal con profesores y otro con estudiantes. En la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales se manejaron encuesta para egresados, entrevista semiestructurada con empleadores, un grupo focal para el caso de alumnos y otro con 11 profesores. El desglose de las muestras, en cada caso, se puede ver a detalle en siguientes apartados.

Con este proceso mixto por complementación se integró la información de las tres Unidades Académicas a fin de poder comprender el comportamiento del aspecto socio-profesional que aproxima a escenarios, condiciones y necesidades en las que se encuentra actualmente la vida profesional de un comunicólogo en la región; por otro lado, pudimos comprender la dimensión institucional de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación desde los tres campus; así como en el plano regional, lo que permitió conocer la operación del plan de estudios y ver potencialidades y debilidades en la formación de profesionales.

De la misma manera, para la evaluación de los fundamentos y condiciones de operación del programa educativo de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se consultó el Plan de Estudios vigente (2011-2) en el que se analizó la información correspondiente a los fundamentos, misión, visión, objetivos; así como lo referente al perfil de ingreso y perfil de egreso del programa. También se consultaron el manual de organización de cada Facultad y se obtuvo información del Sistema Unidad, de la

Coordinación General de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar; se revisó documentación que generan las coordinaciones de la carrera y se entrevistó a responsables de área y directivos.

2.2.1. Resultados.

2.2.1.1. Misión y visión del programa educativo.

En cuanto a la misión y visión del programa educativo el programa actual 2011-2, no cuenta con Misión, Visión y Objetivos de manera homologada entre las tres unidades académicas, ya que la metodología de la universidad para la creación y modificación de los planes de estudio no la consideraba; sin embargo, el documento del Plan de Estudios se apoya en la Misión y Visión de la propia UABC, y presenta los que establece cada una de las Facultades (Ciencias Humanas, Humanidades y Ciencias Sociales, Ciencias Administrativas y Sociales).

Durante los procesos de acreditación del programa educativo de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se elaboró misión, visión y objetivos para atender los indicadores solicitados por el CONAC (Consejo de Acreditación de la Comunicación y las Ciencias Sociales A. C.), que es el organismo acreditador que evalúa el programa en las tres unidades académicas. A continuación se presentan cuáles fueron las misiones, visiones y objetivos que propusieron cada una de las unidades académicas.

Para la certificación ante CONAC, la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales propuso como objetivo contribuir a la formación de un profesionista que sea capaz de mediar los procesos de intercambio social de significados a partir de la producción de mensajes, para fomentarla interacción equitativa de los distintos sectores sociales, para lo cual, identifica, investiga, analiza, promueve, propone, innova y participa de los procesos de comunicación que se presentan en la sociedad, con base en elementos teórico-metodológicos de carácter científico social, y mediante la utilización de recursos técnicos.

En la actualidad, el programa educativo en la Facultad de Ciencias Humanas cuenta con una misión y visión en total consonancia con las propuestas dentro del Plan de

Desarrollo Institucional 2015-2019. De esta manera, la misión del programa de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación es: Formar integralmente profesionales en comunicación, competentes en los ámbitos local, nacional, transfronterizo e internacional, libres, críticos, creativos, solidarios, emprendedores, con una visión global, conscientes de su participación en el desarrollo sustentable global y capaces de transformar su entorno con responsabilidad y compromiso ético; así como promover, generar, aplicar, difundir y transferir el conocimiento para contribuir al desarrollo sustentable, al avance de la ciencia, la tecnología, las humanidades, el arte y la innovación, y al incremento del nivel de desarrollo humano de la sociedad bajacaliforniana y del país.

Asimismo, la visión del programa educativo señala que: En el año 2020, la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación es reconocida socialmente como líder académico y de opinión, recursos estratégico de la entidad y es altamente valorada por la calidad en el desempeño profesional de sus egresados que contribuyen al desarrollo de la entidad y por la cercanía que mantiene con los diversos sectores sociales a través de la prestación de servicios y acciones de reciprocidad y solidaridad, la difusión cultural y la divulgación científica, que permiten el mejoramiento de la calidad de vida de los bajacalifornianos.

Como parte del proceso de acreditación evaluado por CONAC en 2018, la Coordinación de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales elaboró una propuesta de misión, visión y objetivos. Como misión se busca formar profesionistas competentes que se desarrollen con éxito en el campo de la comunicación, respaldados por una formación integral, en la que la especialización teórica, tecnológica y el desarrollo creativo se complementen con los valores universales como la honestidad, la ética, la responsabilidad y el compromiso social.

Respecto a la visión, se planteó ser una referencia para otras instituciones en el contexto nacional por su gran calidad académica, su vanguardia tecnológica y el aporte de individuos prospectivos con capacidad reflexiva, crítica y resolutiva, que impacten positivamente en la sociedad.

Como objetivos estratégicos se plantearon:

Objetivo 1. Tener una correspondencia entre el proyecto universitario de la UABC y las demandas sociales del entorno fronterizo.

Objetivo 2. Articular la generación de conocimiento con la práctica profesional de la comunicación identificando que las teorías de la comunicación apoyan y proveen de herramientas conceptuales y metodológicas a la práctica profesionalizante.

Objetivo 3. Trabajar la enseñanza de la comunicación desde una perspectiva que incluya la mediología, la reflexión, el análisis, así como la intervención de lo comunicacional diversificando los enfoques profesionales hacia áreas emergentes, sin olvidar que la producción de discurso constituye el área tradicional por excelencia de la formación de comunicadores.

2.2.1.1.1. Cumplimiento de los propósitos, misión y visión del programa de estudios.

Ante el hecho de que no existe actualmente una propuesta homologada de la misión, visión y objetivos del programa se plantea realizarlas, pues son necesarias como guías del programa de estudios homologado en las tres unidades académicas. En esa visión, misión y objetivos debe evidenciarse el compromiso de contar con un programa académico que ofrezca a los estudiantes una formación integral en la que se complementen el conocimiento teórico, la vanguardia tecnológica y la formación de valores con el objetivo de que se construyan profesionistas comprometidos, individuos prospectivos que atiendan las demandas sociales a través del campo de la comunicación.

El trabajo cotidiano académico y administrativo se encauza hacia esos objetivos, a través de las actividades que realiza el programa mismo, dentro del cual no solo se imparten unidades de aprendizaje, sino que se realiza un acercamiento a los ámbitos local, transfronterizo y nacional. Se realizan de manera constante prácticas académicas que sirven para contribuir a la resolución de problemas sociales, se realizan proyectos de investigación pertinentes y se vincula con organizaciones e instituciones locales y regionales, además de tener participación constante en actividades culturales y artísticas.

Por lo anterior, aun cuando de manera independiente cada coordinación ha formulado su misión, visión y objetivos, se insiste en trabajar en la definición colegida de estos puntos para la modificación del programa de licenciatura.

2.2.1.1.2. Acciones de las coordinaciones para promoción de misión y visión.

Como parte de la estructura organizativa de la Universidad, las funciones de cada coordinación del programa educativo en Ensenada, Tijuana y Mexicali son similares en lo general, aunque pueden existir algunas variaciones entre las actividades específicas que tiene cada una debido a características como la matrícula, la planta docente y la organización interna de la Facultad.

En lo general, el responsable del programa coordina, supervisa y evalúa las actividades del personal docente; asesora y dirige a los alumnos en algunos de los procesos académicos que deben realizar; verifica el cumplimiento de los objetivos, propone mejoras a los programas de estudio y unidades de aprendizaje correspondientes, y participar en los procesos requeridos para la acreditación de programas educativos. Así como mantener actualizados los indicadores de calidad requeridos para su evaluación.

El coordinador es el encargado de programar la asignación del número de grupos, materias y horarios; además, asigna la carga académica del personal docente, así como también promueve el desarrollo profesional del personal académico del área; de igual manera fomenta la vinculación de estudiantes y personal docente con organizaciones externas.

Entre las acciones que realiza, está el promover el trabajo colegiado entre el personal académico a su cargo, para mantener y/o actualizar el contenido de los Programas de Unidades de Aprendizaje, los criterios de evaluación y las evidencias de desempeño, teniendo como objetivo mejorar la práctica académica que se traduce en una mejor oferta educativa para el alumno.

A través de la organización de eventos académicos, cursos, talleres, conferencias y una diversidad de actividades extracurriculares, también se promueve la participación de los alumnos con la presentación de proyectos, elaborados a partir de las clases.

Trabaja en colaboración con la Dirección, Subdirección y Administración de la Facultad, para establecer sistemas y procedimientos de organización internos que simplifiquen, agilicen y mejoren los procesos administrativos que deben realizar alumnos y maestros, en la detección de necesidades de formación de recursos humanos, materiales bibliográficos, didácticos y equipo, y todo lo correspondiente a la flexibilidad curricular a la que pueden tener acceso los alumnos.

De manera conjunta consideramos que el programa, a partir de las visiones de las tres unidades, tiene la misión de formar profesionistas que sean competentes, reflexivos, críticos y libres, que se desarrollen con éxito en el campo de la comunicación, respaldados por una preparación integral, que les permita tener una visión global, conscientes de su participación en el desarrollo y capaces de transformar su entorno con responsabilidad, con base en una especialización teórica, tecnológica y creativa, respaldada por la honestidad, la ética y el compromiso social.

Esta misión busca que en el futuro, la licenciatura en Ciencias de la Comunicación sea reconocida socialmente como líder académico y de opinión por su gran calidad, siendo altamente valorada por el desempeño profesional de sus egresados que contribuyen al desarrollo de la entidad, ya que mantiene una cercanía con los diversos sectores sociales a través de la prestación de servicios y acciones de reciprocidad y solidaridad, la difusión cultural y la divulgación científica, que permiten el mejoramiento de la calidad de vida de los bajacalifornianos.

2.2.1.2. Perfil de ingreso.

El plan de estudios de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación vigente (2011-2) establece que el estudiante que ingrese a la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación deberá poseer las siguientes características: conocimientos básicos en ciencias sociales y humanidades, además de conocimientos generales de ortografía y sintaxis de la lengua española; y habilidades para la lectura y comprensión de textos, así también para expresarse adecuadamente en forma oral y escrita.

Con respecto a las actitudes, el alumno que ingrese al programa de licenciatura deberá tener disposición a establecer relaciones interpersonales; interés por los grandes problemas internacionales, nacionales, regionales y locales; interés por adquirir una formación multidisciplinaria en ciencias sociales y humanidades; disposición al trabajo en equipo; sentido de responsabilidad, compromiso social y respeto a la diversidad de ideas y estilos de vida; e interés por el autoaprendizaje.

Debido a que la Convocatoria Concurso de Selección para el Ingreso a Licenciatura de la UABC utiliza exámenes estandarizados al área de ciencias sociales, los estudiantes que ingresan a la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación no poseen un perfil especializado, ya que no evalúa de manera precisa aspectos como ortografía, sintaxis y comprensión de textos, por lo que no hay un filtro de control sobre los alumnos que ingresan al programa, teniendo como resultado una población estudiantil que no cumple del todo con los requisitos de ingreso propuestos en el plan de estudios actual. Una posibilidad de atender este tema es considerar en el examen la integración de algunos reactivos que pudieran evaluar los criterios mencionados.

2.2.1.3. Perfil de egreso.

El Perfil de egreso, por su parte dentro del plan de estudios (PE) 2011-2 indica que el egresado será competente para:

1. Diagnosticar procesos de comunicación en la sociedad a través de la identificación de problemáticas y el análisis de sus elementos en el contexto donde se presentan, para tener argumentos en la toma de decisiones sobre dichas problemáticas, con sentido de responsabilidad social.

2. Diseñar y proponer estrategias de comunicación a través del reconocimiento e interpretación de procesos simbólicos integrando saberes interdisciplinarios, métodos e instrumentos para intervenir en la solución de problemas de comunicación favoreciendo la interacción, con tolerancia a las diferencias culturales y visiones del mundo.

3. Producir mensajes, discursos y campañas mediante el análisis crítico, la

estructuración de significados y el empleo de técnicas propias de la comunicación para favorecer el entendimiento, la comprensión y la convivencia social, con espíritu de iniciativa responsable y creativa.

2.2.1.3.1. Pertinencia del perfil de egreso.

Aun cuando el perfil de egreso muestra una pertinencia con el actual plan de estudios, no sucede lo mismo desde la opinión de los egresados. Existe congruencia debido a que enfatiza que el profesional de la comunicación estará consciente de su entorno social y participará en él de forma activa en la resolución y mejoramiento de procesos de comunicación, empleando estrategias, técnicas y tecnologías apropiadas para ello. Sin embargo, algunos datos provenientes de los alumnos egresados entrevistados para este apartado, al integrarse al campo laboral, argumentan que es difícil lograr una claridad en la función profesional, debido al panorama tan amplio que presenta el plan de estudios actual. En síntesis, se identificó una inquietud debido a la disparidad de requisitos del campo laboral y lo propuesto por el plan de estudios, señalando que falta una especialización.

Si bien, podemos señalar que el perfil de egreso logra un acercamiento pertinente porque permite a partir de diagnósticos el diseño de estrategias que pueden contribuir a resolver problemas sociales, es necesario hacer una actualización del programa con respecto a las necesidades laborales que se han ampliado y/o modificado en los últimos años. Esta descripción de los nuevos contenidos se abordará a detalle en el apartado siguiente que es Evaluación de currículo.

2.2.1.4. Condiciones generales de operación del programa educativo.

Desde 2011 el programa educativo de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación se ha ofertado de manera homologada por Ensenada, Mexicali y Tijuana, con algunas condiciones especiales por cada unidad; es decir, acorde a las necesidades de los contextos específicos. Ensenada y Mexicali ofertan la etapa básica en tronco común con otros programas de licenciatura, lo que permite que cuando los alumnos pasan a etapa disciplinaria pueden cambiar de carrera, esto no sucede en Tijuana ya que la etapa básica

no es compartida con otros programas. En Mexicali se oferta el programa además en opción semiescolarizada, lo que no sucede en Ensenada y Tijuana. La matrícula que recibe cada semestre Tijuana es superior tres veces a la que se reciben en Mexicali y Ensenada.

2.2.1.4.1. Evolución de la matrícula.

Para cada unidad académica, el comportamiento de ingreso es diferente (Ver tabla 24), en el caso de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, a partir de la implementación del Plan de Estudios 2011-2, se dio un incremento en la matrícula, llegando a tener un promedio de 300 alumnos aceptados distribuidos en los dos periodos; sin embargo, a partir del 2016-2 se dio una reducción en la matrícula que se ha mantenido estable con un promedio de 200 alumnos por convocatoria.

En la Facultad de Ciencias Humanas, la matrícula ha tenido dos comportamientos distintos a partir de las modalidades (ver figura 22 y 23). Por una parte, la matrícula de la modalidad escolarizada ha ido en detrimento constante desde 2014. Mientras que el número de estudiantes de la modalidad semiescolarizada, actualmente es mayor que en 2014, teniendo sus puntos más altos durante 2015 y 2016 (tabla 25).

Tabla 24.*Evolución de la matrícula de primer ingreso durante los últimos cinco años.*

Ciclo	FHyCS			FCAyS	FCH	Semi escolarizado	Total	Total
	Com	Cs. Com.	Total	Escolar	Escolar			
2014-1	454	608	1062	298	276	64	331	1,691
2014-2	359	753	1112	296	257	73	330	1,738
2015-1	232	876	1108	278	244	81	325	1,711
2015-2	192	1024	1216	287	277	93	370	1,873
2016-1	100	1209	1309	270	253	101	354	1,933
2016-2	24	1223	1247	265	212	80	292	1,804
2017-1	14	1170	1184	238	197	81	278	1,700
2017-2	17	1163	1180	239	218	75	293	1,712
2018-1	8	1098	1106	259	225	73	298	1,663
2018-2	3	1066	1062	270	227	71	298	1,630

Fuente: Elaboración propia con información de los tres campus.

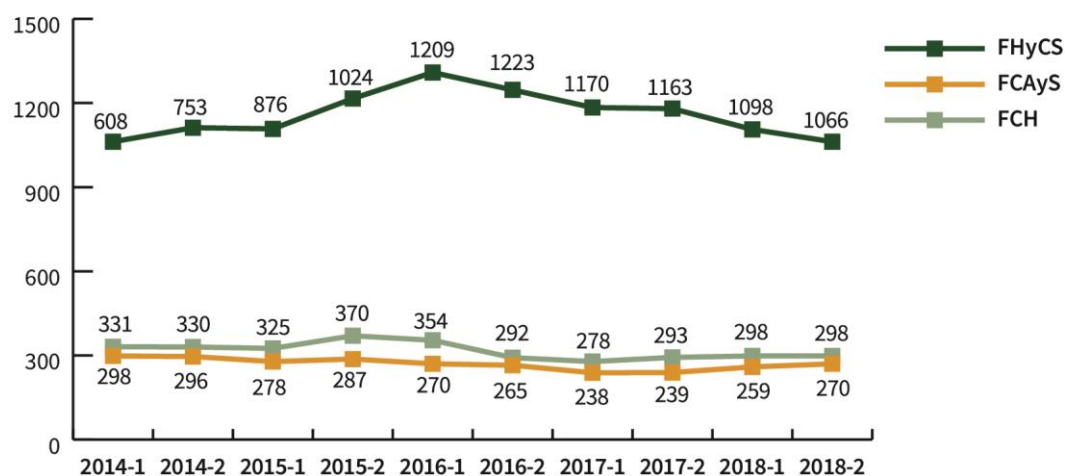
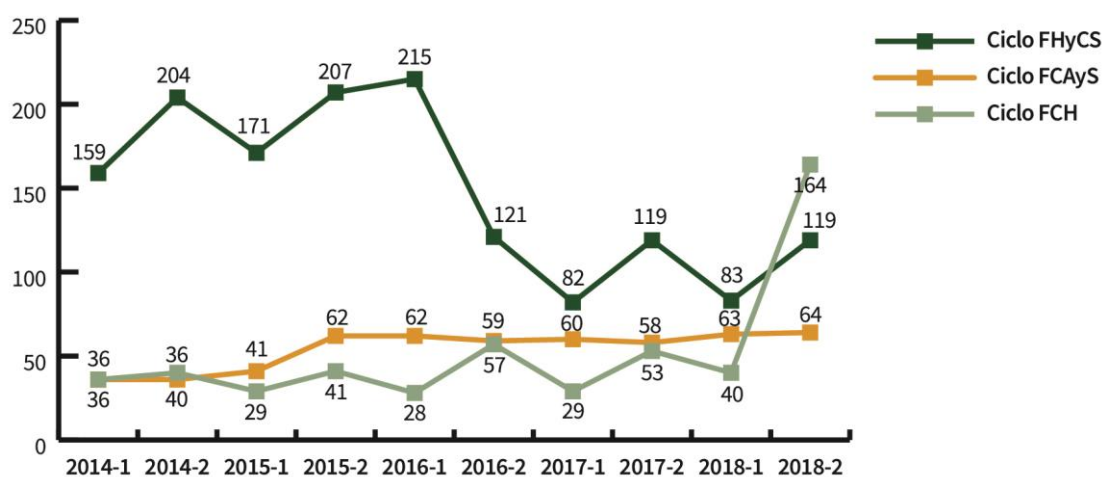
*Figura 22. Comportamiento de la matrícula en el periodo 2014-2018. Fuente: Elaboración propia con información de los tres campus*

Tabla 25.*Alumnos inscritos nuevo ingreso por ciclo durante los últimos cinco años.*

Ciclo	Primer ingreso			Total
	FCA y S	FCH	FH y CS	
2014-1	36	36	159	231
2014-2	36	40	204	280
2015-1	41	29	171	241
2015-2	62	41	207	310
2016-1	62	28	215	305
2016-2	59	57	121	237
2017-1	60	29	82	111
2017-2	58	53	119	230
2018-1	63	40	83	186
2018-2	64	164	119	347

Elaboración propia con información de los tres campus

*Figura 23. Ingresos durante el periodo 2014-2018. Fuente: Elaboración propia con información de los tres campus***2.2.1.5. Presupuesto / recursos del programa educativo.**

El programa educativo en las tres unidades académicas se ha mantenido de manera eficiente a través de la administración que las direcciones hacen de los recursos, con los

que se han atendido las necesidades del programa, siendo estos, hasta el momento suficientes y han estado disponibles cuando el programa lo ha requerido, de tal manera que ha sido posible: la asistencia y participación en eventos nacionales e internacionales por parte de académicos y estudiantes; organización de actividades académicas y culturales; ciclos de conferencias, seminarios y talleres; y la Participación en Redes académicas que facilitan el intercambio.

También se ha tratado de promover una mayor participación por parte de alumnos y docentes en la venta de boletos para de los sorteos universitarios, y el recurso obtenido se ha dirigido a la compra de equipo de cómputo, equipo electrónico y a la adaptación de espacios para uso académico.

En el caso de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, el recurso asignado se distribuye entre las ocho carreras que la conforman; la dirección administra de acuerdo a las necesidades generales que se comparten por todos los programas, como lo son laboratorios de cómputo, aulas, equipo electrónico, mantenimiento, eventos académicos, etc. Si bien, el recurso no es suficiente para cubrir todas las solicitudes de apoyo por parte de alumnos y maestros la administración actual ha logrado distribuir el recurso de manera que se cubra necesidades de todos los programas.

Otro aspecto que debe considerarse es la alta matrícula que se registra en Tijuana para el programa académico, esto tiene como resultado grupos de hasta 45 alumnos lo que hace más complicada la labor docente y se limita la atención personalizada. Sería conveniente analizar la posibilidad de que en el presupuesto se considerada la posibilidad de reducir la capacidad de alumnos por materia y aumentar el número de grupos.

Si bien, las limitantes no han dañado de manera sustancial la operación del programa, si han restringido su operación en rubros como: apoyo en la investigación, recursos para la capacitación permanente y necesaria de los docentes, estos son diplomados y cursos en universidades reconocidas; apoyo económico suficiente para la publicación de libros y en revistas indizadas; compra limitada o nula de software especializado que se requiere para la impartición de asignaturas; compra limitada de equipo

de cómputo y en su caso, gastos de mantenimiento de este y en algunos casos, el limitado espacio de operación de la red de internet que no permite su uso dentro de clase.

El programa ha operado con los recursos disponibles, realizando investigación a pequeña escala, sin capacitación continua y formal de los docentes, esto es asistencias a talleres de 20 horas o bien pláticas y conferencias; publicación de libros conjunta o en versión electrónica, así como pago personal de los docentes tanto en libros como en revistas; uso de software sin licencia o bien su abandono, horarios restringidos para uso de equipo de cómputo especializado, (cabinas de edición) y prescindir del uso de la red de internet inalámbrica dentro de clase.

En el caso de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, el recurso es distribuido en ocho programas educativos y se gestiona acorde a las necesidades comunes, como es la infraestructura, el mantenimiento a los equipos, la vida académica. La matrícula actual sí permite un manejo adecuado de los grupos, ya que no excede los 35 estudiantes por grupo. A través de convocatorias internas, la dirección de la Facultad ha promovido el aprovechamiento de recursos extraordinarios para publicaciones, movilidad académica de investigadores nacionales e internacionales y el fortalecimiento de la vida colegiada, a través del apoyo a cursos, talleres, foros y encuentros académicos.

En términos generales, se considera que el recurso para el programa educativo es suficiente; sin embargo, se identifica la necesidad de mayor número de profesores de tiempo completo para la atención al programa educativo, así como equipamiento tecnológico, a través de software y equipo para la producción audiovisual.

Todos los programas educativos de la Facultad, cuentan con 25 mil pesos anuales, el cual se distribuye en fotocopias, viáticos y gasolina.

En cuanto al rubro de becas para estudiantes de movilidad y becas alimentarias, este se obtiene de otros recursos propios, como los que se generan a través de inscripciones en los posgrados y recurso de los cuerpos académicos. En relación al equipo para la producción audiovisual, el monto está en función de los ingresos obtenidos a través de sorteos.

En el caso de la Facultad de Ciencias Humanas, el recurso es distribuido en cinco programas educativos y se gestiona acorde a las necesidades que se van presentando, como es la infraestructura, el mantenimiento a los equipos y la vida académica. La matrícula actual permite un manejo adecuado de los grupos, ya que no excede de la media: 25 estudiantes por grupo.

A través de convocatorias internas, la dirección de la Facultad ha promovido el aprovechamiento de recursos extraordinarios para publicaciones, movilidad académica de investigadores nacionales e internacionales y el fortalecimiento de la vida colegiada, a través del apoyo a cursos, talleres, foros, encuentros académicos. En caso de los apoyos para la movilidad estudiantil se utilizan recursos extraordinarios como los obtenidos mediante el Sorteo UABC.

En términos generales, se considera que el recurso para el programa educativo es suficiente; sin embargo, se identifica la necesidad de una actualización de software y equipamiento.

2.2.1.6. Estructura organizacional para operar el programa educativo.

La coordinación del programa educativo de Ciencias de la Comunicación en la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, es atendida por dos personas: un responsable (coordinador) y un asistente (apoyo a la coordinación). La planta docente con la que opera en programa es de 54 maestros, 43 Profesores de asignatura, 4 Técnicos Académicos y 7 Profesores de Tiempo Completo, para atender una la población estudiantil es de 1,280 alumnos.

Para el caso de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales (figura 26), la estructura organizacional ha funcionado de manera efectiva, pero el incremento de matrícula y la reducción en la apertura de grupos por semestre (promedio de 40 alumnos por grupo), ha tenido como resultado el atraso en la atención de algunos procesos para la supervisión, evaluación y mejoramiento en el funcionamiento del programa; además ha generado una sobre carga de trabajo en el personal docente de tiempo completo, por lo que

se ha solicitado a algunos docentes de asignatura que apoyen en actividades como tutorías, con esto reducimos el número de alumnos asignados por maestro de 120 a 80 aproximadamente. Reforzar la planta docente de tiempo completo permitiría atender de manera más integral las funciones relacionadas con la atención y asesoría de alumnos por tutoría; así también se avanzaría en el trabajo de academia para el mejoramiento integral del programa académico.

Actualmente, debido a la organización de la Facultad de Ciencias Humanas (figura 25) existen tres coordinaciones que dependen directamente de la subdirección, además del coordinador del programa educativo; por lo cual, se considera que debido a la forma de organización actual, así como las modificaciones en el ingreso de los estudiantes, la estructura organizacional vigente cumple con las necesidades del programa educativo, permitiendo el seguimiento de los estudiantes a través de tutorías individuales, logrando grupos no mayores de 30 alumnos.

La propuesta de modificación o reforzamiento para la operación del programa educativo, se relaciona directamente con el comportamiento de la matrícula de cada unidad; para Tijuana, se puede considerar necesario el reforzar la estructura organizacional con la asignación de personal de apoyo para activar el funcionamiento de asuntos como los grupos de trabajo de academia, la supervisión a la actividad docente; así también, se requiere contar con asistencia de personal administrativo que ayude agilizar los procesos de atención estudiantil que requieren elaboración de oficios, archivo, descripción de trámites, etcétera.

La Facultad de Ciencias Humanas, identificó a través de entrevistas realizadas, una inquietud sobre las Prácticas Profesionales, por lo cual se considera que debe existir un acercamiento dentro de la licenciatura a esta modalidad, ya que es una forma básica de acercamiento con el campo profesional, así como una herramienta de aprendizaje complementaria. Por otro lado, se observa la escasez de proyectos para la atención comunitaria propios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

La organización administrativa de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales que alberga el programa, realiza anualmente una planeación de los recursos que se invertirán, y aunque el recurso es finito y en ocasiones escaso se administra de manera transparente y equitativa. Para el caso de los estudiantes hay varios programas que favorecen su formación integral.

Apoyos de movilidad a través del Programa de Fortalecimiento de la Calidad Educativa (PFCE) para la asistencia a estancias y en el caso de participación en congresos a través de recurso de sorteos universitarios. En lo que respecta a las actividades socioculturales y deportivas, a través de recursos propios que ingresan vía cuotas del mismo estudiante, se administran para lograr la organización de este tipo de eventos.

Los profesores por su cuenta, son apoyados por convocatorias de movilidad interna para estancias, asistencia a eventos y a través de recursos ordinarios. Para profesores visitantes que impactan en el estudiantado hay un programa de recursos propios por cuotas de posgrado del cual se gestiona el recurso para conferencias, talleres, cursos para la actualización tanto de estudiantes como de los docentes del programa.

Y para la compra de bibliografía se realiza a través del recurso asignado a los cuerpos académicos y a través del recurso PRODEP, que reciben los profesores del programa educativo. Para el caso del programa educativo, hasta el momento se ha logrado satisfacer la demanda de insumos y recursos para el desarrollo de las actividades. La administración de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales es consciente de que el recurso es finito, por lo tanto, se administra con cautela. En esos términos existe falta de recurso para la compra de más equipo de cómputo y cámaras para los talleres de video y audio, así como unas instalaciones más amplias; sin embargo, se da cobertura a los estudiantes debido a la organización en los diferentes talleres.

A través de la promoción de venta de boletos del sorteo universitario se invita a la comunidad para adquirir o vender boletos, pues es un recurso que se queda en dicha facultad a través de un bono de venta. Además de una planeación anual de actividades ayuda a prever contingencias y resolver necesidades.

La Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales (figura 24) cuenta con un organización sólida, personal secretarial y administrativo competente, pero escaso. El número de profesores de tiempo completo (PTC) es bajo en relación a la matrícula. Seis PTC para 300 estudiantes, donde uno es el director de la facultad, otra es la coordinadora del programa, otra más coordinadora de un programa de posgrado, una más responsable de acreditación y otra más responsable de la reestructuración del plan, además de las horas de docencia, investigación que se realizan sumado al trabajo de gestión, por lo que se rebasa el tiempo de trabajo del profesor.

Las áreas de atención al estudiante están fragmentadas, son demasiadas personas en sitios distintos los que atienden las necesidades de los estudiantes, y el asunto de la formación integral queda diluido y se convierte en ocasiones en créditos optativos que se deben cumplir, sin una verdadera planeación de este tiempo complementario a su formación disciplinaria.

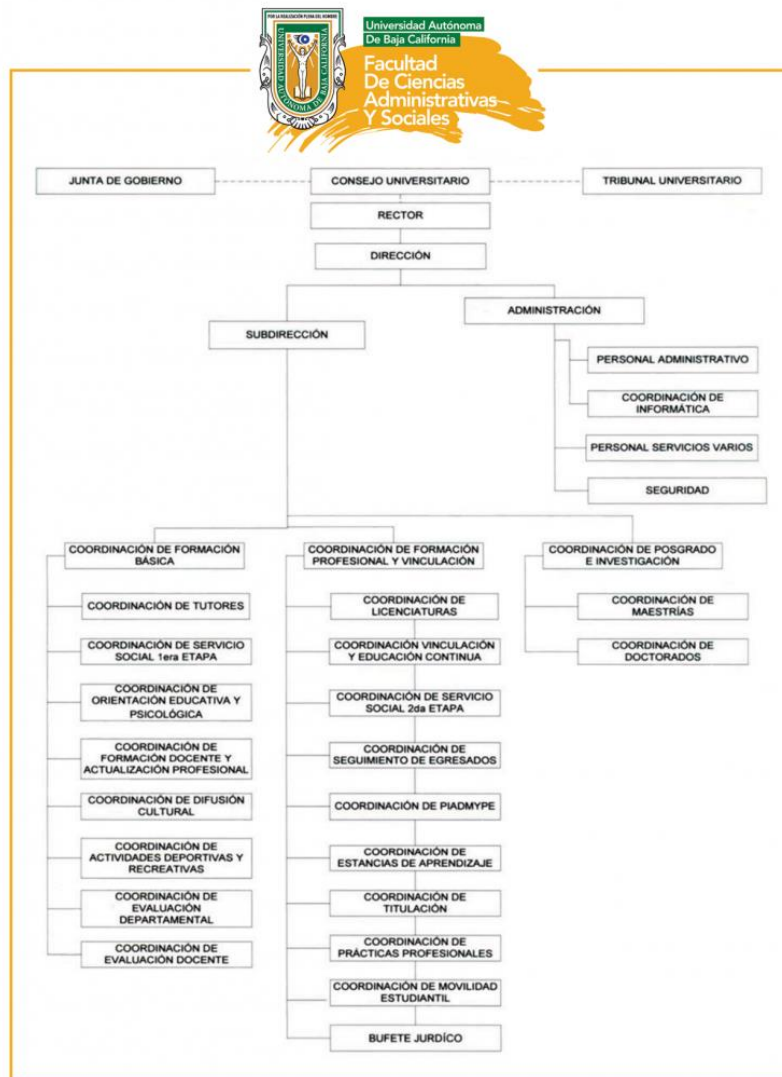
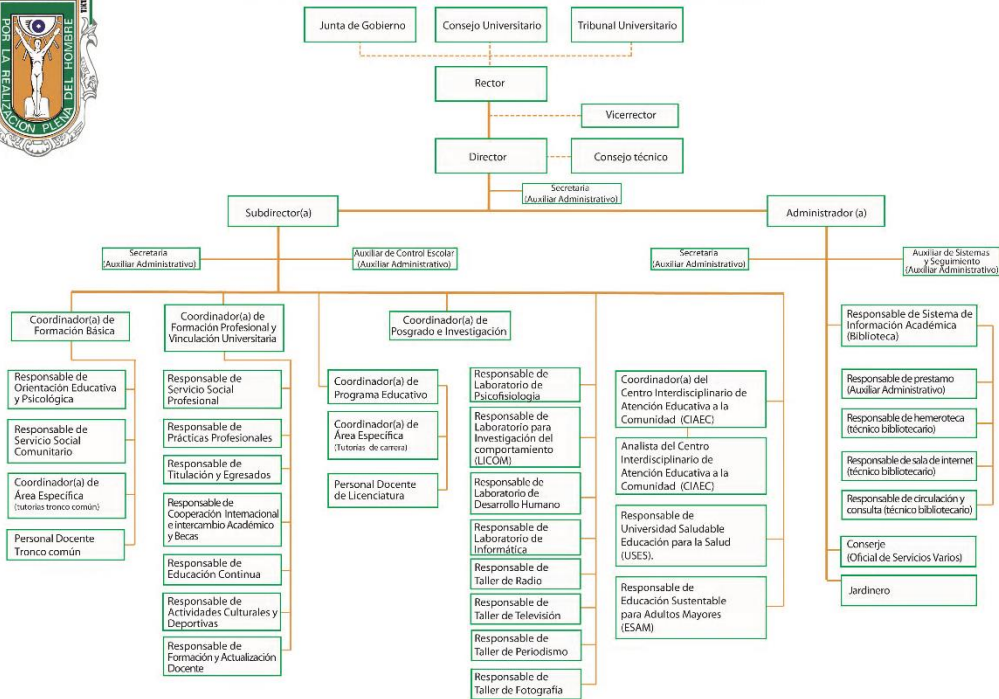


Figura 24. Organigrama de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales. Sitio web de la Facultad.

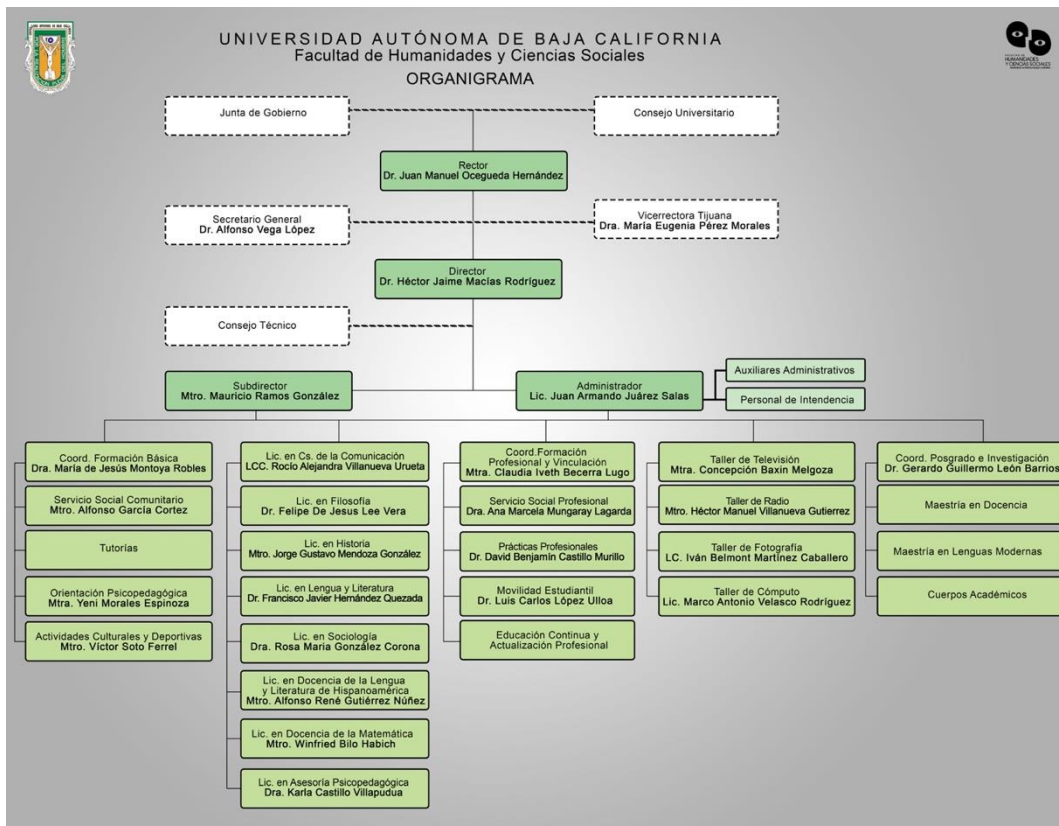


Facultad de Ciencias Humanas



07 de abril de 2017

Figura 25. Organigrama de la Facultad de Ciencias Humanas. Sitio web de la Facultad.



Figura

26.

Organigrama de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Sitio web de la Facultad.

2.2.1.7. Conclusiones de la evaluación de fundamentos y condiciones de operación del programa educativo.

La Licenciatura Ciencias de la Comunicación (LCC), como parte de la oferta educativa en el estado, es un programa homologado desde 2011-2 en sus tres campus, y cada uno ha sido evaluado y acreditado por el Consejo para la Acreditación de la Comunicación A.C. (CONAC) por su calidad educativa; además se fundamenta en los ideales y filosofía humanista y en los principios pedagógicos constructivistas. LCC de la universidad es, además, el proyecto educativo de mayor cobertura regional que forma profesionales comprometidos con su entorno, esto implica que su incidencia en el mejoramiento de las condiciones sociales desde los procesos de comunicación atiende a la mayor parte de los aspirantes en la región que buscan esta área de conocimiento como desarrollo personal y profesional.

En ese sentido, los tres campus cuentan con una infraestructura adecuada y suficiente (aulas, laboratorios, talleres, audiovisuales) para atender los procesos educativos que este tipo de perfil requiere. En cuanto a su personal y organización institucional, la universidad tiene una estructura con directivos, analistas y secretarías, entre otros apoyos, que logra satisfacer las necesidades sustanciales del funcionamiento de los programas académicos. En el aspecto académico, podemos decir que en los últimos 10 años se ha incrementado la competitividad de los profesores de tiempo completo que cumplen las funciones fundamentales de orientar —a través de la docencia, la investigación, la gestión y la extensión— las áreas de desarrollo pertinentes de este campo de conocimiento.

Cabe decir que, debido a la necesidad de ampliar la cobertura, en los últimos años la matrícula se ha incrementado considerablemente (particularmente en Tijuana), lo que hace necesario reorganizar algunos de los procesos administrativos y académicos para mayor eficiencia en cuanto a la atención del estudiante en toda su trayectoria en el medio universitario. Esto es, se hace inevitable que las áreas administrativas sean reforzadas a fin de que las actividades académicas logren mayor autonomía y su impacto en el proyecto educativo en comunicación sea cada vez más competente.

2.2.2. Evaluación del currículo.

En este apartado se tiene por objetivo general evaluar el currículo específico y genérico del programa educativo para fundamentar su modificación o actualización. Y como objetivo específico el analizar el plan de estudios, mapa curricular, las asignaturas o unidades de aprendizaje y la tecnología educativa y de la información para el aprendizaje.

Método

El método aplicado para la totalidad de observables de este apartado fue inductivo de corte cualitativo. Las técnicas que se utilizaron para la recolección de datos fueron el *focus group* y la recolección documental que sirvió para el análisis de las asignaturas del plan de estudios 2011-2. Respecto al *focus group*, se realizaron cuatro en total: uno por cada unidad académica donde participaron profesores adscritos a cada facultad, y un cuarto en el que participaron profesores de las tres unidades académicas vía *streaming*.

En el *focus group* realizado por la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales participaron 20 profesores de tiempo completo y de asignatura; en el de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales participaron 15 docentes tanto de tiempo completo como de asignatura. Por otra parte, en la Facultad de Ciencias Humanas se contó con la participación de 14 profesores de tiempo completo y asignatura. En el último *focus group* donde participaron las tres unidades académicas vía *streaming* colaboraron 19 docentes (ver tabla 26).

Tabla 26.

Desglose de profesores participantes en el focus group, por unidad académica.

Facultad	Cantidad
Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales	20
Facultad de Ciencias Humanas	14
Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales	15
TOTAL	49

Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, cada unidad académica realizó al menos un *focus group* donde participaron estudiantes. En el *focus group* realizado por la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales participaron 20 estudiantes de diferentes semestres. La Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales realizaron dos *focus group*, con seis estudiantes. La Facultad de Ciencias Humanas realizó tres *focus group* donde participaron 24 estudiantes.

El propósito de utilizar la técnica del *focus group* fue conseguir que los actores construyeran un espacio de diálogo en el que se intercambiaran distintas ideas, conceptos, experiencias y visiones para encontrar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del currículo de LCC.

El instrumento para el *focus group* de profesores y estudiantes fue una guía de preguntas que se realizaron a partir de las siguientes categorías:

1. Dinámica actual de la ciudad. Significado de la ciudad, aspectos positivos, negativos, desafíos de la ciudad, ideal de la ciudad.

2. Experiencia laboral. Tareas para realizar por la ciudad, aportaciones de los profesionales de la comunicación, áreas profesionales en las que se desarrollan los profesionales de la comunicación, nuevas áreas de la profesión.

3. Enseñanza de la comunicación. Desafíos que enfrentan el campo laboral, problemas profesionales, distinciones (de otras áreas) del profesional de la comunicación.

4. Competencias en comunicación. Conocimientos del actual plan de estudios, aprendizajes básicos del estudiante en la etapa básica, etapa disciplinaria y etapa terminal, conocimientos obligatorios de un profesional de la comunicación, maneras de aprendizaje de los estudiantes de comunicación, habilidades, valores y actitudes obligatorios, maneras de aprender las habilidades, valores y actitudes, relaciones ideales entre las áreas de formación del estudiante e integración del egresado al campo laboral.

5. Formación profesional de la UABC. Características de un profesional de comunicación, diferencias y distinciones del profesional de UABC y de otras universidades.

Para el *focus group* que se realizó con profesores de las tres facultades vía *streaming* se siguió la siguiente guía de categorías:

1. Plan de estudios: Congruencia entre el Plan de Estudios vigente y el Modelo Educativo Institucional; Congruencia entre el Plan de Estudios vigente y los requerimientos actuales de la profesión.

2. Mapa curricular: Asignaturas (Distribución y seriación, carga por ciclo, número, suficiencia, enlace vertical y horizontal, flexibilidad).

3. Programas de unidades de aprendizaje: Propósito, competencias, contenido temático, métodos de enseñanza-aprendizaje, procedimientos de evaluación, actualización de la bibliografía.

4. Segundo idioma: Estrategias de promoción, apoyos y suficiencia.

5. Tecnología educativa y de la información: Infraestructura y equipamiento (Suficiencia, funcionalidad y actualización, uso de las TIC).

6. Actividades para la formación integral: Relación con la formación integral de los estudiantes.

Por otra parte, en la recopilación de datos documentales se revisó el material “Evaluación interna del Plan de Estudios de la Carrera de Comunicación” (López, 2019) un documento en donde se hace un análisis de los programas de unidades de aprendizaje (PUA) de las asignaturas del programa de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; el Plan de Estudios 2011-2 y el Modelo Educativo de la Universidad Autónoma de Baja California (2018).

Para el análisis de datos recabados mediante los *focus group* se realizó un análisis de contenido de acuerdo a la siguiente matriz de categorías:

1. Dinámica actual de la ciudad: aspectos positivos, aspectos negativos, desafíos de la ciudad, ideal de la ciudad.

2. Idea del profesional de la comunicación: áreas profesionales que se identifican, aportaciones de la comunicación a la ciudad, áreas profesionales nuevas que se identifican, retos que enfrenta el campo profesional de la comunicación.

3. Enseñanza de la comunicación: problemas profesionales –prácticos- que enfrenta un licenciado en comunicación, el papel del Licenciado en Ciencias de la Comunicación, qué distingue a un profesional de la comunicación a otras áreas.

4. Competencias en comunicación: ideal del plan de estudios, aprendizajes básicos en etapa básica, aprendizajes básicos en etapa disciplinaria, aprendizajes básicos en etapa terminal, conocimientos que debe aprender un comunicólogo, cómo se deben aprender los conocimientos, habilidades que debe aprender un comunicólogo, cómo se deben aprender las habilidades, valores y actitudes que debe aprender un comunicólogo, cómo se deben aprender los valores y actitudes, integración de las áreas de conocimiento en la formación del comunicólogo, inserción del comunicólogo al campo laboral.

5. Formación profesional del comunicólogo de la UABC: características del comunicólogo de UABC, qué hace diferente al comunicólogo de UABC.

2.2.2.1. Resultados.

2.2.2.1.1. Modelo educativo y plan de estudios.

Congruencia entre Plan de Estudios y Modelo Educativo de la Universidad. Existe una congruencia entre el Plan de Estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (LCC) y el Modelo Educativo de la Universidad. Para evaluar dicha congruencia se analizaron los elementos “filosófico-pedagógico”, “construcción del conocimiento” y “educación a lo largo de la vida”.

En términos del sustento filosófico-pedagógico hay un componente humanista debido a que el plan de estudios busca formar a un profesional de la comunicación desde un enfoque humanista en tanto lo comprende como un actor social activo y una compleja relación con su entorno. En ese sentido se evidencia que el componente humanista se encuentra en las seis áreas del conocimiento del Plan de Estudios de la LCC y consisten en entender al ser humano como una persona integral.

Asimismo, se observa una congruencia con el componente constructivista. En el modelo constructivista el profesor deja de tener un lugar central en el que determina y dirige

los procesos de aprendizaje de los estudiantes y se convierte en un conductor de acciones de apropiación de conocimiento de actividades y prácticas. La congruencia del modelo educativo con el plan de estudios es entonces que en todo el desarrollo del programa se promueve un aprendizaje activo y centrado en el alumno. El elemento constructivista es un eje transversal en el plan de estudios actual que se observa en las estrategias de enseñanza y actividades de aprendizaje de las distintas materias que comprenden el Plan de Estudios.

En correspondencia con el principio filosófico educativo de la universidad “educación a lo largo de la vida”, el plan de estudios vigente cuenta con una etapa básica que responde a las necesidades de formar a los individuos con conocimientos y habilidades que le son útiles para otras áreas de su vida. Sin embargo, como resultado del estudio con los docentes de los tres campus de la Universidad es necesario que se fortalezcan aprendizajes indispensables tales como la autonomía de los estudiantes, así como las habilidades para ubicar información significativa y para la comprensión de la misma, ya que las habilidades de comprensión de textos y la capacidad de pensamiento abstracto son áreas que presentan deficiencias. Estas dos últimas habilidades se deben fortalecer a futuro, ya que sus debilidades obstaculizarían el objetivo de una educación continua en nuestros egresados.

Congruencia entre plan de estudios y requerimientos actuales de la profesión. Con base en los resultados del estudio con docentes en cuanto a la congruencia de los requerimientos actuales de la profesión se argumenta, que el plan de estudios conserva en su mayoría congruencia con los requerimientos actuales de la profesión, por ejemplo, cuentan con mejores herramientas para, 1) Identificar los problemas en el área de comunicación, y 2) Crear y diseñar proyectos para la resolución de problemas de comunicación. A pesar de ello, se observan áreas de oportunidad que han surgido a partir de los avances de la disciplina y de la tecnología, que impacta fuertemente a esta área del conocimiento.

A continuación, se describen algunas de estas oportunidades de mejora.

Se observa la necesidad de fortalecer las áreas de gestión, emprendedurismo y comunicación organizacional, donde esta última sea tratada desde una perspectiva de organizaciones no reducida solamente a empresas, sino a organizaciones sociales de diversos tipos y alcances. Una forma en que el actual plan de estudios ha respondido a esto es que se han diseñado materias con contenidos sobre gestión, liderazgo y emprendimiento de negocios, entre otros.

En el área de Metodología, aunque actualmente se cuenta con siete materias en el plan vigente, se observa que carece de materias que proporcionen herramientas para el análisis de las imágenes como fuentes de investigación, lo cual es un área de oportunidad importante en el mundo hipervisual en el que nos movemos, en el que una gran cantidad de contenidos mediáticos son altamente dependientes de las imágenes. Asimismo, se observa que hay una carencia en contenidos como la minería de datos y técnicas de observación de comunidades virtuales que se desprenden de la netnografía, relacionadas con el dato denso o *thick data*. En las asignaturas de Observatorio Cuantitativo de la Comunicación y Observatorio Cualitativo de la Comunicación, sobre todo en esta última lo único que se ha contemplado para la recolección de imágenes es el registro netnográfico, sin embargo, sigue habiendo una carencia del análisis de dichas imágenes.

En el área de Conocimiento del Contexto y el Entorno se aprecia un desequilibrio en las tres etapas en las que se divide el programa, ya que cuatro de las cinco materias correspondientes a esta área se imparten en la etapa básica, cuando los estudiantes aún no han ingresado a la disciplina de la comunicación; y la quinta materia de este rubro la cursan hasta el final de la etapa terminal, lo cual deja un vacío de información durante toda la etapa disciplinaria que se hace evidente en una falta de conocimiento contextual por parte de los estudiantes, falta de conocimientos generales, lo cual desemboca en dificultades para el desarrollo del pensamiento crítico. Para resolver esta carencia se propone que todas las materias aborden contenidos que involucren problemas actuales desde la perspectiva global, regional y local (fronteriza).

Un aspecto que requiere particular atención es referente a la Ética y Deontología de la comunicación ya que la única materia relacionada con la ética se cursa en la etapa básica del plan, y por lo tanto no se relaciona directamente con la comunicación. Otra optativa llamada Normatividad de la Comunicación tampoco cumple con los requerimientos éticos que necesita un estudiante de Ciencias de la Comunicación pues se enfoca solamente en leyes y normativa del campo, sobre todo de los medios masivos. El fortalecimiento de la ética en los estudiantes de etapa disciplinaria y terminal impactaría en que los estudiantes reflexionen sobre la responsabilidad social actual y su papel consciente de profesionales. Por tanto, se propone complementar con una materia o contenidos sobre ética y deontología al inicio de la etapa terminal -que es el momento de la trayectoria de un estudiante cuando este puede relacionar dichas competencias con prácticas profesionales específicas- con el objetivo que establezca conexiones deontológicas entre la realidad de la profesión y los conocimientos éticos revisados en clase.

Se observa que es necesario el fortalecimiento del área de realización multimedial para incluir materias relacionadas con el manejo y análisis de redes sociales, la transmedia, y una serie de competencias digitales que pueden incluir inclusive aspectos de programación y diseño de aplicaciones y contenidos lúdicos; aspectos que al momento no son parte del plan de estudios. Para solventar esa carencia que alcanzó al plan de estudios se diseñó en el Campus Tijuana la materia “Los Medios Sociales” donde se analizan las diversas plataformas digitales por las que se están produciendo y consumiendo los mensajes en el mundo contemporáneo.

Se observa pertinente que a la par del fortalecimiento de la realización multimedial existan clases teóricas en las que el centro sea la reflexión de las plataformas digitales y la web 2.0, es decir, una reflexión sobre el impacto de estas nuevas tecnologías en la vida y cultura de las sociedades, y como median la vida social.

El área del periodismo análogo y digital es otro punto que requiere particularmente mayor atención. En general esta área ha quedado anclada a la manera tradicional en la mayoría de las asignaturas que se tienen en los tres campus. Salvo el campus Tijuana que

diseñó las asignaturas “Nuevas Tendencias del Periodismo” y “Periodismo en Línea” no hay otras asignaturas que cubran temas relacionadas a la Web 2.0, situación que es compleja pues la realidad apunta a que la vida social está conectada en su totalidad al ciberespacio.

Hay una carencia de materias de mercadotecnia para la comunicación, lo cual es un aspecto de la comunicación que se requiere seguir alimentando dada la demanda que existe en el campo laboral. De igual manera que en el aspecto organizacional se propone que sea una mercadotecnia social, distinta de la que se enseña tradicionalmente en las Licenciaturas de Mercadotecnia.

2.2.2.1.2. Mapa curricular.

El plan de estudios 2011-2 se divide en seis áreas de conocimiento: Fundamentos de la comunicación, gestión de la comunicación, metodología, conocimiento del contexto y entorno, lenguaje y discurso y realización multimedial. Cada una de esas áreas cuenta con materias que refuerzan dichos conocimientos, que se han organizado de manera no seriada y de manera progresiva en la construcción del conocimiento.

La organización progresiva del conocimiento significa que primero deben impartirse las materias con conocimientos básicos. En ese sentido, en primer semestre se imparten materias que desarrollen el pensamiento crítico, refuercen la comunicación oral y escrita, y ubiquen al estudiante en el área de las ciencias sociales que es el área de conocimiento en el que se encuentran las ciencias de la comunicación. Dicha organización progresiva del conocimiento permite que la distribución de asignaturas sea idónea en algunas pero difícil o complicada para el aprendizaje que se desea construir en el estudiante. Esta situación se abordará más adelante.

Respecto al número de asignaturas por tema, en la tabla 27 se describe la distribución de las materias.

Tabla 27.

Distribución de las asignaturas por área de conocimiento.

Área de conocimiento	Asignaturas obligatorias	Asignaturas optativas	Total
Fundamentos de comunicación	8	6	14
Gestión de la comunicación	3	4	7
Metodología	7	1	8
Conocimiento del contexto y entorno	5	2	7
Lenguaje y discurso	8	7	15
Realización multimedial	4	13	17

Fuente: Elaboración propia

Mediante este cuadro se puede observar que las áreas con mayor concentrado de asignaturas son Realización multimedial con 17 materias, Lenguaje y discurso con 15 y Fundamentos de la comunicación con 14 materias. Esto indica que el programa de LCC tiene una tendencia al área práctica de Realización multimedial y Lenguaje y discurso, situación que es idónea y congruente del plan de estudios respecto a las necesidades laborales actuales detectadas en el estudio con empleadores, pero no a las necesidades detectadas por los docentes en las áreas de habilidades de comprensión de textos y reflexión crítica del entorno.

Este desequilibrio obliga a que se replanteen materias que cubran las necesidades de lectura y comprensión que tienen los estudiantes durante las etapas disciplinaria y terminal, el sentido de reflexión y crítica que demanda el área de conocimiento del contexto y el entorno; como ya se planteó en el apartado anterior.

Respecto a la seriación de las asignaturas los profesores participantes en el estudio concluyeron que el plan de estudios debe continuar siendo flexible y sin seriaciones severas, pues la seriación ocasiona muchos problemas como ocurría con los planes de estudio anteriores, debido a que el estudiante dependía de aprobar una asignatura para continuar con su trayectoria escolar. Los profesores argumentaron que ciertas materias deben tener candados de seriación pero que son acciones que deben realizarse durante la operación del programa, en la práctica de tutorías, sin estar establecidas en el plan de estudios.

Respecto a la congruencia o suficiencia de la carga de asignaturas por ciclo y tema, se argumentó en el apartado anterior que hace falta la incorporación de ciertas materias específicas en las áreas de mercadotecnia, comunicación organizacional, periodismo, investigación-metodología y realización multimedial. Así como fortalecer las áreas de lectura y comprensión, crítica, reflexión y ética.

Finalmente, los profesores y estudiantes participantes del estudio argumentaron que debe retomarse la congruencia horizontal de las asignaturas, que es otro problema de operación del plan de estudios, pues actualmente solamente las materias se relacionan de manera vertical. Una ventaja de la congruencia horizontal o integral de las asignaturas del plan de estudios es que los estudiantes pueden conectar proyectos entre asignaturas y dedicarles mayor tiempo a la elaboración de los mismos, por etapas. Así, si un estudiante hace un trabajo de investigación cualitativo con el objetivo de producir una serie de mensajes para una campaña publicitaria podrá conectar las clases de observatorio cualitativo- Cuantitativo de la comunicación, comunicación sociocultural, publicidad, comunicación política, producción audiovisual y producción fotográfica, por solo mencionar algunas.

Respecto a los resultados acerca de las mejoras específicas que deben realizarse en el mapa curricular en términos de flexibilidad, carga horaria, seriaciones, asignaturas optativas/obligatorias se organizó la información en el apartado de:

2.2.2.1.3. Alumnos.

Los estudiantes de las unidades académicas que participaron en el estudio comentaron que las mejoras que deben realizarse al mapa curricular son las siguientes:

Acrescentar el número de materias de teoría de la comunicación. Los estudiantes argumentaron que el plan de estudios tiene insuficientes materias de corte teórico y que les gustaría tener más aprendizaje en esa área. Los estudiantes reconocieron como asignaturas teóricas a las materias comunicación mediática, comunicación sociocultural, comunicación intersubjetiva, y comunicación y complejidad, sin embargo, expresaron que

les gustaría cursar materias solamente de contenido teórico pues sentían que era una debilidad comparado con otras licenciaturas adscritas a las ciencias sociales. Los estudiantes argumentaron que esas materias eran necesarias para acrecentar sus niveles de reflexión en la práctica profesional del comunicólogo. También comentaron que era pertinente diseñar asignaturas que estén relacionadas con nuevas necesidades del campo laboral, por ejemplo materias en el área de comunicación organizacional, periodismo (deportivo) y mercadotecnia fueron las asignaturas que mencionaron de manera frecuente los estudiantes. De igual manera, mencionaron que son áreas dentro del plan de estudios que solo tienen una materia o ninguna en estas áreas.

Acrecentar las habilidades y capacidades de los estudiantes para resolver problemas de la vida profesional. Esto está relacionado con los valores y actitudes que se incorporan en las asignaturas solamente a nivel de papel, pero no a nivel de práctica o evaluación dentro de los salones de clases, en este sentido los estudiantes piden que los profesores les muestren las formas para resolver problemas cotidianos relacionados con la vida profesional: cuánto cobrar, cómo saber si un trabajo es bueno, prepararse para una entrevista de trabajo, qué hacer con un dilema ético, cuándo rechazar un trabajo, reflexionar en torno al impacto del consumo de mensajes que producen, entre otros.

2.2.2.1.4. Profesores.

Los profesores de todos los campus que participaron en el estudio comentaron que es importante atender los siguientes aspectos del mapa curricular, con el objetivo de realizar mejoras:

Integrar en el proceso de enseñanza. Creación de materias donde se realice el ejercicio de articular horizontalmente con las materias teóricas las materias prácticas. Como se expresó anteriormente, los profesores han observado la desarticulación de las materias a partir de los proyectos finales. Una manera de solventar esta desintegración es establecer en el plan de estudios la activación constante de academias que permitan a los profesores homologar con otros profesores los conceptos referentes a las materias que imparten con el

objetivo de que diversas materias puedan conectarse en términos de realización de prácticas. En el plan de estudios deberá quedar claro cuáles son las asignaturas integradoras.

Crear materias donde se aborde la epistemología de la comunicación donde los estudiantes reflexionen sobre la naturaleza del objeto de estudio de las ciencias de la comunicación, la definición de lo qué es la comunicación y desde qué lugar teórico se está construyendo el conocimiento de la comunicación. Debido a que muchos estudiantes llegan a la etapa terminal sin entender claramente la función del profesionalista de las ciencias de la comunicación, los profesores comentaron que es indispensable que los estudiantes tengan una materia donde reflexionen, clarifiquen y piensen de manera crítica desde dónde se construye el conocimiento de la comunicación.

Reducir el tronco común a un solo semestre para las facultades que lo tienen, debido a que el tronco implica una desarticulación de las materias del plan de ciencias de la comunicación. Estas materias quedan fuera de la oferta del tronco lo que ocasiona que para el tercer semestre se obtengan niveles de deserción del 15%. Este fenómeno sucede en Ensenada.

Integrar materias en las áreas de comunicación organizacional, la cual es un área que tiene pocas materias y perspectivas lo cual demanda una actualización desde el mundo profesional; en las áreas de metodología aprovechar y reorientar las siete materias que ya existen a un modelo de investigación aplicada, y por otra parte especializarlas en análisis de datos visuales, *big* y *thick data*; mercadotecnia que es un área que cuenta solo con una materia; asimismo, incorporar materias o contenidos que les proporcionen a los estudiantes conocimiento sobre el valor del trabajo.

Realizar ajustes mínimos en términos de seriación en algunas materias que lo requieran, por ejemplo, en las producciones audiovisuales, metodologías y materias teóricas.

2.2.2.1.5. Programas de unidades de aprendizaje.

Los profesores de las tres facultades que participaron en el estudio, argumentaron que en general, el cumplimiento de propósito, competencia, contenido temático, métodos y procedimientos para la evaluación y la enseñanza y aprendizaje son buenos, sin embargo, deberán realizarse ciertos ajustes.

En Ensenada y Mexicali no hay significativas discrepancias, a diferencia de Tijuana, en el tema de la heterogeneidad de contenidos de los planes de clase elaborados por los profesores con base en las cartas descriptivas. A pesar de ello, se sugiere que existan exámenes departamentales a nivel estado. La sugerencia emerge después de que se argumentó que, sobre todo en Tijuana, existe una gran discrepancia entre los contenidos de los planes de clase y las cartas descriptivas debido a que los profesores tienen sus propias ideas de los conceptos y temas establecidos en las cartas descriptivas. Esta problemática provoca que una materia impartida por diversos profesores sea muy diferente en términos de contenidos temáticos. Los exámenes departamentales se realizarán con el objetivo de que las tres Facultades tengan un plan de contenidos y evaluaciones que cumplan las metas de las cartas descriptivas, asimismo que sean congruentes con el plan de estudios y el Modelo Educativo de la UABC. En síntesis, se busca que estos exámenes sean una manera de supervisión del aprendizaje y evaluación que realizan los profesores.

Por otra parte, mediante el análisis de los 35 PUA del Plan de Estudios 2011-2 contenido en el documento *Evaluación interna del Plan de Estudios* (López, 2019) se concluyó lo siguiente:

Las competencias en los programas de unidad de aprendizaje analizados cuentan en 80% con la expresión de actitudes y valores que los alumnos desarrollarán al término de la asignatura, sin embargo, en ninguno de los casos se muestran los procesos o la evidencia que destaquen la forma en que el estudiante desarrollará y evidenciará la adquisición de la actitud y el valor que se proyecta en la competencia. En síntesis, en la mayoría de los PUA simplemente se hace mención de dichas actitudes y valores, pero no se contemplan su evaluación, ni evidencias de desempeño.

Se encontró que en un 25.71% de los PUA analizados, las estrategias de aprendizaje no son pertinentes o suficientes para el desarrollo de la o las competencias de los programas de unidad de aprendizaje. Esto se refiere a la actividad que presentan los estudiantes para concluir la asignatura y demostrar que han alcanzado la competencia del curso. Para esto, se deben llevar a cabo estrategias de aprendizaje congruentes con la competencia general que se plantea, logrando que el estudiante la adquiera de manera pertinente y así poder cumplir con la competencia general mediante las evidencias de desempeño.

El 20% de evidencias del desempeño contenidas en los PUA analizados no presentan congruencia con la competencia de la asignatura o falta ser más específico en la redacción de éstas. Se identificó que en 17.14% de los programas de unidades de aprendizaje la evidencia de desempeño no está especificada de manera clara y esto afecta al cumplimiento de la competencia.

No es claro en el procedimiento y las características de las evidencias de desempeño a desarrollar, hay una ausencia de precisión sobre qué clase de actividades se realizarán y cómo lo lograrán. Se debe realizar una revisión y actualización de la precisión de las estrategias y actividades que desarrollan los alumnos, así como de las actividades y estrategias docentes para el desarrollo óptimo de las mismas.

2.2.2.1.6. Bibliografía.

El 100% de las unidades de aprendizaje cuentan con bibliografía, sin embargo, en 100% de los programas de unidad de aprendizaje requiere ser actualizada ya que la bibliografía es antigua en su totalidad. Asimismo, se requiere integrar bibliografía en algún idioma extranjero, preferentemente en inglés, pues la evaluación mostró que el 82% de los programas no cuentan con bibliografía en un idioma extranjero.

Por otra parte, el 17.14% de las referencias bibliográficas de las asignaturas no se escriben bajo la norma del formato APA, por ejemplo; desarrollo del pensamiento crítico, desarrollo humano, comunicación organizacional, discurso visual, producción sonora,

observatorio cuantitativo de la comunicación. Ante esto, es necesario hacer ajustes en el estilo del sistema de referencias.

2.2.2.1.7. Enseñanza del segundo idioma.

A pesar de que en la bibliografía de los PUA no existe bibliografía en idioma extranjero los profesores de los tres campus diseñan estrategias de promoción del segundo idioma, preferentemente el inglés. Una de éstas es reestructurar la bibliografía a cuenta del profesor e incorporar de manera extra oficial alguna bibliografía en inglés. Por ejemplo, las clases de observatorios cualitativos de la comunicación que contienen el tema de Netnografía tienen bibliografía en inglés pues los libros principales sobre dicha metodología se publicaron por la editorial Sage. Otra estrategia para promocionar el segundo idioma es, incluir en las clases materiales en idioma inglés, por ejemplo, se incluyen películas, videos de conferencias y audios en inglés. Los profesores traducen los materiales en caso de que la mayoría de los estudiantes no entiendan, o bien, le piden a uno de los compañeros que haga la labor de traducción.

Otras estrategias para seguir promoviendo el idioma inglés entre los estudiantes son: Retomar la vinculación de las Facultades con otras escuelas o Facultades de California o Arizona, realizando actividades con profesores de dichas sedes vía cara a cara o *streaming*. Algunos profesores ya realizan estas labores al impartir clases binacionales en California o invitan a colegas a que compartan conocimiento con los estudiantes. Un ejemplo de clase binacional impartida en la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales es la asignatura *Communication Research Methods in the Journalism Field* que se imparte en conjunto con la School of Communication de la San Diego State University. Dicha asignatura se inauguró en el semestre 2019-1 y se imparte cada año.

Por otra parte, los profesores también organizan eventos con colegas de universidades de Estados Unidos que provocan que más estudiantes interactúen con públicos diferentes y puedan practicar el idioma inglés. Un ejemplo de éstos es el Binacom 2018, un evento organizado activamente por la Facultad de Ciencias Humanas. Finalmente,

los profesores realizan visitas formativas a escuelas o facultades de las universidades de Estados Unidos esto con el objetivo de que los estudiantes hagan uso de las bibliotecas estadounidenses y continúen practicando el idioma inglés.

En lo que se refiere a la comprensión de un segundo idioma en la FCAyS asume lo establecido en el Estatuto Escolar sobre el idioma extranjero. Ahí se establece que serán las unidades académicas las responsables de definir el nivel de conocimiento necesario de un segundo idioma. En el caso de la LCC el nivel es equivalente al nivel 4, certificado por la Facultad de Idiomas de la UABC.

Suficiencia y efectividad. En la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, el plan de estudios de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación le otorga un valor curricular de hasta seis créditos por curso en otro idioma, y un máximo de 12 créditos. De manera que los estudiantes optan por cursos en lengua extranjera como asignaturas optativas. También han tenido la opción de cursar la asignatura Diversidad cultural y globalización impartida en inglés y Análisis cinematográfico con valor de 8 créditos, se ofrecen tanto intersemestral como optativa.

En la Facultad de Ciencias Humanas se implementan cursos para el apoyo del idioma extranjero, se realizan los eventos como Binacom donde estudiantes y profesores conviven con estudiantes de universidades de Estados Unidos. Por otra parte, se invita y motiva a los estudiantes a presentar trabajos en congresos otorgándoles créditos curriculares. También se otorgan créditos por los cursos de Idiomas I y II. En cuanto a los apoyos económicos la Universidad otorga becas a los estudiantes que eligen un intercambio académico en países con idioma que no sea el español.

En relación a los apoyos para la enseñanza-aprendizaje de las lenguas extranjeras de parte de la dirección la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales se puede argumentar que son suficientes y efectivos. Un ejemplo de la suficiencia es que hubo apoyos económicos, recurso humano y equipo para las clases realizadas en San Diego y Tijuana. Se compraron los seguros médicos para los estudiantes que cruzaban, así como para la profesora, se asignó una camioneta y un chofer para transportar a los estudiantes

de Tijuana a San Diego, así como para recoger a los estudiantes de San Diego cuando cruzaban la línea fronteriza a tomar clases en UABC. Se asignó también un salón para realizar las clases con todo el equipamiento necesario: computadora, cañón e internet. En relación a estas clases en otro país lo pertinente sería continuar con un recurso permanente que sea destinado a los requerimientos de operación de la asignatura. Por otra parte, como sucede en la Facultad de Ciencias Administrativas estas materias tienen créditos más altos que otras, por ejemplo, *Communication Research Methods in the Journalism Field* es una asignatura de 8 créditos, por eso resulta tan atractiva para los estudiantes, además de la experiencia misma de cursar la materia. También a los estudiantes que cruzan la frontera se les emiten oficios de parte de la dirección dirigidos a los profesores que les imparten otras materias. Esto con el objetivo se justifiquen otras clases que toman los estudiantes en caso de ser necesario.

2.2.2.2. Tecnología educativa y de la información para el aprendizaje

2.2.2.2.1. Suficiencia, funcionalidad y actualización de la infraestructura y el equipamiento tecnológico para apoyar las actividades académicas.

En la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales el uso de tecnologías de la información y la comunicación es parte del día a día y notablemente en la LCC. En las cuatro asignaturas de realización multimedial se utilizan los diversos programas accesibles en los laboratorios de cómputo, multimedia o radio en esta facultad. Desde la etapa básica, el trabajo académico se dirige hacia el uso ético de las TIC, en la Unidad de Aprendizaje de Desarrollo de habilidades en documentación digital e información.

Aún cuando la Facultad de Ciencias Humanas cuenta con el sistema de red inalámbrica de la UABC "Cimarred", disponible para toda la comunidad estudiantil de la facultad, no ha sido suficiente la cobertura, puesto que no es posible acceder desde ciertos edificios, por ello se requiere ampliarla. La mayoría de los salones cuenta con proyectores para la impartición de las unidades de aprendizaje, pero la falta de condiciones adecuadas de la red no permite hacer uso de manera apropiada de la tecnología educativa.

La Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales tiene suficiencia, funcionalidad y actualización de la infraestructura para apoyar las actividades académicas del programa. Como se mencionó en el apartado de Evaluación del personal académico, infraestructura y servicios existen 56 aulas, 27 cubículos para profesores, un área administrativa, dos salas de usos múltiples, un área para profesores de asignatura, tres talleres y cuatro salas de cómputo. Talleres equipados con cabinas de producción con equipo de penúltima generación y el *software* de edición y efectos más actualizado. Asimismo, los talleres cuentan con equipo para préstamo de última generación. Las salas están equipadas con computadoras de escritorio con sistemas operativos actualizados, así como los *softwares* Office, SPSS y Atlas Ti, éstos dos últimos para el análisis de datos cualitativos y cuantitativos.

2.2.2.2.2. Suficiencia y efectividad en el uso de las TIC por parte de los profesores y los estudiantes.

De acuerdo a los datos del Sistema de Evaluación docente para los profesores de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (LCC) de los tres campus todos los profesores de la planta docente utilizan las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Los profesores utilizan proyectores, laptops, bocinas y cables que se les proporcionan en el área administrativa; asimismo otros profesores utilizan los equipos que se encuentran montados en los talleres y en las salas de cómputo según sea la naturaleza de la asignatura. Otros profesores utilizan las plataformas *Blackboard*, *Classroom* para coordinar clases a distancia, así como para ordenar y calificar trabajos de sus asignaturas.

Otras herramientas tecnológicas que utilizan los profesores de la LCC de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales son las redes sociales como *Facebook* para mantenerse en comunicación con los grupos de estudiantes, de manera directa o a través de los jefes de grupo. Ante estos datos se puede concluir que existe suficiencia y efectividad en la utilización de las TIC por parte de los profesores.

2.2.2.2.3. Actividades para la formación integral (tabla 28).

Para la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales la formación integral del estudiante en ciencias de la comunicación comprende el desarrollo de competencias de diferente índole. Uno de ellos es el emprendedurismo que se fomenta a través de la oferta de una materia en la etapa profesional en la que se estimula el desarrollo de una empresa. Además, la Universidad fomenta a través de la organización de una feria del emprendedurismo que se produce anualmente y donde los estudiantes pueden presentar empresas y acceder a financiamiento para iniciar su negocio.

Otra actividad importante en la formación integral es el desarrollo de actividades culturales. En este tema la facultad organiza semestralmente las jornadas FCAYS, en la que se ofertan actividades socioculturales, conferencias, talleres, actividades lúdicas, culturales y deportivas que promueven la participación estudiantil de manera activa. Al tiempo, la facultad de artes ofrece semestralmente cursos con créditos optativos que favorecen el desarrollo de competencias integrales que permiten al estudiante tener experiencias complementarias a su formación disciplinaria.

Paralelo a las acciones culturales emprendidas en la facultad, los estudiantes de la facultad pueden participar en actividades ofertadas por la facultad de deportes, donde además acceden a créditos optativos. La gama de actividades es amplia, desde activación física, deportes en equipo e individuales.

Además, se cuenta con programas de apoyo para la inserción al mercado laboral. A través del departamento de formación profesional se gestiona una bolsa de trabajo y cursos para que en la etapa terminal los estudiantes aprendan a presentarse en una entrevista de trabajo y realizar su curriculum vitae.

Finalmente, la universidad estipula como parte de su sistema de vinculación, la obligatoriedad de los estudiantes a cubrir el servicio social profesional y las prácticas profesionales a fin de desempeñarse en el campo laboral y adquirir conocimientos, habilidades y valores en la solución de problemas prácticos; y que logren conectarse con opciones de trabajo una vez que egresen.

La Facultad de Ciencias Humanas de manera permanente ofrece cursos y actividades culturales que permiten la formación integral de los alumnos, aunado a esto la UABC a través de Programa de Extensión Cultural, ofrece a estudiantes y maestros así como la comunidad en general acceso a actividades culturales como son: Conciertos, cineclub, exposiciones escultóricas, fotográficas, presentaciones dancísticas, seminarios de valores y eventos académicos.

Estas actividades de promoción y divulgación de la cultura y la ciencia, están consideradas como opciones complementarias de formación integral con valor en créditos. Como actividades culturales dentro de la Facultad de Ciencias Humanas se puede señalar que se realizan conferencias con diferentes temáticas como: reforestación, inteligencia emocional, salud, educación, medios de comunicación, autoestima, así como presentaciones de libros.

Dentro de la Facultad, de manera anual se organiza una semana cultural donde se imparten talleres, conferencias, se presentan grupos musicales y de danza, se proyectan películas y se realizan diversos concursos relativos a la fecha, como los de altares de muertos y catrinas.

Otra de las actividades de formación integral es la participación de los estudiantes en el Centro Deportivo UABC donde se imparten una variedad de disciplinas deportivas y acuáticas como son: acuacrobics, artes circenses, atletismo, baloncesto, capoeira, fútbol soccer, gimnasia acrobática, gimnasia artística, karate do, artes marciales mixtas, natación, animación deportiva, tenis, voleibol y acondicionamiento físico. Aunado a esto, en la propia Facultad de Ciencias Humanas desde el 2011 se imparte diariamente por la noche un curso de acondicionamiento físico.

Existe además un torneo semestral de fútbol siete llamado "Fútbol Chacal" con participación de equipos conformados por alumnos, catedráticos y administrativos, que es organizado por la sociedad de alumnos apoyados por la dirección de la Facultad y que se juega en las canchas de esta unidad académica.

Por su parte, la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales organiza durante los semestres diversas actividades que favorecen la formación integral de los estudiantes. Durante un semestre tiene un promedio de 22 actividades donde se incluyen las relacionadas con la formación en las diferentes áreas de conocimiento de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación actual; las relacionadas con las competencias y los valores. Estas actividades son de diversos tipos: conferencias, talleres, seminarios con expertos; de igual manera se realizan actividades lúdicas para reproducir competencias y valores, por ejemplo, ciclos de cine, rallies, kermesses, conciertos, concursos de ajedrez y próximamente un concurso del Canto Universitario que se organiza por primera vez con el objetivo de fomentar la identidad y pertenencia de los cimarrones.

Tabla 28.

Participación por periodo en actividades para la formación integral, por Unidad Académica.

Matrícula	Ensenada (FCAyS)	Mexicali (FCH)	Tijuana (FHyCS)	Total
2019-1		120	15	135
2018-2		91	25	116
2018-1		94	20	114
2017-2	143	57	21	221
2017-1		48	25	73
2016-2	27	55	30	112
2016-1		29	26	55
2015-2		10	20	30
2015-1	334	7	23	364
2014-2		5	15	20
2014-1		4	18	22
Total	504	520	238	1262

Fuente: Elaboración propia.

2.2.2.3. Conclusiones a la evaluación del currículo.

Con base en los resultados de la evaluación del currículo se puede argumentar que es pertinente realizar ajustes al Plan de Estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en cuanto a la estructura del plan de estudios, los objetivos del programa, el perfil del egresado, y que estos aspectos estén claramente articulados a las demandas o problemáticas sociales, económicas y científicas (UABC, 2016) del ámbito de la comunicación. Los resultados de la evaluación de currículo sugieren incluir, según la Metodología de los estudios de fundamentación para la creación, modificación y

actualización de programas educativos de licenciatura (Serna y Castro, 2018) las siguientes adecuaciones:

Ajustar las competencias del perfil de egreso con base en nuevas competencias que se detectaron en cuatro grandes ejes: 1) Aprender a leer y comprender los textos, 2) Acrecentar la crítica, reflexión y ética, 3) Identificar los problemas en el área de la comunicación, y 4) Crear y diseñar proyectos para la resolución de los problemas detectados.

Con respecto a la actualización de contenidos, se detectó la necesidad de fortalecer contenidos en diferentes áreas: gestión, emprendedurismo, comunicación organizacional, metodología aplicada para el análisis de imágenes, deontología y ética, contenidos del área contexto y entorno que involucren problemas actuales desde tres niveles de perspectiva, fortalecimiento del área de realización multimedial para el manejo de análisis de datos sociales provenientes de la diversidad de plataformas de la web 2.0, periodismo análogo y digital; y mercadotecnia en el sentido amplio.

Actualizar bibliografía. En todas las cartas descriptivas del plan actual se debe actualizar la bibliografía de acuerdo a las nuevas tendencias de conocimiento en este campo, de manera específica se requiere contar con un acervo de comunicación que contribuya a comprender los problemas y necesidades sociales, culturales y económicas.

Actualizar mecanismos de evaluación. Se requiere actualizar los mecanismos de evaluación en el sentido de incorporar mejores formas de evaluación de las competencias en estudiantes que están alfabetizados en las plataformas de la web 2.0 (con implicaciones negativas o positivas); así como incorporar formas de evaluación para los valores que se fomentan desde la construcción de las competencias y objetivos de las asignaturas.

Cambios a las unidades de aprendizaje o en el mapa curricular. Se detectó la pertinencia de hacer cambios a nombres de las unidades de aprendizaje con el objetivo de acercarlas a las nuevas necesidades sociales, económicas y científicas de demanda, así como crear nuevas asignaturas que respondan a las necesidades económicas, sociales y culturales detectadas en los resultados del estudio cualitativo; incorporar unidades de

aprendizaje en idioma inglés; acrecentar los candados para las materias seriadas pero solamente a nivel de operación del programa con el objetivo de seguir manteniendo un plan de estudios flexible que permita al estudiante adecuar las unidades de aprendizaje a las necesidades de su trayectoria escolar; y resaltar la congruencia horizontal de las asignaturas.

2.2.3.1. Resultados de la evaluación del tránsito de los estudiantes.

2.2.3.1.1. Proceso de ingreso al programa educativo.

Estrategias de difusión, promoción y orientación del programa educativo. La Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, la Facultad de Ciencias Humanas y la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales comparten entre sí los mecanismos mediante los cuales los alumnos de primer ingreso se enteraron del programa educativo. De manera general, el mecanismo más conocido es la convocatoria que publica la Universidad Autónoma de Baja California, en la que se establecen los criterios para el proceso de selección, con fundamento en el Título II, Capítulo I de las Admisiones en los Artículos 16 al 23 del Estatuto Escolar.

Los alumnos de primer ingreso consultan la Convocatoria del Concurso de Selección para el Ingreso a Licenciatura, http://admisiones.uabc.mx/resources/pdf/Concurso_de_Seleccion_2019-2_2020-1.pdf, que la Universidad Autónoma de Baja California publica en su página web, <http://www.uabc.mx/>. En dicha convocatoria, el aspirante puede consultar los programas educativos que oferta la UABC, el procedimiento que debe seguir el aspirante (con las fechas en cada etapa del proceso) y los requisitos que debe cumplir. En la Convocatoria también se señala el procedimiento para realizar tanto el examen psicométrico como el examen de conocimientos, así como algunas notas puntuales para facilitar el proceso del aspirante. Si el aspirante requiere información específica sobre el proceso de admisión, puede llamar a los teléfonos de la Coordinación General de Formación Profesional y la

Coordinación General de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar.

Cabe señalar que los alumnos de primer ingreso se enteran también de la oferta del programa educativo, porque algunos periódicos locales (tanto en formato impreso como en la versión digital) informan sobre la Convocatoria del Concurso de Selección para el Ingreso a Licenciatura de la UABC. Algunos de los medios que realizan esta labor de difusión son los siguientes: El Imparcial (<https://www.elimparcial.com/tijuana/tijuana/Inicia-hoy-convocatoria-de-ingreso-a-UABC-20190313-0024.html>), El Sol de Tijuana (<https://www.elsoldetijuana.com.mx/local/lanza-convocatoria-de-ingreso-la-uabc-3180690.html>) y La Voz de la Frontera (<https://www.lavozdelafrontera.com.mx/local/ya-esta-en-linea-convocatoria-de-uabc-3180761.html>) entre otros.

Los estudiantes interesados en cursar la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales pueden obtener información de la carrera en la página oficial de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la FCAyS (<http://fcays.ens.uabc.mx/carrera/ciencias-de-la-comunicacion/>), de donde pueden descargar el mapa curricular de este programa educativo (<http://fcays.ens.uabc.mx/wp-content/uploads/2017/12/Comunicaci%C3%B3n2011-2.pdf>).

Este es otro de los mecanismos mediante los cuales los alumnos de primer ingreso se enteraron del programa educativo. Además, los alumnos reportaron que se enteraron e interesaron por la carrera principalmente por la información ofrecida en la página web, o porque algún conocido estudió la carrera y se las recomendó.

En el caso de la Facultad de Ciencias Humanas, la convocatoria para ingreso a la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación no es directa, sino a través del ingreso a un Tronco Común (TC) de Ciencias Sociales. La convocatoria se abre en el primer semestre de cada año (febrero a junio) al mismo tiempo que es para cinco carreras que ofrece la Facultad de Ciencias Humanas; durante este proceso se selecciona a los alumnos que ingresarán al TC de Ciencias de la Educación, Psicología, Ciencias de la Comunicación y Sociología en los dos ciclos escolares siguientes (agosto y febrero). Este procedimiento no se aplica para la licenciatura en Historia, en tanto que el ingreso al programa es directo.

En la Facultad de Ciencias Humanas, el ingreso de los alumnos a la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación se lleva a cabo al término del primer año escolar, siempre y cuando hayan concluido los créditos que corresponden al TC. El proceso de selección se realiza mediante una subasta, que de acuerdo con el Título V, Capítulo II de los Programas de Tronco Común en los *Artículos 126 al 131 del Estatuto Escolar*, se realiza con base a los méritos académicos del alumno, al cupo permitido del programa y a los criterios que defina el programa educativo para cada subasta.

La convocatoria para ingreso se hace pública a través de diversos medios de comunicaciones locales y regionales; así como, en las páginas web de la UABC, de la Coordinación General de Servicios Estudiantiles Gestión Escolar y de la Facultad de Ciencias Humanas, además de las redes sociales en las que está presente y activa la unidad académica. A través de estos medios se ofrece información de los requisitos y trámites para el ingreso tanto a la universidad como a la Licenciatura en Comunicación. Igualmente, la FCH organiza dentro de las instalaciones de la Facultad, conferencias para las distintas instituciones que así lo requieren, además de participar en la “Expo Carreras” y “EXPO UABC” que año con año, se organiza con apoyo del gobierno municipal y el Departamento de Formación Básica del campus Mexicali.

Los alumnos de primer ingreso se enteran de la oferta de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales a través de la página web de la facultad (<https://www.uabchumanidades.com>). En este espacio, hay un apartado en donde se muestran los diferentes programas educativos que oferta la facultad, tanto a nivel de licenciatura como a nivel de posgrado (maestría y doctorado). En el apartado que corresponde a la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (<https://www.uabchumanidades.com/comunicacion>) se observa el mapa curricular de este programa educativo, el perfil de ingreso y egreso; los conocimientos, actitudes y aptitudes que el estudiante requiere para poder cursar el programa educativo, así como el campo ocupacional del Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Por último, en la parte inferior de la página, el alumno puede consultar el plan de estudios 2011-2 para enterarse de los

fundamentos que han orientado al programa educativo.

Otro de los mecanismos mediante los cuales el alumno de nuevo ingreso se entera de la oferta del programa educativo en la FHycS, es el programa *Expo Profesiones*. Mediante esta actividad, organizada por el Departamento de Formación Profesional campus Tijuana, los estudiantes de preparatoria conocen los programas educativos que oferta la UABC a través de conferencias impartidas por docentes, así como información que brindan los propios estudiantes sobre la carrera que cursan. De esta manera, los aspirantes se enteran del mapa curricular de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, el perfil de ingreso y egreso, así como los distintos ámbitos en donde pueden desempeñarse como profesionistas, a través de información que proporcionan los profesores y estudiantes del programa educativo.

En resumen, los estudiantes se enteran del programa educativo a través de la difusión de la Convocatoria del Concurso de Selección para el Ingreso a Licenciatura, en redes sociales, la página oficial de la UABC, los periódicos locales, radio y televisión así como la actividad *Expo Profesiones*.

En cuanto a las estrategias de difusión, promoción y orientación del programa educativo en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales se han realizado estrategias para acercar a alumnos de preparatoria a las actividades de la carrera; por ejemplo, en 2018 se realizó el CIMACOM, que es un espacio en donde se presentaron productos comunicativos de alumnos de la carrera a alumnos del Colegio de Bachilleres (COBACH). De igual manera, se han realizado presentaciones de la materia Portafolio de Proyectos de Comunicación en las preparatorias del COBACH, del Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica (CONALEP) y de los Centros de Bachillerato Tecnológico Industrial y de Servicios (CBTIS). También se participa en Expo vocacional que organiza el departamento psicopedagógico.

La Facultad de Ciencias Humanas organiza actividades como la “Expo Carreras” y la “Expo UABC”, con el propósito de difundir el programa educativo. Estas actividades, como

ya se dijo, cuentan con el apoyo del Departamento de Formación Básica de Mexicali y del gobierno municipal de Mexicali.

Respecto a la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, las estrategias de difusión, promoción y orientación de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación son múltiples; no obstante, la más empleada es la difusión del programa a través de internet y redes sociales, puntualmente a través de la página web de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, <https://www.uabchumanidades.com/comunicacion>, así como la página de Facebook de la facultad.

Asimismo, el portal de la Coordinación General de Formación Profesional de la UABC difunde información sobre este programa educativo. De forma puntual, el aspirante interesado en cursar este programa puede consultar el perfil de ingreso, el perfil de egreso, así como el campo profesional al cual puede dedicarse el egresado en Ciencias de la Comunicación, el plan curricular y las unidades de aprendizaje que cursará durante la carrera,

[http://www.uabc.mx/formacionbasica/FichasPE/Lic en Ciencias de la Comunicacion.pdf](http://www.uabc.mx/formacionbasica/FichasPE/Lic%20en%20Ciencias%20de%20la%20Comunicacion.pdf).

En este espacio, el aspirante también puede apreciar que la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación es un programa educativo de calidad reacreditado el 18 de enero de 2016 por el Consejo de Acreditación de la Comunicación y Ciencias Sociales, el CONAC, <http://www.uabc.mx/formacionbasica/calidad.html>).

Otra de las estrategias de difusión, promoción y orientación del programa es la *Expo Profesionales*. Como ya se explicó, durante esta actividad se reparten trípticos informativos de este programa educativo, se instalan stands informativos atendidos por los propios estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la comunicación, y los docentes imparten charlas educativas sobre el programa educativo.

En virtud de los mecanismos de difusión expuestos, se considera que la promoción del programa educativo es adecuada. Está centrada en las redes sociales y se apoya en actividades como la *Expo Profesionales*; durante esta actividad, se ofrece atención personal

a los aspirantes, a través de charlas y en stands atendidos por estudiantes, cuyo objetivo es ofrecer información básica sobre el programa educativo.

2.2.3.2. Indicadores de trayectoria escolar.

2.2.3.2.1. Control del desempeño de los estudiantes dentro del programa.

Para la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales (ver tabla 29), los datos más significativos respecto a la deserción escolar ocurren en la cohorte generacional del 2015-1 al 2018-2, cuando el porcentaje de deserción sube a 4.87% y en la cohorte del 2015-2 al 2019-1, cuando la deserción baja al 3.22%.

Tabla 29.

Evolución del abandono o deserción por cohorte de la FCAYS.

Cohorte Generacional		Alumnos inscritos	Rezago	Abandono o deserción	Número total de deserción escolar	% de deserción
2014-1	2017-2	36	36	0	0	0%
2014-2	2018-1	36	36	0	0	0%
2015-1	2018-2	41	39	2	2	4.87%
2015-2	2019-1	62	60	2	2	3.22%

Fuente: Sistema SII

La Facultad de Ciencias Humanas recalca que la UABC ha diseñado un sistema de tutorías que constituye un primer punto de partida para analizar la trayectoria de los estudiantes; dicho sistema registra Kardex, servicio social, idiomas, prácticas profesionales, aprobación y reprobación.

La ausencia de un análisis de este registro, no responde con información de la trayectoria escolar de toda la institución. En el caso particular del programa de Ciencias de la Comunicación, la Facultad de Ciencias Humanas desde 2013, implementó algunas acciones para evaluar y dar seguimiento a todos los estudiantes, desde el ingreso hasta el egreso del programa; acciones sobre el índice aprobación y reprobación así como servicio social comunitario y profesional, el segundo idioma como requisito de egreso, movilidad e intercambio estudiantil y prácticas profesionales.

Durante las cohortes generacionales 2012-2 al 2018-2, la tasa de deserción de los estudiantes del programa fue 32.1% con un promedio de 1 a 11 deserciones por semestre hasta 2018-2 (ver tabla 30).

Tabla 30.

Evolución del abandono o deserción por cohorte de la FCH.

Cohorte Generacional	Alumnos inscritos	Abandono o deserción	Número total de deserción escolar	% de deserción
2012-2	2016-1	314	7	2.2%
2013-1	2016-2	206	9	4.3%
2013-2	2017-1	352	17	4.8%
2014-1	2017-2	213	10	4.6%
2014-2	2018-1	258	25	6.9%
2015-1	2018-2	192	18	9.3%
		1,535	86	32.1%

Fuente: Sistema SII

Respecto a la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, la deserción escolar es baja en el programa educativo, y oscila entre 5% y el 8% de los estudiantes que ingresan al programa educativo por cohorte generacional. En la tabla 8, que aparece en la parte inferior, se aprecia con mayor detalle este dato. En la cohorte 2014-1 ingresaron 162 alumnos, de los cuales 9 desertaron (el 6% de los estudiantes) y 60 se rezagaron.

Las cohortes 2014-2 y 2015-1 presentaron una deserción del 5%, respecto a los estudiantes que ingresaron al programa educativo; se trata de un porcentaje relativamente bajo, si se contempla que desertaron solamente 11 alumnos de la cohorte 2014-2 y 9 alumnos de la cohorte 2015-1. No obstante, el rezago en la cohorte 2014-2 fue alto, pues 77 de los 206 estudiantes se rezagaron durante el transcurso de la carrera. Esta cifra baja drásticamente en la cohorte 2015-2, en la cual no se produjo rezago entre los estudiantes; no obstante la deserción escolar aumenta ligeramente respecto a las cohortes anteriores, y llega al 8%, es decir, 17 de los 210 estudiantes que ingresaron en esa cohorte.

Como se aprecia en la siguiente tabla y en la descripción anterior, el rezago estudiantil de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación es relativamente bajo (del 2014-1 al 2015-2 no ha llegado siquiera al 10%) y no ha variado drásticamente. Además,

debe destacarse que el rezago educativo se redujo de forma significativa: en la cohorte 2014-1 se rezagaron 60 estudiantes, y 77 alumnos en la cohorte 2014-2. Estas cifras disminuyeron en la cohorte 2015-1, en la cual se rezagaron solamente 4 estudiantes, y en la cohorte 2015-2, en la cual no se produjo rezago estudiantil.

Los resultados anteriores se sintetizan en la siguiente tabla, que ilustra el número de alumnos inscritos por cohorte generacional, desde el 2014 al 2015; asimismo, señala el número de alumnos rezagados por cohorte, así como los que desertaron (ver tabla 31).

Tabla 31.

Evolución del abandono o deserción por cohorte de la FHyCS.

Cohorte Generacional	Alumnos inscritos	Rezago	Abandono o deserción	Número total de deserción escolar	% de deserción
2014-1	162	60	9	9	6%
2014-2	206	77	11	11	5%
2015-1	177	4	9	9	5%
2015-2	210	0	17	17	8%

Fuente: Sistema SII

Por otro lado, en la tabla 32, se presentan las unidades de aprendizaje más reprobadas del programa educativo. Los datos que se condensan en esta tabla corresponden a las estadísticas de aprobados y reprobados, de la Coordinación General de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar (SISTEMA UNIDAD). La información considerada comprende desde el semestre 201-1 hasta el 2019-1, y está organizada por etapas (básica, disciplinaria y terminal).

Tabla 32.

Unidades de aprendizaje con mayor índice de reprobación del programa Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la FCAyS, FHyCS y FCH

Etapa	Tijuana (FHyCS)	Mexicali (FCH)	Ensenada (FCAyS)
Etapa básica	14046 Estructura socioeconómica de México	14047 Introducción al Pensamiento Científico	14052 Estadística descriptiva
	14048 Desarrollo del pensamiento crítico	14052 Estadística descriptiva	
	14049 Desarrollo de habilidades en documentación digital e información	14054 Administración Socioeconómica 14046 Estructura Socioeconómica 14049 Desarrollo de Habilidades en Documentación Digital e información	14082 Historia y fundamentos de la comunicación
	14050 Comunicación oral y escrita		
Etapa disciplinaria	14052 Estadística descriptiva		
	14056 Comunicación intersubjetiva	14059 Observatorio Cuantitativo Comunicación	14057 Guionismo 14060 Redacción avanzada 14061 Taller de comunicación y sociedad
	14059 Observatorio cuantitativo		
	14060 Redacción avanzada	14061 Taller de Comunicación y Sociedad	
Etapa terminal	14062 Comunicación mediática	14062 Comunicación Mediática 14064 Observatorio Cualitativo	14065 Periodismo 14076 Comunicación y complejidad
	14070 Semiótica de la comunicación	14072 Comunicación Sociocultural	
	14075 Planeación y gestión de proyectos	14075 Planeación y Gestión De Proyectos	4990 Televisión digital
	14076 Comunicación y complejidad	14076 Comunicación y Complejidad	14079 Portafolio de proyectos de comunicación
	14077 Producción multimedia	14077 Producción Multimedia 14978 Proyectos de Intervención	14080 Normatividad de la comunicación 11862 Mercadotecnia

Fuente: Sistema UNIDAD

Como se aprecia en la tabla anterior, en la FCAyS, una de las materias más reprobadas es Estadística descriptiva (14052), una unidad de aprendizaje que también es frecuentemente reprobada en la FCH y la FHyCS. Durante la etapa disciplinaria, las

materias más reprobadas son Redacción avanzada (14060), Periodismo (14065), Taller de comunicación y sociedad (14061) y Guionismo (14057). Por último, entre las materias más reprobadas durante la etapa terminal se encuentran las siguientes: Televisión digital (4990), Normatividad de la comunicación (14080), Portafolio de proyectos de comunicación (14079), Comunicación y complejidad (14076) y Mercadotecnia (11862)

En la FCH las unidades de aprendizaje más reprobadas en los últimos tres años, del 100% de UA (35), 14.2% (5) son las que reflejan mayor índice de reprobación: Observatorio Cuantitativo de la Comunicación 9.9%, Observatorio Cualitativo de la Comunicación 11.2%, Comunicación Sociocultural 13 %, Comunicación Mediática 18.4%, y Taller de Comunicación y Sociedad 19.3%.

En el caso de la FHyCS, en la etapa Básica, las unidades de aprendizaje más reprobadas son las siguientes: Estructura Socioeconómica de México, Desarrollo del Pensamiento Crítico, Desarrollo de Habilidades en Documentación Digital e Información, Comunicación Oral y Escrita y Estadística Descriptiva.

En la Etapa Básica, las unidades de aprendizaje más reprobadas son: Comunicación Intersubjetiva, Redacción Avanzada, Comunicación Mediática, Semiótica de la Comunicación y Observatorio Cuantitativo.

Por último, en la etapa terminal, éstas son las unidades de aprendizaje más reprobadas del programa educativo: Comunicación y Complejidad, Comunicación y Gestión de proyectos, Portafolio de Proyectos de Comunicación, Planeación y Gestión de Proyectos y Producción Multimedia.

2.2.3.3. Eficiencia terminal.

En la tabla 33, que se muestra abajo, se pueden apreciar los datos respecto a la eficiencia terminal del programa educativo en la FCAyS, FCH y la FHyCS.

En la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales de Ensenada se han implementado estrategias para mejorar la eficiencia terminal en todas las carreras; sin embargo, se debe

mejorar como se observa en la siguiente tabla. Aunque sí se considera que hubo un avance significativo respecto a generaciones anteriores.

Tabla 33.

Eficiencia terminal de los estudiantes del programa de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la FCAyS, FCH y la FHyCS.

Cohorte	Tijuana (FHyCS)	Mexicali (FCH)	Ensenada (FCAyS)
2014-1/ 2017-2	3 (0.02%)	26 (89.6%)	5 (13.88%)
2014-2/ 2018-1	24 (0.12%)	26 (66.6%)	3 (8.33%)
2015-1/ 2018-2	19 (0.11%)	21 (70%)	SD
2015-2/ 2019-1		25 (78.1%)	SD

Fuente: Sistema SII.

Respecto a la Facultad de Ciencias Humanas, de acuerdo con los datos registrados en la unidad académica, la eficiencia terminal en relación a la población de ingreso en los últimos tres años que incluye los periodos 2015-2 al 2018-1, con un registro de ingreso poblacional de 223 estudiantes (100% de matrícula), 194 estudiantes el (86.9 % de la matrícula) terminaron el programa educativo con grado académico de Licenciados en Ciencias de la Comunicación; el 13.1% de matrícula que equivale a la cantidad de 29 alumnos, actualmente se encuentran con un estatus de potenciales a egresar.

En FCAyS la eficiencia terminal es de 13.88% para el periodo de 2014-1/2017-2 y de 8.3 para el periodo de 2014-2/ 2018-1 que responde a los alumnos que egresan conforme a la fecha de ingreso.

Como parte de las acciones para incrementar la eficiencia en la obtención de grado, el programa educativo ha implementado en el último año, los cursos optativos de CENEVAL para favorecer el indicador de eficiencia de titulación, con relación al ingreso y egreso al 100 %. Cursos que se ofrecen en periodo intersemestral, de forma gratuita y con valor en créditos.

En cuanto a la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, la eficiencia terminal de los estudiantes de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación se incrementó de manera significativa. De la cohorte 2014-1, 3 estudiantes terminaron los créditos del programa educativo en los ocho semestres que abarca el plan de estudio. Esta cifra se incrementa en la cohorte 2014-2, en la cual 24 estudiantes (0.12%) cursaron los créditos en 8 semestres, y baja ligeramente en la cohorte 2015-1, en la cual 19 (0.11%) estudiantes terminaron los créditos correspondientes al plan de estudios en 8 semestres. Los estudiantes de la cohorte 2016- 1 hasta la cohorte actual, aún continúan cursando el programa educativo.

En la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, la eficiencia terminal deseable para el programa educativo sería lograr que la generación se titulara al 100% pero es poco probable que se logre. Por ejemplo, algunos alumnos (los menos) eligen la opción de tesis como vía de titulación; para ellos, el proceso puede volverse complejo por la labor de dar seguimiento a la tesis y su evaluación por parte de un sínodo. Se sugiere entonces reconsiderar la mejora del proceso de titulación, para que a aquellos que adoptan la opción de tesis les sea posible un camino menos complicado para realizar sus trámites, pues por esta razón, muchos alumnos desisten de dicha opción. En otros casos, los alumnos se involucran en el mercado laboral, lo cual también se tiene contemplado como opción de titulación. De forma general, también puede señalarse que hace falta socializar de forma más intensa y efectiva las opciones de titulación.

Respecto a la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, considerando que lo deseable es que el 100% de los estudiantes que ingresan en una cohorte, terminen los créditos correspondientes al programa educativo, se tiene que, aunque la eficiencia terminal del programa educativo se ha incrementado y mantenido relativamente estable, ésta podría mejorar. La eficiencia terminal de la cohorte 2014-1 era del 0.02%, ésta se incrementó notablemente en la cohorte 2014-2, cuando 0.12% de los estudiantes alcanzaron la eficiencia terminal. En la cohorte del 2015-1, 19 estudiantes, que representan el 0.11%, alcanzaron la eficiencia terminal.

2.2.3.3. Eficiencia en la titulación u obtención de grado (tabla 34).

Respecto a la eficiencia de titulación en la Licenciatura en Ciencias de la comunicación, en la siguiente tabla se pueden apreciar los datos que corresponden a la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales:

Tabla 34.
Eficiencia Terminal de la FCAyS.

Semestre	Ingresaron a 3er. semestre (5to semestre)	Continuaron (5to semestre)	Egresaron en 2016-1	Egresaron en 2016-2	Egresaron en 2017-1	Egresaron en 2017-2	Egresaron en 2018-1	Egresaron en 2018-2	Egresaron en 2019-1	Egresados en 8 semestres	Eficiencia terminal bruta
2012-2 / 2016-1	64	63	28	4	2	1	0	Sin datos	Sin datos	28	47
2013-1 / 2016-2	31	30	-	7	2	0	0	Sin datos	Sin datos	7	41
2013-2 / 2017-1	49	48	-	-	16	9	5	Sin datos	Sin datos	16	30
2014-1 / 2017-2	36	36	-	-	-	5	4	Sin datos	Sin datos	5	17
2014-2 / 2018-1	36	36	-	-	-	-	3	Sin datos	Sin datos	3	16
2015-1 / 2018-2	41	39	-	-	-	-	-	Sin datos	Sin datos		
2015-2 / 2019-1	62	60	-	-	-	-	-	-	Sin datos		

Fuente: Sistema de Trayectoria Escolar, FCAyS

De acuerdo con los datos registrados en la Facultad de Ciencias Humanas, la eficiencia terminal en relación a la población de ingreso en los últimos tres años que incluye los periodos 2015-2 al 2018-1, con un registro poblacional de 223 estudiantes (100% de matrícula), 194 (86.9 % de la matrícula) terminaron el programa educativo con grado académico de Licenciados en Ciencias de la Comunicación; 29 (13.1% de matrícula), actualmente se encuentran con un estatus de potenciales a egresar (ver tabla 35)

Tabla 35.*Eficiencia Terminal de titulación de la FCH.*

Eficiencia terminal Cohortes	Población Promedio	%	Estudiantes que obtuvieron el grado	%	Potenciales a egresar	%
2015-2 - 2018-1	223	100	194	86.9	29	13.1%

Fuente: Sistema SII

En la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, la cantidad de estudiantes que se titularon es relativamente parecida del semestre 2014-1 al 2018-2, y varía entre 40 y 70 estudiantes titulados. Sin embargo, en algunos semestre esta cantidad se redujo: durante el semestre 2016-2 se titularon 29 estudiantes de los 120 que entraron en la cohorte, y en el semestre 2017-2 se titularon 31 estudiantes, de los 119 que conformaban la cohorte (ver tabla 36)

Tabla 36.*Eficiencia Terminal de titulación de la FHyCS.*

Eficiencia de titulación con relación al ingreso		
Cohorte Generacional	Alumnos titulados	Alumnos que ingresaron en la cohorte
2014-1	67	162
2014-2	47	206
2015-1	57	177
2015-2	42	210
2016_1	38	212
2016_2	29	120
2017_1	41	83
2017_2	31	119
2018_1	56	84
2018_2	50	119
2019_1		

Fuente: Sistema SII

La Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales ha propuesto promover la Participación de los estudiantes en programas de apoyo. Además, fortalecer los programas de asesoría académica, regularización y acciones de nivelación a los estudiantes.

Como parte de las acciones para incrementar la eficiencia en la obtención de grado del programa educativo, la Facultad de Ciencias Humanas a implementado en el último

año, los cursos optativos de CENEVAL para favorecer el indicador de eficiencia de titulación al 100 % en relación al ingreso con el egreso. Cursos que se ofrecen en periodo intersemestral, de forma gratuita y con valor en créditos.

En cuanto a la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, tiene contemplado el desarrollo de un taller de titulación, con la finalidad de combatir el rezago en la titulación de los estudiantes de la licenciatura. Este taller se llevará a cabo los sábados, constará de cuatro sesiones de dos horas, durante las cuales los estudiantes conocerán paso a paso el proceso de titulación, así como las formalidades y requisitos que establece el Reglamento Escolar sobre dicho proceso. A este taller asistirán estudiantes próximos a egresar de todas las licenciaturas que conforman la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales.

2.2.3.5. Participación de los estudiantes en programas de apoyo. Programas de asesoría académica, regularización y acciones de nivelación a los estudiantes.

En la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales y la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales se lleva a cabo el mismo procedimiento para conocer el nivel académico de los estudiantes de nuevo ingreso. El nivel académico de los estudiantes de nuevo ingreso se explora a través del Examen de Conocimientos, que contiene estos apartados: Prueba de Lectura, Prueba de Lengua Escrita y Prueba de Matemáticas. Para este examen, la UABC proporciona una guía de estudio que contempla los apartados señalados

(https://docs.wixstatic.com/ugd/da48f5_be7d575932434a9086b4b0bb206bcbd4.pdf).

Una vez que ya ingresaron al programa educativo, la Coordinación de Orientación Educativa y Psicológica de cada Facultad lleva a cabo un curso de inducción una semana antes de iniciar el semestre. Durante este curso, se emplean otras herramientas que permiten apreciar el nivel académico del estudiante de nuevo ingreso: encuesta de hábitos de lectura, examen diagnóstico de la lectoescritura, cuestionario Honey-Alonso sobre Estilos de Aprendizaje, <https://www.uabchumanidades.com/alumnos-nuevo-ingreso>. Estos instrumentos se llenan en línea.

En la Facultad de Ciencias Humanas, la licenciatura en Ciencias de la Comunicación considera una etapa básica de formación previa que incluye el tronco común y que está diseñada para proporcionar al alumno las bases generales de su formación, mediante unidades de aprendizaje principalmente conceptual y contextualizadoras para el estudio de las ciencias sociales y por ende la comunicación.

La etapa básica, que incluye el tronco común, constituye el contenido fundamental que proporciona las habilidades y/o competencias básica que posibilitan el acceso a los contenidos que comprende el conjunto de asignaturas que promueven la consolidación de capacidades básicas, es decir, los comportamientos elementales que deben tener los individuos y que son de requerimiento en todas las prácticas asociadas a conocimientos de carácter formativo: lectura, comunicación oral y escrita.

El tronco común, se conforma por 13 unidades de aprendizaje, de las cuales 10 son obligatorias e integran 60 créditos y 3 unidades que integran 15 créditos optativos. Por lo que en esta etapa se cursan un total de 75 créditos, lo que representa el 22% del total de los créditos del plan de estudios (ver tabla 37).

Tabla 37.

Distribución de créditos del plan de estudios la LCC de la FCH.

Tronco Común	UA obligatorias	Créditos obligatorios	UA optativas	Créditos optativos	Total créditos TC	Porcentaje conforme el Programa
13 UA	10	60	3	15	75	22%

Fuente: Plan de Estudios 2011-2

En la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales de Ensenada, de la misma manera que en Tijuana, cada profesor de Tiempo Completo tiene una carga asignada para la atención de asesorías académicos; además, también se orienta psicológicamente a los alumnos en la Coordinación de Orientación Educativa y Psicológica.

El programa educativo de la Facultad de Ciencias Humanas actualmente no cuenta con programa de asesoría académica, en tanto cada profesor en sus programas de aprendizaje, asume el acompañamiento académico cuando el alumno lo requiere y se acerca para recibir asesoría docente que le permita seguir avanzando en su proyecto formativo.

Dentro de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, uno de los programas de asesorías académicas que ofrece la UABC es el Programa Universitario de Fortalecimiento Académico (PUFA), que busca disminuir la deserción escolar, fortalecer el perfil universitario y facilitar la inserción y tránsito en la Universidad, <http://www.uabc.mx/formacionbasica/PUFA.pdf>. El programa PUFA contempla las siguientes áreas: Desarrollo Personal, Comprensión y Elaboración de Textos, Aritmética y Álgebra aplicada a la Vida Diaria y TIC para el trabajo académico.

Además del PUFA, el Programa de Orientación Educativa y Psicológica tiene impacto en la vida académica de los estudiantes. Dicho programa contempla al aspirante, al alumno de nuevo ingreso, al estudiante universitario y también al docente, a quienes ofrece asesoría en cuanto a técnicas de estudio y estimulación de habilidades de pensamiento, <http://www.uabc.mx/formacionbasica/orientacion.html>.

Por otro lado, el alumno también puede solicitar asesoría al docente que imparte una materia en particular, en caso de tener dudas o dificultades en cuanto a los contenidos de la misma. De igual forma, el docente puede agendar sesiones de asesoría sobre la materia que imparte, en virtud de las necesidades de aprendizaje que detecte en sus grupos.

El programa educativo de la Facultad de Ciencias Humanas implementa acciones para regularizar y nivelar académicamente a los estudiantes, las diversas modalidades de aprendizaje establecidas por la institución y la implementación de grupos adicionales de cursos con índices de reprobación, constituyen una herramienta fundamental y práctica para normalizar el estatus académico de los estudiantes.

Respecto a la FHyCS, es necesario fortalecer las acciones de regularización y nivelación del programa educativo. Por ejemplo, algunas de las áreas que son atendidas por el programa PUFA (Comprensión y Elaboración de Textos, Aritmética y Álgebra aplicada a la Vida Diaria) corresponden también a las materias que son reprobadas con mayor frecuencia, tales como Comunicación oral y escrita (14050), Estadística descriptiva (14052), Redacción avanzada (14060), Observatorio cuantitativo (14059).

Es indispensable también que cada tutor identifique las materias más reprobadas de cada uno de sus tutorados, con la finalidad de desarrollar acciones que, puntualmente, contribuyan a disminuir el rezago y la reprobación escolar.

Por otro lado, la Facultad ha avanzado en cuanto a las acciones de regularización y nivelación, pues este semestre se incorporó como tutores a siete maestros de asignaturas con formación en psicología que tendrán como tutorado a un alumno en desventaja académica (epilepsia, crisis de ansiedad, disfunción motriz, visual y auditiva; problemas de lenguaje, trastorno del espectro autista, entre otras condiciones).

Además, como una de las acciones de regularización y nivelación, se tiene contemplado el desarrollo de un curso de nivelación para los estudiantes de nuevo ingreso, previo al curso de inducción. En este curso de nivelación se buscará mejorar las habilidades de redacción y comprensión lectora de los estudiantes de nuevo ingreso.

Una estrategia más que contribuye a la nivelación de los estudiantes es impartir la materia de “Seminario de Investigación en Medios de Comunicación”, en la cual se revisan sintéticamente los contenidos de la materia y organizados a través de las áreas de conocimiento del plan de estudios, con la finalidad de que los estudiantes obtengan un buen desempeño en el Examen General de Egreso (EGEL).

Los resultados académicos como aprobación y reprobación (entre otros) se emplean de diferente forma en las etapas formativas del estudiante. Por ejemplo, dentro de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales en las reuniones de academia se utilizan para tomar decisiones y para tomar acciones; por ejemplo, a partir de detectar que en EGEL

se tenía alta reprobación en el área de Publicidad, entonces se incorporaron materias para reforzar esa área.

Respecto a la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, la información sobre los resultados académicos -por ejemplo, aprobación, reprobación, rezago- se emplea para realizar un balance durante el proceso de acreditación de la carrera y en la modificación/reestructuración del plan de estudios. La información se considera para realizar modificaciones en el mapa curricular, las unidades de aprendizaje y las estrategias que contribuyen a mejorar el desempeño académico de los estudiantes. Asimismo, esta información es empleada para fortalecer el Programa Institucional de Tutorías.

Respecto al procedimiento para atender alumnos en situaciones vulnerabilidad, la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales cuenta con el programa de Equidad de género cuyo objetivo es fomentar la cultura del respeto a los derechos de género y la diversidad sexual en la FCAyS así como informar para prevenir la violencia de género en la comunidad. Además, existe el apoyo psicopedagógico y el acompañamiento inicial del tutor. También se realizó un curso para profesores, en el marco del Observatorio de Género, sobre lenguaje incluyente.

En la Facultad de Ciencias Humanas, además de las diversas modalidades de aprendizaje establecidas por la institución y la implementación de grupos adicionales de cursos con índices de vulnerabilidad por estar en situación de irregularidad por reprobación; el programa educativo implementa acciones para salvaguardar la integridad física de los estudiantes que tienen alguna situación especial.

La Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales se apoya en el “Programa de Orientación Educativa y Psicológica” de la UABC, que atiende al estudiante universitario en los siguientes rubros: Técnicas de manejo del estrés, prevención del uso y abuso de drogas legales e ilegales, orientación sobre depresión, suicidio, abuso sexual, bulimia, anorexia, ansiedad, agresión y violencia <http://www.uabc.mx/formacionbasica/orientacion.html>.

Además de esto, dicho programa también asesora a los estudiantes sobre el desarrollo de habilidades de pensamiento y técnicas de estudio, el manejo del estrés y el fomento de valores éticos y morales.

2.2.3.6. Movilidad e intercambio de estudiantes.

Dentro de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales la participación de los estudiantes en movilidad nacional e internacional ha sido mayor en años anteriores que en los recientes. Por ejemplo, desde la cohorte 2014-1 a 2016-1 se dio una alta participación de los estudiantes en los programas de movilidad, la cual disminuyó drásticamente en las cohortes 2016-2 a la 2017-1, solo para incrementarse ligeramente a partir de la cohorte 2017-2 (ver tabla 38).

Tabla 38.

Movilidad nacional e internacional de la FCAyS.

Alumnos de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación que participaron en movilidad nacional e internacional		
Cohorte Generacional	Movilidad nacional	Movilidad internacional
2014-1	7	11
2014-2	8	6
2015-1	14	4
2015-2	5	5
2016_1	11	6
2016_2	0	2
2017_1	0	2
2017_2	2	4
2018_1	3	0
2018_2	0	3
2019_1	0	4

Fuente: Archivos trayectoria escolar FCAyS

En cuanto a la Facultad de Ciencias Humanas (ver tabla 39), la participación de los alumnos en los procesos de movilidad e intercambio académico en los últimos cuatro años en relación a la población total de 318 alumnos inscritos al programa educativo, es del 6 por ciento a nivel nacional y 8 por ciento a nivel internacional. Los resultados en el desarrollo integral de su formación educativa, principalmente han sido en la aprobación de unidades de aprendizajes con contenidos de aplicación al desarrollo profesional; así como, la

obtención de créditos obligatorio con la realización de las prácticas profesionales. Los obstáculos que se presentan han sido principalmente de carácter económico.

Tabla 39.

Movilidad nacional e internacional de la FCH.

Periodo	Total de Matrícula	Movilidad Nacional	%	Movilidad Internacional	%
2015-1	317	18	6%	25	8%
2018-2					

Fuente: Archivos trayectoria escolar FCH

En la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, hay una participación activa en la movilidad nacional e internacional, como puede verse en la tabla 16. No hay ninguna cohorte, desde el 2014- a la 2018-2 en donde no se aprecie la participación de los estudiantes. Dicha participación es constante, y se concentra mayormente en el 2015-1, cuando 23 estudiantes participaron en movilidad nacional y 13 en movilidad internacional (ver tabla 40).

Tabla 40.

Movilidad nacional e internacional de la FHyCS.

Alumnos de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación que participaron en movilidad nacional e internacional

Cohorte Generacional	Movilidad nacional	Movilidad internacional
2014-1	4	3
2014-2	8	3
2015-1	23	13
2015-2	5	13
2016_1	8	11
2016_2	3	10
2017_1	4	7
2017_2	5	18
2018_1	12	11
2018_2	6	11
2019_1		

Fuente: Archivo físico, FHyCS.

En cuanto a los obstáculos que los alumnos tienen para participar en los programas de intercambio y movilidad, la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales señala que a excepción de algunos casos que tengan alguna materia reprobada, cada semestre se van uno o dos alumnos, generalmente a universidades de América Latina o España, procurando que sean Universidades reconocidas y con convenios previos.

Para describir los resultados de este rubro en la FHyCS, se resume la experiencia de algunos de los estudiantes que han participado en el programa de intercambio y movilidad del programa educativo, a quienes se les preguntó, mediante correo electrónico, cómo había sido su experiencia durante el intercambio y cuáles fueron los obstáculos que experimentaron. Uno de los estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación que cursó el semestre 2018-2 en la Universidad de Sevilla, España, explicó que uno de los mayores obstáculos fue el hecho de que el proceso atraviesa varias instancias y eso vuelve más lento y complejo el trámite, especialmente la entrega y validación de documentos. Otro más fueron los trámites del visado español (el estudiante explicó que no recibió mucho apoyo de UABC en este rubro), así como la adaptación a otra cultura y estilos docentes.

Uno de los estudiantes que participa en el programa de intercambio (actualmente cursa el semestre en la Universidad Autónoma de México) señaló que lo más difícil fue acceder a información puntual y pertinente sobre el proceso. Otra dificultad fue que entre la publicación y cierre de la convocatoria hay poco tiempo, por lo cual algunos estudiantes encuentran difícil tramitar el pasaporte (en el caso de la movilidad internacional). Un problema más es que la UABC no está al día respecto a los cambios en las convocatorias de las universidades destino. Además el estudiante refiere que tuvo dificultades en encontrar las materias equivalentes en el plan de estudios de la carrera.

Otra estudiante del programa educativo se encuentra cursando el semestre 2019-2 en Mendoza, Argentina, y refiere que aunque la experiencia ha sido gratificante, los dos principales obstáculos han sido el factor económico y encontrar la equivalencia de las materias.

Una estudiante más se encuentra en movilidad internacional en Colombia, quien refirió que los principales obstáculos han sido la tardanza en recibir la beca y la dificultad en encontrar las materias equivalentes dentro del plan de estudios del programa educativo. En definitiva, los obstáculos principales son el acceso a publicaciones actualizadas sobre la convocatoria de movilidad e intercambio, información puntual y actual sobre el proceso,

dificultades para encontrar las materias equivalentes dentro del plan de estudio, así como atrasos en la entrega de la beca correspondiente.

2.2.3.7. Servicios de tutoría.

La Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales dispone de una plataforma para la gestión de tutorías <https://tutorias.uabc.mx/inicioTutor.php>. La LCC cuenta con cinco tutores para atender a los alumnos sobre todo en procesos escolares: a la hora de realizar su horario, para la decisión de prácticas profesionales, servicio social y proyecto de vinculación con valor en créditos y liberación del segundo idioma.

Respecto a la Facultad de Ciencias Humanas, el programa educativo cuenta con un *proceso de acompañamiento permanente hacia los estudiantes, por parte de académicos del mismo programa que orientan y propician la interacción y atención de manera individual o grupal de los alumnos cuando ellos lo requieren*. Principalmente se les apoya en la toma de decisiones al planear sus proyectos de desarrollo académico de manera ordenada y sistematizada aprovechando los diversos servicios y oportunidades que brinda la institución. En la Unidad Académica la actividad tutorial es un elemento que apoya el **mejoramiento del desempeño** de los estudiantes en su **formación integral** que les permita desarrollarse como futuros profesionistas competentes, creativos y propositivos en el ámbito profesional.

Mediante el programa de tutorías, la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales ofrece acompañamiento y orientación al estudiante para que desarrolle su proyecto académico de manera exitosa y responsable, <http://www.uabc.mx/formacionbasica/tutoria.htm>.

La Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la FHyCS cuenta con 17 tutores, los cuales apoyan a los estudiantes que se les asignan, atendiendo sus dudas y orientándolos sobre las materias que son apropiadas para su desarrollo profesional, así como el servicio social, prácticas profesionales y la liberación del segundo idioma. Además, los tutores identifican necesidades específicas de los estudiantes –tanto académicas como

personales- que incidan en el desempeño de los estudiantes, con la finalidad de canalizar a estos estudiantes al departamento de Servicios de orientación educativa y psicopedagógica de la Facultad. Los tutores atienden a los tutorados durante el semestre, y de manera específica, durante la Jornada de tutorías, que se lleva a cabo al finalizar cada semestre.

2.2.3.8. Servicios de orientación educativa y psicopedagógica de apoyo al estudiante.

En La Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales se cuenta con el apoyo psicopedagógico, el alumno sólo requiere hacer cita y se le realiza una entrevista a fin de conocer su situación y generar un plan de apoyo.

La Facultad de Ciencias Humanas cuenta con un área de servicios de orientación educativa y psicopedagógica de apoyo al estudiante, quien brinda orientación que favorezca el aprendizaje de los alumnos a través de la valoración de las habilidades del pensamiento y la enseñanza de técnicas y hábitos de estudio. Así mismo, brinda orientación vocacional, atención a problemas personales, familiares y de salud que interfieran en el proceso de aprendizaje de los alumnos de los cinco programas educativos de la unidad académica; mas el programa educativo en Ciencias de la Comunicación, no cuenta con un registro sobre informaciones particulares de estos servicios para sus estudiantes.

En la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, el “Programa de Orientación Educativa y Psicopedagógica” contribuye al mejoramiento académico del estudiante a través de asesoría sobre técnicas y hábitos de estudio, así como el desarrollo de habilidades del pensamiento. Además, asiste al estudiante en situaciones que pueden afectar negativamente su desempeño académico, de modo que ofrece técnicas en el manejo del estrés, la prevención de drogas y orientación en caso de depresión, ansiedad, abuso sexual, bulimia, anorexia, ansiedad, agresión y violencia, <http://www.uabc.mx/formacionbasica/orientacion.html>.

2.2.3.9. Prácticas profesionales, estancias y visitas en los diversos sectores.

De igual manera que la FHyCS, el alumno de la FCAyS realiza sus prácticas en una empresa o asociación en dónde se puedan desarrollar las habilidades y competencias enunciadas en el perfil de egreso. Los alumnos de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales reportan una bitácora con las actividades relativas a las prácticas profesionales, las cuales generalmente están alineadas a la práctica del estudiante de comunicación. A través de una labor de seguimiento, la unidad receptora evalúa al estudiante.

La Facultad de Ciencias Humanas no cuenta con un programa de estancias y visitas a los diversos sectores para monitorear la pertinencia de las actividades que realizan los alumnos durante las prácticas o estancias profesionales. En las informaciones que se leen en los registros de informes de las unidades receptoras, no hay un apartado que exhorte a los responsables de los centros laborales para emitir sugerencias al programa respecto a la conveniencia de las actividades que llevan a cabo los estudiantes.

Para el registro de los programas de prácticas profesionales, se cuenta con un comité dictaminador por carrera, el cual está conformado por el coordinador del programa, el coordinador de tutorías, la Coordinación de Formación Profesional y Vinculación Profesional de la facultad, así como la subdirección y el responsable de Prácticas Profesionales, por lo que la pertinencia de los programas está asegurada.

En la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, las prácticas profesionales que realizan los estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación son congruentes con su formación profesional, pues en ellas desarrolla las habilidades y competencias que están plasmadas en el perfil de egreso. El alumno puede proponer una unidad receptora para realizar en ella sus prácticas profesionales, ampliando con esto la posibilidad de poner en prácticas los conocimientos y competencias que logró desarrollar en la carrera, y que están fundadas en las áreas que componen el mapa curricular del programa educativo.

Para asegurar la pertinencia de las prácticas profesionales respecto al perfil de los estudiantes del programa educativo, se cuenta con un procedimiento que contempla los siguientes momentos:

1. La unidad receptora se debe dar de alta en el portal SIFPVU para iniciar el proceso de asignación.

2. Posteriormente la unidad receptora contacta al responsable de prácticas profesionales de la facultad para conversar sobre el perfil de estudiantes que buscan para que realicen las prácticas en la institución. Esa información se consulta con los coordinadores de las carreras solicitadas para que revisen la pertinencia y congruencia de la propuesta.

3. Atendiendo a la revisión y recomendación de los coordinadores, se envían los convenios correspondientes a la unidad receptora, para que los llenen y posteriormente sean presentados al Director de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. De ser aprobados, dichos convenios pasarían a Vicerrectoría y a otros departamentos para que sean firmados.

4. Una vez aprobados los convenios y firmados por todas las partes, la unidad receptora solicita activar los programas para perfiles profesionales y carreras en específico. Dichos programas se someten a la aprobación del responsable de prácticas de la facultad al comité, para que los coordinadores de las carreras y el director verifiquen la congruencia entre el programa y el perfil profesional en correspondencia con los ofertados en la Facultad.

5. De ser aprobado, ya sea por el responsable de prácticas o por el Comité, el programa es aprobado en el portal SIFPVU, de manera que los alumnos puedan asignarse al mismo.

Para advertir la congruencia de las prácticas profesionales respecto al perfil del programa educativo, se citan a continuación algunos de los programas en los que participan los estudiantes durante el semestre 2019-2: Programa de Comunicación Institucional para promover la cultura del adulto activo; producción audiovisual para Baja Productions; Las Humanidades en la Comunidad; radio Erizo; Síntesis Tv; Comunicación y Difusión interna de Grupo Televisa; Comunicación e Imagen Institucional en la Comisión Estatal de Derechos Humanos de Baja California; asistente de comunicación en Tijuana Innovadora.

2.2.3.10. Servicio social.

Las actividades que realizan los estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales durante el Servicio Social son congruentes con su formación profesional, pues en ellas desarrolla las habilidades y competencias que están plasmadas en el perfil de egreso. Asimismo, el alumno puede proponer una unidad receptora para realizar en ella el Servicio Social, ampliando con esto la posibilidad de poner en prácticas los conocimientos y competencias que logró desarrollar en la carrera, y que están fundadas en las áreas que componen el mapa curricular del programa educativo, y en algunos casos se quedan a trabajar ahí.

Dentro de la Facultad de Ciencias Humanas, las actividades que se realizan en el servicio profesional de los alumnos del programa educativo son pertinentes ya que son colegiadas y evaluadas por un comité dictaminador integrado por maestros de tiempo completo, coordinador del programa, dirección y subdirección de la unidad académica. De esta forma, se aseguran que las actividades corresponden al desarrollo de las competencias profesionales establecidas en el programa educativo; y se pueda establecer un vínculo de supervisión con las unidades receptoras, para comprobar que los alumnos participen en acciones que abonen a su formación como un proceso integral, educativo y práctico.

El principal beneficio que tiene el alumno es adquirir experiencia en el campo profesional de su área implementando las competencias académicas adquiridas durante su formación; así mismo, descubre nuevos modelos del trabajo del campo disciplinar a través de las experiencias adquiridas, no solamente en lo que se refiere a lo académico sino también en los aspectos formativos como persona y profesional.

Las actividades que realizan los estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación durante el Servicio Social en la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales son congruentes con su formación profesional, pues en ellas desarrolla las habilidades y competencias que están plasmadas en el perfil de egreso. El alumno puede proponer una unidad receptora para realizar en ella el Servicio Social, ampliando con esto la

posibilidad de poner en prácticas los conocimientos y competencias que logró desarrollar en la carrera, y que están fundadas en las áreas que componen el mapa curricular del programa educativo.

Existe el “Formato de Evaluación de Programa de Servicio Social”, que permite dictaminar la pertinencia de los programas de servicio social profesional. Entre los aspectos que se evalúan están los siguientes: el objetivo del programa es congruente con los objetivos del servicio social universitario; el impacto social (beneficio tangible y directo sobre la comunidad); la congruencia de las actividades respecto al perfil profesional requerido; las metas y objetivo del programa de servicio social son plausibles y susceptibles de ser alcanzados. Una comisión dictaminadora verifica que los programas de servicio social cuenten con los requisitos mínimos para ser operados, entre los cuales se encuentra la congruencia entre el programa de servicio social y el perfil de la carrera.

Los programas de servicio social vigentes dan cuenta de la congruencia que existe respecto al perfil del programa educativo. Entre estos programas, se encuentran los siguientes: “Fotofe”, la esperanza de la imagen; medios de comunicación y redes sociales en el Instituto de Investigaciones Históricas; comunicación e imagen institucional en la Comisión Estatal de los Derechos Humanos de Baja California; mercadotecnia, investigación e información al visitante en el Comité de Turismo y Convenciones de Tijuana (Cotuco); apoyo a la realización de actividades académicas y de investigación en el área de la cultura, en El Colegio de la Frontera Norte; apoyo a la investigación, en el Instituto de Investigaciones Culturales-Museo UABC; comunicación institucional en la Vicerrectoría; comunicación e imagen institucional en Tijuana Innovadora; mercadotecnia cultural en la fundación “Entijuanarte”; asistencia en la elaboración de contenidos audiovisuales y radiofónicos en la Feria del Libro de Tijuana.

Para los alumnos de LCC de la FCAyS, el servicio social les brinda una oportunidad para aplicar algunos de sus conocimientos adquiridos en la carrera, generalmente son solicitados para realizar la planeación de medios y llevar las redes sociales. Las unidades

receptoras también resultan una oportunidad para hacer red de contactos y en algunas ocasiones las organizaciones los emplean en un futuro.

Según la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, el beneficio para el alumno es la oportunidad de poner en práctica su formación académica, así como desarrollar las habilidades y competencias que deben caracterizar a un egresado del programa educativo, de manera ética y con responsabilidad social, en un ambiente de trabajo parecido al campo laboral, o bien en una comunidad con necesidades específicas. Para la unidad receptora, el beneficio es el tratamiento profesional y ético de problemáticas que corresponden al ámbito de la comunicación y que son indispensables para el mejoramiento de la sociedad (por ejemplo, el ejercicio ético del periodismo, la organización eficaz de los procesos de comunicación en una empresa, el diseño de estrategias publicitarias efectivas, el empleo estratégico de las redes sociales en la construcción y difusión de información, la investigación crítica y novedosa sobre procesos regionales afectados por la comunicación, entre otros).

El formato de Evaluación de Programa de Servicio Social tiene un rubro en donde la Comisión Dictaminadora evalúa el impacto social (beneficio tangible y directo) del programa de servicio social. Se toma en cuenta si el programa atiende un sector marginado de la sociedad y si contribuye a mejorar las condiciones de la comunidad de acuerdo con la línea de acción RECIPROCIDAD-ASCER elegida.

2.2.3.11. Resultados de los estudiantes.

Resultados en exámenes de egreso externos a la institución. En la tabla que se presenta a continuación se muestran los resultados que obtuvieron los alumnos de la LCC de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales en el Examen General para el Egreso de Licenciatura, EGEL. El número de sustentantes desde la cohorte 2017-2 a la 2019-1 ha variado de 15 a 41 sustentantes. El número de aprobados en dichas cohortes ha sido de entre 4 y 8 sustentantes (ver tabla 41).

Tabla 41.
Resultados EGEL de la FCAyS.

	Número de sustentantes por aplicación	Número aprobados	% Aprobados	Sustentantes que obtuvieron Testimonio Desempeño Satisfactorio (TDS)	Sustentantes que obtuvieron Desempeño Sobresaliente (TDSS)	Sin Testimonio	Premio al Desempeño de Excelencia
2017-2	21	4	19.04%	2	2	17	
2018-1	15	5	33.33%	5	-	10	
2018-2	41	6	14.63%	4	2	35	
2019-1	35	8	22.85%	6	2	27	

Fuente: Archivo EGEL, FCAyS.

En la Facultad de Ciencias Humanas los resultados obtenidos por los egresados en exámenes externos a la institución no son favorables al programa educativo: en los últimos tres años en Examen General para el Egreso de la Licenciatura, se evaluaron 317 estudiantes de los cuales 9 (2.8 %) obtuvieron calificación sobresaliente, 110 (34.8 %) satisfactoria y 198 (62.4 %) sin testimonio.

Resultados que han impulsado al programa educativo a implementar cursos intersemestrales de retroalimentación sobre los contenidos temáticos de las áreas en que los estudiantes obtienen bajo rendimiento; en el mismo sentido, a partir del semestre 2019-2 se implementará (durante el periodo semestral) la unidad de aprendizaje Formación para el EGEL de Ciencias de la Comunicación. En la tabla 42 se aprecian estos resultados.

Tabla 42.
Resultados EGEL de la FCH

Número de sustentantes por aplicación	Sustentantes que obtuvieron Testimonio Desempeño Satisfactorio (TDS)		Sustentantes que obtuvieron Testimonio Desempeño Sobresaliente (TDSS)		Sustentantes con menos de 1000 puntos Sin Testimonio (ST)	
	%	%	%	%	%	%

2015-1	38	14	38%	4	10%	20	52%	100
2015-2	49	24	49%	1	2%	24	49%	100
2016-1	63	20	32%	4	6%	39	62%	100
2016-2	42	20	48%	0	0%	22	52%	100
2017-1	22	9	41%	0	0%	13	59%	100
2017-2	43	9	21%	0	0%	34	79%	100
2018-1	30	7	23%	0	0%	23	77%	100
2018-2	30	7	23%	0	0%	23	77%	100
Total	317	110	34.8%	9	2.8%	198	62.4%	100

Fuente: Archivo EGEL, FCH

Respecto a la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, en la tabla 43 se aprecia que la mayor parte de los sustentantes (encima del 50%) obtienen menos de 1000 puntos (Sin Testimonio) en el EGEL. En el semestre 2017-2, 82 estudiantes realizaron el CENEVAL y de éstos 31.7% obtuvieron el Testimonio Desempeño Satisfactorio (TDS), mientras que el 1.2% obtuvieron el Testimonio Desempeño Sobresaliente (TDSS). El 67% de los sustentantes obtuvieron menos de 1000 puntos.

Durante el semestre 2018-1, 114 estudiantes realizaron el examen. De éstos, el 29.8% obtuvo el TDS, 0.9% obtuvo el TDSS, y el 69.2% de los sustentantes no obtuvieron testimonio (ST) y obtuvieron menos de 1000 puntos.

En el semestre 2018-2, 131 sustentantes realizaron el examen, de los cuales el 21.8% obtuvo el TDS, 6.2% el TDSS y el 64.8% representa el porcentaje de estudiantes que obtuvieron menos de 1000 puntos y no alcanzaron el testimonio (ST).

Tabla 43.
Resultados EGEL de la FHyCS.

Cohorte Generacional	Número de sustentantes por aplicación	Sustentantes que obtuvieron Testimonio Desempeño Satisfactorio (TDS)	%	Sustentantes que obtuvieron Testimonio Desempeño Sobresaliente (TDSS)	%	Sustentantes con menos de 1000 puntos Sin Testimonio (ST)	%
----------------------	---------------------------------------	--	---	---	---	---	---

2014-1	67	30	44.9%	10	14.9%	27	40.2%
2014-2	78	47	61.5%	9	11.6%	21	26.9%
2015-1	44	30	68.2%	7	15.9%	7	15.9%
2015-2	73	36	50.6%	5	6.8%	31	42.4%
2016_1	Sin Datos						
2016_2	85	43	51.7%	3	3.5%	38	44.7%
2017_1	112	40	36.6%	5	4.4%	67	58.9%
2017_2	82	25	31.7%	1	1.2%	55	67.0%
2018_1	114	33	29.8%	1	0.9%	79	69.2%
2018_2	131	28	21.8%	8	6.2%	85	64.8%

Fuente: Archivo EGEL, Coordinación de Egresados de la FHycS

2.2.3.12. Participación de estudiantes en concursos, competencias, exhibiciones y presentaciones nacionales e internacionales.

Los alumnos del programa educativo en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales han participado en eventos locales como Jornadas FCAYS, Somos Agua y CIMACOM; así como en congresos nacionales como AMIC dentro de la mesa de investigadores en formación, en CONEICC y en BINACOM, además de veranos de la ciencia de la AMC o del Programa Delfín.

En la Facultad de Ciencias Humanas, la participación de alumnos del programa educativo en diversos eventos, en general han sido buenos aun cuando son pocos los que participan en ellos, mayormente participan en eventos culturales y deportivo, los menos participan en eventos académicos locales, regionales, nacionales e internacionales así como en intercambios de movilidad académica de carácter nacional e internacional. Los obstáculos que tienen regularmente los estudiantes para participar en los diversos eventos son de carácter económico en tanto el apoyo institucional que reciben para ello es mínimo.

La coordinación de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Humanidades y ciencias Sociales organiza la Semana de la Comunicación, durante el mes de octubre. En este evento, los estudiantes presentan los trabajos que desarrollaron en las materias cursadas; en la mayoría de los casos, se trata de trabajos finales en forma de productos audiovisuales, avances de investigación o reflexiones vertidas en ensayos. En otros casos, los estudiantes participan en mesas de discusión o ponencias sobre temas que trabajaron en las materias del semestre. Durante la “Semana de la Comunicación”, también hay conferencias con figuras notables en el campo, así como presentaciones de libros.

Otra de las actividades en las cuales participan los estudiantes son presentaciones (ponencias) en foros nacionales e internacionales, tales como el Encuentro Binacional de Escuelas de Comunicación (BINACOM) y el organizado por la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC). En estos eventos, los estudiantes participan como asistentes y como ponentes, presentando los trabajos que desarrollaron en el semestre.

Los resultados de estos eventos son satisfactorios, pues los alumnos se muestran propositivos y entusiasmados; asimismo, los trabajos que presentan en estos eventos son productos destacados académicamente, y dan cuenta de las habilidades y competencias que caracterizan al profesionista de este programa educativo.

Respecto a los obstáculos que han tenido los alumnos que han participado en los eventos anteriormente mencionados, los alumnos de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales destacan principalmente la gestión a destiempo de los recursos; además, algunos señalan el proceso burocrático se vuelve complejo y les genera mucha incertidumbre. En los eventos locales, muchas veces no son suficientes los recursos como micrófonos, mobiliario, bocinas, entre otros.

De igual forma, en la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, el principal obstáculo es contar con el apoyo económico para asistir a los diferentes eventos.

2.2.3.13. Cumplimiento del perfil de egreso.

La Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales considera que los mecanismos para garantizar el perfil de egreso son adecuados y pertinentes. De la misma forma que en la FHyCS, en la FCAyS se aplica el examen EGEL, y se procura cubrir las temáticas del mismo en un conjunto de materias de los últimos semestres vinculadas con las áreas de evaluación de este examen. Asimismo, el departamento de titulación promueve el trámite que debe realizarse y da seguimiento a los alumnos. La eficiencia terminal de LCC ha ido en aumento gracias a los mecanismos implementados por el departamento de titulación.

Para asegurar el perfil de egreso, el programa educativo en la FCH lleva a cabo una planeación semestral conforme la malla curricular del plan estudios, promoviendo que en las unidades de aprendizaje se cumplan con las practicas académicas en las que los alumnos adquieran los conocimientos, habilidades, actitudes y valores correspondientes a su formación, señalada en el programa educativo.

La Unidad Académica no cuenta con un programa de seguimiento que permita saber si son pertinentes los mecanismos utilizados para garantizar el perfil de egreso; no obstante, en los registros de informes de las unidades receptoras, se lee por parte de los responsables de los centros laborales, que los alumnos cuentan con los conocimientos, habilidades, actitudes y valores correspondientes a su formación profesional.

En cuanto a la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, uno de los mecanismos empleados para garantizar el perfil de egreso es el Examen General para el Egreso de Licenciatura (EGEL). El examen evalúa las siguientes áreas: publicidad, comunicación organizacional, investigación aplicada a la comunicación, productos comunicativos y periodismo. Estas áreas son congruentes con el diseño curricular del programa educativo, de modo que el EGEL resulta un instrumento pertinente para garantizar el perfil de egreso.

Asimismo, el diseño curricular del programa educativo contempla la materia de “Seminario de Investigación en Medios de Comunicación” (se recomienda al estudiante cursarla durante el último semestre). Esta materia contempla una preparación para el EGEL, en la cual los estudiantes repasan y afinan el conocimiento respecto a las áreas que serán evaluadas en el examen. Los alumnos cursan esta materia durante el último semestre de la carrera. El docente que imparte la materia de Seminario de Investigación en Medios de Comunicación puede invitar a los docentes especializados en cada área para que participen en una o dos sesiones del curso.

La Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales considera que los alumnos están adquiriendo los conocimientos, habilidades, actitudes y valores correspondientes al programa educativo. Para ello, desde las unidades de aprendizaje se promueve la

adquisición de conocimientos, habilidades, actitudes y valores esperados en un comunicólogo responsable éticamente y con sensibilidad social. Eso también se observa en los trabajos y productos comunicativos que se generan, los cuales se caracterizan por ser reflexivos y prosociales.

También la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales considera que los alumnos sí adquieren los conocimientos, habilidades, actitudes y valores que corresponden a su formación, pues las actividades en las cuales participan muestran que son sujetos conscientes de su entorno, que valoran críticamente las problemáticas de la comunicación en la comunidad, a la vez que proponen estrategias encaminadas al mejoramiento de la sociedad. Estas estrategias implican un uso reflexivo de lenguajes mediáticos, así como la construcción de mensajes con sentido de responsabilidad social y con miras a favorecer la comprensión y la convivencia social.

2.2.3.14. Conclusiones de la evaluación del tránsito de los estudiantes.

Como reflexión global, la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales considera que tiene nuevos retos; no obstante, la actitud de los estudiantes y académicos es muy propositiva y con ánimo de participar en eventos locales y nacionales. Asimismo, falta promover más la movilidad internacional y disminuir la complejidad burocrática. También se considera que se puede promover más el talento de los alumnos, así como mejorar en términos técnicos y de infraestructura, sobre todo los talleres audiovisuales.

Al llevar a cabo una valoración global sobre la trayectoria de los estudiantes del programa educativo, la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales destaca que es necesario trabajar en las asignaturas que presentan mayor índice de reprobación, así como mantener el bajo índice de deserción. Para ello, resulta útil tomar en consideración los problemas detectados en las tutorías, tales como las dificultades en el aprendizaje y las condiciones personales que puedan estar afectando el desempeño académico del estudiante.

Una estrategia pertinente para lograr lo anterior es para fortalecer las asesorías académicas y emplear herramientas que ofrece en Departamento de Orientación Vocacional y psicopedagógica.

Además, es necesario diseñar y poner en marcha estrategias que permitan nivelar académicamente a los estudiantes de nuevo ingreso, así como fortalecer las áreas en las cuales los estudiantes obtienen una baja puntuación en el EGEL (investigación aplicada a la comunicación y productos comunicativos).

Para la Facultad de Ciencias Humanas es imperativo implementar acciones que atiendan con mayor compromiso el tránsito de los estudiantes por el programa educativo toda vez que al lograr su recorrido formativo, deberán responder a las diversas realidades que los tiempos actuales imponen para los profesionales de comunicación, como agentes de cambio continuo que se espera sean; que asuman con compromiso social cada una de las prácticas labores en el ejercicio de la comunicación; en donde su desempeño profesional, constituya un reflejo del proceso de formación académica, enriquecida por un conjunto de conocimientos, habilidades y valores que el plan curricular de estudios y sus respectivas unidades de aprendizaje considera para ello.

La trayectoria escolar de los estudiantes constituye un reto importante no solo para el programa educativo como tal, también lo es para la planta docente y los alumnos que la conforman en tanto se inciden mutuamente en las varias acciones que involucran el proceso formativo; desde la inducción al programa que compromete el cuidado en los índices de reprobación, rezago y deserción escolar; las participaciones diversas en concursos, competencias, exhibiciones en presentaciones nacionales e internacionales que amplíen la visión y las expectativas de los estudiantes; así como, las tutorías y asesorías académicas como un acompañamiento cercano que asegure el cumplimiento del perfil de egreso escolar y por ende el mejor de los ingresos al campo laboral.

2.2.4. Evaluación del personal académico, infraestructura y servicios.

El objetivo de este apartado es presentar una evaluación pertinente del personal académico, la infraestructura física y académica, y los servicios de apoyo al programa de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, LCC, de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, FHyCS, de la Universidad Autónoma de Baja California con la finalidad de fundamentar la modificación de dicho programa educativo.

El método aplicado para este apartado fue inductivo de corte cualitativo. La técnica que se utilizó fue la entrevista debido al tipo de datos que se necesitaba recolectar para responder a las preguntas; asimismo se realizó una investigación documental por Unidad Académica. Para el caso de Tijuana se realizaron 13 entrevistas en total para obtener resultados para todos los rubros de este apartado. En el desglose de las mismas encontramos siete entrevistas con Profesores de Tiempo Completo, cuatro entrevistas con los Técnicos Académicos y dos con administrativos, contadora y subdirector.

Para el caso de Mexicali se realizaron 14 entrevistas en total. En el desglose de las mismas encontramos 7 entrevistas con Profesores de Tiempo Completo, 1 con técnico académico y 6 entrevistas con los profesores de asignatura.

Para el caso de Ensenada se realizaron tres grupos de enfoque en la FCAyS, (1) uno con 15 docentes de tiempo completo y de asignatura de la licenciatura de Ciencias de la Comunicación, (2) otro grupo fue con 3 alumnos de octavo semestre de la misma licenciatura y (3) el último grupo se realizó con 3 alumnos de séptimo semestre. El propósito del grupo de enfoque fue conseguir que los actores construyeran un espacio de diálogo en el que se intercambiaran distintas ideas, conceptos, experiencias y visiones del problema de investigación y para encontrar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del programa educativo de la licenciatura y del problema de investigación. En el contexto de la formación por competencias, no solamente los profesores son los responsables de la evaluación, como lo pone Fernández (2010), la autoevaluación del estudiante es muy importante ya que le permite tener un juicio sobre su proceso, lo cual es parte fundamental de una educación por competencias. Villardón en Fernández (2010), quien dice que la

autoevaluación ayuda a los alumnos a que desarrollen una capacidad crítica, lo motiva a continuar aprendiendo y lo hace más responsable de su aprendizaje, “y promueve la honestidad en juicios emitidos con relación a su desempeño” (Bryan, 2006, en Fernández, 2010).¹ Además de los FODA se propuso un árbol de soluciones y consideraciones finales. Para el análisis a partir de las opiniones vertidas, en la primera sección de resultados se reconoce la conformación interna de objetivos del programa, perfil de ingreso, perfil de egreso, matrícula total y de primer ingreso, presupuesto/recursos, y estructura organizacional para operar el programa y en la segunda la opinión vertida por los alumnos y docentes.

2.2.4.1. Resultados

2.2.4.1.1. Personal académico.

Niveles de formación del personal académico referentes a la composición actual del cuerpo docente para atender el programa educativo (tabla 44 y 45). La planta académica que atiende el programa educativo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales está conformada por 32 profesores, de los cuales cinco son Profesores de Tiempo Completo (PTC), y 27 Profesores de Asignatura. De los PTC tres cuentan con reconocimiento SNI y cuatro cuentan con perfil deseable. El número y grado académico de los profesores, se muestra en las Tablas siguientes.

En la Facultad de Ciencias Humanas, la planta académica que atiende el programa educativo está conformada por 39 profesores, de los cuales 12 son Profesores de Tiempo Completo (PTC), 1 Técnico Académico y 26 Profesores de Asignatura. De los PTC cuatro cuentan con reconocimiento SNI y 12 cuentan con perfil deseable. El número y grado académico de los profesores, se muestra en las Tablas siguientes.

El cuerpo docente de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales está integrado por 54 profesores, de tiempo

¹ Resultados elaborados con los resultados del trabajo final de Saunders Jessi, Castro Mariana, Peralta Aurelia, Ruiz Antonio; orientados por la Dra. Nina Martínez en diciembre 2018.

completo y asignatura. La planta docente de tiempo completo está conformada por siete profesores de tiempo completo y tres técnicos académicos. De éstos siete PTC con doctorado, tres de ellos están en el Sistema Nacional de Investigadores (SNI).

Tabla 44.

Número de profesores en los tres campus.

Nivel de estudios	FCA y S	FCH	FH y CS	Total
Posdoctorado	1	1	0	2
Doctorado	8	7	7	22
Maestría	13	3	12	28
Licenciatura	10	0	35	45
Total	32	11	54	97

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 45.

Perfil de la planta docente de tiempo completo de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales.

Nombre	Licenciatura y posgrado que ha cursado	Institución de egreso (según último grado de estudios)
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES		
22057	Licenciatura en Comunicación	Universidad Interamericana para el Desarrollo
Concepción BaxinMelgoza 15781	Maestría en Educación, Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Educación Licenciatura en Comunicación	San Diego Global Knowledge University (SDGKU)
Becerra Lugo Claudia Iveth 15707	Maestría en Ciencias de la Comunicación y Tecnologías Licenciatura en Comunicación	Universidad Autónoma de Baja California
Chávez Espinoza Joaquín 16514	Maestría en Docencia Licenciatura en Comunicación	UNAM-Centro de Investigaciones y Estudios Interdisciplinarios en Ciencias y Humanidades (CEICH-UNAM) y Universidad Autónoma de Coahuila.
León Barrios Gerardo Guillermo 18307	Maestría en Comunicación Doctorado en Ciencias y Estudios Interdisciplinarios Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	Universidad de Guadalajara (UDG)
Macías Rodríguez Héctor Jaime 26309	Maestría en Ciencias Sociales con Especialidad en Comunicación Doctorado en Ciencias Sociales Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	Universidad Autónoma de Baja California (UABC)
Martínez Caballero Iván Belmont 24139	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS-Occidente)
Merchant Ley Diana Denisse 16797	Maestría en Estudios Socioculturales Doctorado en Ciencias Sociales con especialidad en Antropología Licenciatura en Economía	Universidad Autónoma de Baja California
María de Jesús Montoya Robles	Maestría en Economía Internacional Doctorado en Ciencias Administrativas	

20857	Licenciatura en Comunicación Maestría en Estudios Socioculturales,	UNAM-Centro de Investigaciones y Estudios Interdisciplinarios en Ciencias y Humanidades (CEICH-UNAM) y Universidad Autónoma de Coahuila.
Erika Valenzuela Gómez	Doctorado en Ciencias y Estudios Interdisciplinarios	
14094	Licenciatura en Comunicación	Universidad Autónoma de Baja California
Villanueva Urueta Rocío Alejandra		
14424	Licenciatura en Economía	Universidad de los Andes
Villanueva Gutiérrez Héctor	Maestría en Guionismo y Desarrollo Audiovisual	
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS		
9451	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	Universidad de La Habana
Manuel Ortiz Marín	Maestría en Docencia y Administración Educativa Doctorado en Comunicación Social	
13191	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	Universidad de La Habana
Elsa del Carmen Villegas Morán	Maestría en Ciencias de la Comunicación Doctorado en Comunicación Social	
14250	Licenciatura	UNAM-Centro de Investigaciones y Estudios Interdisciplinarios en Ciencias y Humanidades (CEICH-UNAM) y Universidad Autónoma de Coahuila.
Adolfo Soto Curiel	en Ciencias de la Comunicación Master en Escritura para Televisión y Cine Doctorado en Ciencias y Humanidades para el Desarrollo Interdisciplinario	
14175	Licenciatura	Universidad de La Habana
Ma. Elena Zermeño Espinosa	en Ciencias de la Comunicación Maestría en Ciencias de la Comunicación Doctorado en Comunicación Social	
14926	Licenciatura	Universidad Autónoma de Baja California
Hugo Edgardo Méndez Fierros	en Ciencias de la Comunicación Maestría en Ciencias de la Comunicación Doctorado en Desarrollo Global	
14773	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	El Colegio de Michoacán
Estela Salomé Solís Gutiérrez	Maestría en Ciencias Humanas en el Área de Estudio de las Tradiciones Doctorado en Ciencias Humanas en el Área de Estudio de las Tradiciones	
16522	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Maestría en Ciencias de la Comunicación, Doctorado en Desarrollo Global	Universidad Autónoma de Baja California
Armando Gutiérrez Ortega		
15049	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	Universidad de La Habana
Graciela Paz Alvarado	Maestría en Ciencias de la Comunicación Doctorado en Comunicación Social	
10656	Licenciado en Comunicación UNAM	Centro Universitario Villanueva de la Universidad Complutense de Madrid, España.
Luis Roberto Valero Berrospe	Maestría en Dirección y Administración de Empresas	
13327	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	Universidad de La Habana
Yazmin Vargas Gutiérrez	Maestría en Ciencias de la Comunicación Social	
15512	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	Universidad Internacional de Andalucía, Sevilla
Marcos Ramírez Espinosa	Maestría en Comunicación e Industrias Audiovisuales	

06463	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	Universidad de La Habana, Cuba
Luz María Ortega Villa	Maestría en Ciencias de la Educación Doctorado en Ciencias de la Comunicación Social	
27648	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	Universidad Autónoma de Baja California
Carmen Guadalupe Tirado Díaz		
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES		
Sheila Delhumeau Rivera	Licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Comunicación Maestría en Desarrollo Regional	El Colegio de la Frontera Norte.
Nina Alejandra Martínez Arellano	Doctorado en Ciencias Sociales Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.	UNAM-Centro de Investigaciones y Estudios Interdisciplinarios en Ciencias y Humanidades (CEICH-UNAM) y Universidad Autónoma de Coahuila.
Sergio Cruz Hernández	Licenciatura en Comunicación. Maestría en Ciencias Sociales	UNAM-Centro de Investigaciones y Estudios Interdisciplinarios en Ciencias y Humanidades (CEICH-UNAM) y Universidad Autónoma de Coahuila.
Alejandra Rodríguez Estrada	Doctorado en Ciencias y Humanidades para el Desarrollo Interdisciplinario Licenciada en Ciencias de la Comunicación.	ITESM Campus Monterrey.
Nelly Calderón de la Barca Guerrero	Maestra en Ciencias con especialidad en Comunicación Internacional. Doctora en Ciencias Sociales. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.	El Colegio de Michoacán.
Irma Daniela Rentería	Maestría en Ciencias Humanas Doctorado en Ciencias Humanas Especialidad en Estudio de las Tradiciones. Licenciada en Ciencias de la Comunicación.	El Colegio de la Frontera.
	Maestra en Estudios Culturales. Doctora en Ciencias Sociales con Especialidad en Estudios Regionales.	

Fuente: Elaboración propia.

2.2.4.1.2. Suficiencia del cuerpo docente es para el total de las asignaturas del programa, la matrícula y las actividades encomendadas.

En la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, de acuerdo al número de profesores y su preparación en relación con los 256 estudiantes que al 2019-1 cursan la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, el cuerpo docente es suficiente para el total de matrícula del programa pues en promedio cada profesor atiende a 62 estudiantes.

En la Facultad de Ciencias Humanas, de acuerdo al número de profesores y su preparación en relación con los 229 estudiantes que al 2019-1 cursan la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación el cuerpo docente (38 profesores y 1 técnico académico) es

suficiente para el total de matrícula del programa pues en promedio cada profesor atiende a seis estudiantes.

En la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, de acuerdo al número de profesores y su preparación en relación con los mil 22 estudiantes que al 2019-1 cursan la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, el cuerpo docente es suficiente para atender el total de matrícula del programa pues en promedio cada profesor atiende a 23 estudiantes; aunque siempre es beneficioso para los estudiantes que se aumente el número de profesores, sobre todo si se piensa en el número de PTC (siete) para atender a una matrícula de 1, 022 estudiantes. Otro aspecto insuficiente es el número de tutores, pues actualmente son 12 para atender a los más de mil estudiantes. Por otra parte, el cuerpo docente de 54 profesores es adecuado para impartir 47 asignaturas del plan de estudios; mismas que se asignan de acuerdo a la formación académica de los profesores, experiencia laboral y docente.

2.2.4.2. Desarrollo disciplinario y habilitación académica.

2.2.4.2.1. Oportunidades de desarrollo disciplinario que ofrece la Unidad Académica a su planta docente.

En Facultad de Ciencias Humanas, brinda apoyo a los profesores para la habilitación para la obtención de grados. En lo referente a cursos, seminarios y talleres se han hecho esfuerzos aislados; sin embargo, no ha sido constante debido a la reducción del presupuesto. Por otra parte, los cursos de formación que se ofrecen institucionalmente están dirigidos principalmente al desarrollo de habilidades docentes.

El personal académico de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales al igual que la Facultad de Ciencias Administrativas, cuenta con una variedad de opciones para seguir desarrollando su disciplina, así como para su habilitación académica, es decir, cursar estudios de posgrado. Por una parte, los profesores que estén adscritos al Sindicato de Profesores de Superación Universitaria pueden recibir becas de inscripción para sus estudios de maestría y doctorado ofertados por la Universidad. Además de la oportunidad para cursar dichos estudios, los

profesores tienen la oportunidad de enriquecer sus conocimientos académicos mediante la movilidad académica. Esta oferta de movilidad se convoca cada año por la Coordinación General de Vinculación y Cooperación Académica.

2.2.4.2.2. Participación de los docentes en el Programa Flexible de Formación y Desarrollo Docente (PFFDD), respecto a la habilitación didáctica en términos de los resultados obtenidos.

Los profesores de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales han cursado 11 cursos pedagógicos del 2016 al 2018.

En los últimos cinco años ha sido mínima la participación de los profesores de tiempo completo de la Facultad de Ciencias Humanas en PFFDD. No obstante, se ha participado en el Taller de Responsabilidad Social y Taller de Estrategias en la Formación de Valores.

Durante el 2011 al 2019-2 los profesores de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales han tomado más de 16 cursos ofertados por el Centro de Innovación y Desarrollo Docente a través del Programa Flexible de Formación y Desarrollo Docente (tabla 46).

Tabla 46.

Cursos acreditados por docentes de las cinco unidades académicas.

Facultad	2016		2017		2018	
	Pedagógicos (PFFDD)	Disciplinarios	Pedagógicos (PFFDD)	Disciplinarios	Pedagógicos (PFFDD)	Disciplinarios
Tijuana (FH y CS)	3	1	6	1	0	1
Mexicali (FCH)	6	1	0	4	5	7
Ensenada (FCAyS)	1	1	0	3	3	3
Total	4	2	6	4	3	4

Fuente: Elaboración propia

2.2.4.3. Producción académica para el programa.

Productividad académica de los docentes para el programa. Los profesores de la Licenciatura en Comunicación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales han publicado, del 2014 a la fecha, alrededor de 10 productos entre artículos arbitrados, capítulos de libro y libros.

Los profesores de la Licenciatura en Comunicación de la Facultad de Ciencias Humanas cuentan con producción académica en las distintas áreas. Del 2014 a la fecha han publicado alrededor de 25 artículos en revistas arbitradas, siete libros y 44 capítulos de libros.

La Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (LCC) de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales cuenta con un Cuerpo Académico en consolidación llamado “Comunicación, Sociedad y Organización” (UABC-CA-157). Este cuerpo a su vez alberga la Línea de Generación y Aplicación de Conocimiento (LGAC) “Interacción y sociedad” mediante la cual se estudian a las prácticas de comunicación social –individuales y colectivas- mediadas tecnológicamente y a nivel de comunicación intersubjetiva que caracterizan a la cultura contemporánea de la frontera noroeste de México. La línea de conocimiento tiene el objetivo de contribuir a mejorar la calidad de vida de sus habitantes desde la comunicación.

El cuerpo académico está compuesto por tres profesores de tiempo completo quienes también trabajan las sublíneas: Comunicación organizacional, comunicación política y medios; e ingeniería en comunicación social, audiencias y cibercultura. Esta LGAC trabaja en red con el cuerpo académico “Cultura, poder y redes sociales” (UDG-CA-480) de la Universidad de Guadalajara y su Red Internacional de Investigadores en Estudios de la Juventud; y con la Red de Investigación en Comunicación Organizacional de la Facultad de Comunicación y el Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA) de la Universidad Anáhuac Estado de México, la Facultad de Ciencias Humanas y Escuela de Ingeniería y Negocios de la Universidad Autónoma de Baja California.

Asimismo, la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación cuenta con otras dos profesoras con nivel de doctorado que trabajan las siguientes sublíneas: relaciones de poder simbólico, medios de comunicación y grupos de poder; y comunicación intersubjetiva. Las LGAC generales como las específicas tienen una responsabilidad de responder a las necesidades comunicacionales en el plano regional y nacional; asimismo impactan directamente el programa de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación pues los

académicos inciden en este a partir del diseño de actividades, desarrollo curricular, vida colegiada y docencia (tabla 47).

Tabla 47.

Producción académica de docentes de las cinco unidades académicas de 2014-1 a 2019-1.

Facultad	Artículos arbitrados		Capítulos de libros	
		Libros		
Tijuana (FHyCS)	13	5	17	
Mexicali (FCH)	25	7	44	
Ensenada (FCAyS)	6	1	3	
<i>Total</i>	35	13	56	

Fuente: Elaboración propia

2.2.4.4. Aprovechamiento de los materiales de apoyo formales (libros, apuntes, artículos, antologías, problemarios, —entre otros documentos—) para el mejoramiento del aprendizaje o la difusión del conocimiento.

Aunque la Facultad de Ciencias Humanas se cuenta con productividad entre ponencias y artículos en revistas indexadas y capítulos de libros, en las unidades de aprendizaje se encuentran solo tres textos registrados en la bibliografía: dos en comunicación sociocultural y una en comunicación política.

El cuerpo académico de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales ha aprovechado al máximo los materiales de apoyo formales brindados por la universidad. Prueba de esto es que ha realizado cinco proyectos de investigación desde 2012, dos de ellos beneficiados en la 16 y 18 Convocatoria Interna de Proyectos de Investigación. Con estos apoyos los miembros del cuerpo académico han publicado desde el 2014-1 al 2019-1, 5 libros, 4 artículos y 9 capítulos de libros.

2.2.4.5. Formas de organización para el trabajo académico.

La academia de la licenciatura de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales se integra por comisiones que cuenta con sesiones mensuales y cada integrante participa de la generación de propuestas para la carrera. También se tiene un Cuerpo Académico en el que participan dos PTC y que pertenece a la Red de Estudios Sociales Transfronterizos del Norte de México. Tres PTC del programa pertenecen al Colegio de Comunicólogos de Ensenada y dos maestros de asignatura de la licenciatura, en conjunto se organizan

actividades con el fin de contribuir al campo profesional de la comunicación en la ciudad de Ensenada.

Si bien, en la Facultad de Ciencias Humanas, se han definido algunos grupos de acuerdo con las áreas académicas estas no han funcionado de manera adecuada. Las que han dado un mayor resultado en términos de productividad son los Cuerpos Académicos (CA), pues deben responder a los compromisos establecidos institucionalmente.

La Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales está organizada académicamente bajo grupos de trabajo de profesores que apoyan de manera integral a los estudiantes y el desarrollo del programa educativo. Estos grupos son académicas que se organizan con base en las áreas de conocimiento en que se divide el plan de estudios. Bajo estos parámetros hay una academia de Producción sonora, de metodología, o de teoría, entre otras. El objetivo de trabajar por academias es de realizar actividades de atención, vinculación y difusión que inciden directamente en la formación integral del alumnado.

2.2.4.6. Líneas de generación, aplicación del conocimiento y su transferencia al programa.

2.2.4.6.1. Relación que existe entre las líneas de generación y aplicación del conocimiento, respecto a los programas de unidades de aprendizaje.

Actualmente la carrera de LCC de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales no cuenta con Línea de Generación y Aplicación del Conocimiento, sólo hay CA en Sociedad y Gobierno.

Actualmente son diez líneas en las que trabajan los académicos que forman parte del programa de licenciatura en la Facultad de Ciencias Humanas: Comunicación y política, Comunicación y cultura, Narrativas audiovisuales, Análisis de medios, Comunicación organizacional, Producción audiovisual, Discurso poder y representaciones, Economía, Estudios de la imagen y Semiótica de la comunicación. Estas se encuentran relacionadas con las Unidades de Aprendizaje que se imparten en el programa: Fundamentos de comunicación, Conocimiento del Contexto y entorno, Lenguaje y discurso, Metodología,

Realización multimedial y Gestión de la comunicación. Esta última pudiera ser la más débil, pues aunque se cuenta con profesores de asignatura que se desarrollan en esta área, los PTC no.

Los profesores de la Facultad que participan en las líneas de investigación son:

Comunicación y política: Dr. Manuel Ortiz Marín

Comunicación y cultura: Mtra. Yasmín Vargas Gutiérrez,

Narrativas audiovisuales: Mtro. Marcos Ramírez Espinoza, Dr. Adolfo Soto y Dra.

Estela Solís

Análisis de medios: Dra. Elsa Villegas Morán

Comunicación organizacional: Dra. Graciela Paz y Mtra. Yasmín Vargas

Producción audiovisual: Dr. Armando Gutiérrez y Dr. Adolfo Soto

Discurso poder y representaciones: Dr. Hugo Méndez

Economía: Dr. Armando Gutiérrez

Estudios de la imagen: Dra. Estela Solís

Semiótica de la comunicación: Mtra. Yasmín Vargas, Mtro. Marcos Ramírez Espinoza y Dra. Estela Solís.

El cuerpo académico Comunicación, Sociedad y Organización, de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, alberga la línea de generación de conocimiento llamada "Interacción y sociedad" que genera conocimiento relacionado con aspectos y problemas del entorno de la comunicación y los medios. En ese sentido la LGAC tiene un impacto directo las áreas de conocimiento de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación que ha dado como resultado el diseño de Unidades de Aprendizaje pertinentes para la integración de las competencias generales como el caso de la materia Análisis de Audiencias y Modelos de Intervención Social.

Los integrantes del cuerpo académico Comunicación, Sociedad y Organización de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales son: Dr. Héctor Jaime Macías Rodríguez, Dra. María de Jesús Montoya Robles y Dr. Gerardo Guillermo León Barrios.

2.2.4.6.2. Impacto de la investigación que realizan los profesores y alumnos del programa.

La investigación que realizan los profesores del programa de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales impacta en dos niveles; por un lado, están las ayudantías de investigación o los becarios para algún proyecto de investigación; en ellos los alumnos dedican ciertas horas semanales a asistir a un investigador en todo el proceso de investigación, lo que le aporta un panorama muy importante de dicho quehacer. Por otro lado, los profesores-investigadores procuran llevar en sus materias procesos de investigación, y que los trabajos finales tengan dicha calidad. En algunos casos, dependiendo de la materia se ha logrado que un trabajo final tenga el perfil para seapublicado en una revista ya sea de divulgación o de difusión. También cabe mencionar que se procura que las materias que den los profesores están vinculadas a sus líneas de investigación, y que incluso, los alumnos lean las producciones académicas de sus profesores.

El impacto de la investigación de los profesores de la Facultad de Ciencias Humanas es la productividad, el intercambio con otros CA y mantearse a la vanguardia en los tópicos que se abordan.

En términos de impacto social de parte de los profesores y alumnos que forman parte de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, se puede concluir que la creación de la LGAC ha permitido identificar necesidades locales y regionales desde el punto de la comunicación, principalmente con el proyecto Hábitos de consumo de medios. Un análisis de audiencias en Tijuana para la producción de contenidos en medios de comunicación universitarios y públicos (326/3/C/169/16). Mediante dicho proyecto se obtuvo conocimiento descriptivo sobre el consumo de medios de servicio público y medios universitarios por parte de los habitantes de Tijuana; conocimiento que fue entregado a manera de reporte a la Dirección de Comunicación del Municipio de Tijuana y a la Secretaría de Rectoría e Imagen Institucional.

Por otra parte, el proyecto *Hábitos y tendencias del uso de tecnologías de información y comunicación y de Internet en niños y adolescentes en del sistema educativo municipal de Tijuana, B.C. para implementar talleres de alfabetización digital*, 326/3/c/137/18, tuvo como objetivo social desarrollar la alfabetización digital para guiar y acompañar un uso distinto de contenidos y tecnologías por parte de jóvenes y niños, frente a un uso y un acceso completamente abierto.

Ambos resultados además de compartirse a las instancias correspondientes, se compartió con los estudiantes del programa de LCC durante las clases de metodología y teoría con el objetivo de que se analizaran y se aprendieran métodos y técnicas de recolección y análisis de datos.

2.2.4.7. Infraestructura académica.

2.2.4.7.1. Aulas y espacios para la docencia y su equipamiento Condiciones actuales de los espacios en los que opera el programa.

El programa de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales alberga 52 aulas, cinco cubículos para profesores, un área administrativa, tres salas de usos múltiples y dos áreas para profesores de asignatura (tabla 48).

Tabla 48.

Infraestructura académica de la Facultad de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales.

Descripción	Cantidad	Capacidad	Equipo con el que se cuenta
Aulas	52	20-40	Pizarrón, butacas, sillas, mesas, escritorio para profesor, silla para profesor, carro para proyector.
Cubículos para profesores	5	1	Mobiliario, computadoras, impresoras.
Área administrativa	1	20	Cuatro computadoras, sistema de telefonía, una impresora y una copiadora.
Salas de usos múltiples	3	DIA, 4o Piso, CAIC	Equipo de sonido, cañón, computadora, pantalla de proyección, micrófonos, internet.
Área para profesores de asignatura	2	16 profesores	1 Computadora, impresora, mobiliario, botiquín primeros auxilios.

Fuente: Elaboración propia

El programa que se imparte en la Facultad de Ciencias Humanas comparte el espacio con cuatro carreras más. En semestre 2019-, según los registros oficiales, se contó con una matrícula de 153 alumnos en la modalidad escolarizada y 76 en la modalidad semiescolarizada (tabla 49).

Tabla 49.

Infraestructura académica de la Facultad de la Facultad de Ciencias Humanas.

Descripción	Cantidad	Capacidad	Equipo con el que se cuenta
Aulas	30	25-45	Pizarrón, mesabanco, mesas, escritorio para profesor, silla para profesor, proyector.
Cubículos para profesores	11	n/a	Mobiliario, computadoras, impresoras.
Área administrativa	1	4 secretarias y 2 auxiliares administrativos	Seis computadoras, sistema de telefonía, cuatro impresoras
Salas de usos múltiples	5	Aula Ernesto Alvarez Rosales	2 Sistemas de bocinas en PAR MAC James B. Lansing
		90	1 Audífonos HPS300 Behringer 1 Consola Mackie 1 Reproductor disco compacto SoundTreck 1 Amplificador AA. AAA, C D 9V Energizer 1 Pedestal Flexible para micrófono 2 Micrófonos Dynamic SM 58 1 Base de escritorio para micrófono 1 Micrófono inalámbrico Steren 1 Consola Yamaha Micrófono Dynamic Prologue Shure 1 Micrófono inalámbrico Labalier 6 Pedestal para micrófono
Área para profesores de asignatura		Sala 1	1 Consola 12 canales
		90	1 Amplificador Crown 1 Pedestal para micrófono Staag 1 Grabadora doble CD Sony 1 Sistema de cuatro bocinas Sali JBL 1 Base de escritorio para micrófono 1 Cañón de proyección V3LFX0379I Epson 2 Micrófonos Dynamic SM 58 1 Videoprojector EPSON PowerLite 1 Pantalla de proyección eléctrica MCAEE mod. EZ125

Fuente: Elaboración propia

La Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales se encuentra ubicada en la ciudad de Tijuana. Cuenta con seis edificios que albergan 56 salones de clases y cuatro salas de cómputo, tres talleres (televisión, fotografía y producción radiofónica), 27 cubículos, un área administrativa, dos salas de usos múltiples y diez módulos sanitarios. Todos los salones cuentan con pizarrón y butacas para atender grupos de entre 20 y 50 estudiantes. Se dispone de 50 proyectores, los cuales se prestan al personal docente para apoyar sus labores. Se tienen disponibles 20 laptops y 5 reproductores DVD con proyector integrado para el personal docente que se encuentran en buenas condiciones para su uso (tabla 50).

Tabla 50.

Infraestructura académica de la Facultad de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales.

Descripción	Cantidad	Capacidad	Equipo con el que se cuenta
Aulas	56	20 – 50 estudiantes	Pizarrón, butacas, sillas, mesas, escritorio para profesor, silla para profesor, carro para proyector.
Cubículos para profesores	27	n/a	Mobiliario, computadoras, impresoras.
Área administrativa	1	4 secretarias	Cuatro computadoras, sistema de telefonía, una impresora y una copiadora.
Salas de usos múltiples	2	160 Sala Horst Matthai 60 Sala David Piñera	Equipo de sonido, cañón, computadora, pantalla de proyección, micrófonos, internet.
Área para profesores de asignatura	1	15 profesores	1 Computadora, impresora, mobiliario, botiquín primeros auxilios.

Fuente: Elaboración propia

2.2.4.7.2. Suficiencia y pertinencia de los espacios académicos.

Condiciones del mobiliario y equipamiento. En la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales se tienen espacios suficientes, pero se considera que para algunos cursos sería ideal tener un máximo de estudiantes, ya que en ocasiones hay cursos

que se componen por más de 40 lo que complica el proceso de enseñanza-aprendizaje. Actualmente se realizó una solicitud con lo que se consideran los elementos mínimos para poder atender a los alumnos de LCC en los distintos talleres audiovisuales (tabla 51):

Tabla 51.

Descripción del equipo de los talleres de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales.

EQUIPO	CARACTERÍSTICAS	UDS.
Grabadora de audio digital TASCAM DR-40	<ul style="list-style-type: none"> Grabación de 4 pistas: grabe los micrófonos incorporados y las entradas de micrófono al mismo tiempo La grabación dual captura una pista de seguridad para evitar tomas distorsionadas Resolución de hasta 96Hz / 24 bits. XLR / TRS Entradas MIC / LINE balanceadas con alimentación phantom y entrada de nivel de línea 4dbu. 	4
Computadora iMAC de 21.5 pulgadas de séptima generación.	<ul style="list-style-type: none"> 21.5", procesador Intel Core i5 dual core 7G de 2.3GHz. Turbo Boost de hasta 3.6GHz. 8 GB de memoria de 2133 MHz, configurable a 16 GB. Disco duro de 1TB. Intel Iris Plus Graphics 640, 2 puertos Thunderbolt 3. Pantalla sRGB de 1920 x 1080. 	5
Licencia paquetería Creative Cloud Pro CC (ADOBE).	<ul style="list-style-type: none"> Creative Cloud; All Apps Multiple Platforms Multi North American Language Team Licensing Subscription. New education Device license (1 año). Por la agencia CADGRAFICS. 	15
Flash para cámara fotográfica Yongnuo YN685 Wireless TTL Speedlite.	<ul style="list-style-type: none"> 2.4 GHz Radio Slave System Support for YN-622N & RF-603 YN-560 Compatible with Nikon i-TTL Guide Number: 197' at ISO 100 and 200mm 	4
Sombrilla reflector Impact para fotografía	<ul style="list-style-type: none"> Impact Convertible Umbrella - White Satin with Removable Black Backing - 45" 	4
Softbox Westcott para fotografía	<ul style="list-style-type: none"> Built on an Umbrella Frame Ideal for On-Location Use No Adapter Ring Required Sets up in Seconds 	2
Aire acondicionado INVERTER 1 TON SOLO FRÍO LG.	<ul style="list-style-type: none"> Filtro multiprotección 3M. Elimina virus. Polvo. Evitando alergias. Autolimpieza. Remueve la humedad previniendo bacterias y malos olores. Deshumificador. 	1

Tecnología Jet Cool. Solo frío. 110 V.

Aire acondicionado MINISPLIT 1 TONELADA 110V SOLO FRÍO.	<ul style="list-style-type: none"> • Minisplit de 1 tonelada de 110 V. Marca LG. Solo frío. Protección contra variación de alto voltaje que provienen de la red de suministro. Resiste a altos niveles de voltaje hasta 470. Filtro especial desarrollado con tecnología 3M. Mayor comodidad y confort opción de 6 vías de dirección de aire. Filtro multiprotección elimina el 99.9% de virus y bacterias. Funcionamiento silencioso 19 decibeles. Contiene un anticorrosivo para evitar corrosiones provocadas por los cambios de clima. 	2
Micrófono lavaliera audiotecnica ATR3350iS	<ul style="list-style-type: none"> • Designed for Voice Reproduction • Omnidirectional Condenser Lavalier. • Low Profile Design • 1/8" Dual Mono Output • iOS/Android Smartphone Adapter 	6
Tripie Magnus VT-4000 para cámara de video.	<ul style="list-style-type: none"> • Supports 8.8 lb (4 kg) • 65mm Ball Diameter • 2-Stage Leg Design • Height Adjustment Range - 27.6" to 59" 	4
Tarjetas de memoria SD SandDisk 16GB Extreme.	<ul style="list-style-type: none"> • 16GB Storage Capacity • UHS-I / U3 / Class 10 • Max Read Speed: 90 MB/s • Max Write Speed: 40 MB/s 	6
Disco Duro Externo Seagate slim	<ul style="list-style-type: none"> • 2TB Capacity • USB 3.0 Port • Max. Sustained Read/Write Speed: 100MB/s • 5400rpm Disk Speed 	2
Cables para micrófono Audiotecnica Premium	<ul style="list-style-type: none"> • Audio-Technica AT8314 Premium Microphone Cable - 25' (7.62m) • XLR-M to XLR-F Connectors • Wired for Low-Impedance Signal • Dual copper Outer Shields 	6
Micrófono Cardioide Condensador Audiotecnica	<ul style="list-style-type: none"> • Side-Address Studio Condenser • Cardioid Pattern Rejects Off-Axis Sound • Superior Transient Response • 144 dB SPL Handling 	6

Fuente: Elaboración propia

Aunque los espacios son adecuados en cuanto a iluminación, en la Facultad de Ciencias Humanas, algunos de ellos no cuentan con una acústica adecuada, como son los salones del edificio 300, que en el verano con el encendido del aire acondicionado, no se

puede escuchar. Por otra parte, la unidad académica cuenta con 28 salones, los cuales son suficientes y pertinentes para la población del programa académico, puesto que en la modalidad escolarizada la matrícula de 276 estudiantes representa el 24.15% del total de alumnos que cursan esa modalidad; mientras que en la modalidad semiescolarizada la matrícula es del 10.39% del total de inscritos en la modalidad.

Las aulas de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales se encuentran en buenas condiciones para su uso, sin embargo, se requieren servicios de mantenimiento constante en algunos de los salones sobre todo después de las épocas de lluvia. Los espacios de académicos y profesores de asignatura no son suficientes, por ejemplo, hacen falta cubículos para los investigadores, asimismo el área de sala de profesores de asignatura debería ser más grande y mayormente equipada con computadoras de escritorio.

2.2.4.8. Laboratorios y talleres específicos para la realización de prácticas y su equipamiento.

2.2.4.8.1. Condiciones actuales de los laboratorios, talleres, instalaciones deportivas y artísticas, entre otras. Mejoras que requieren cada uno de ellos.

A continuación, se describen las condiciones de los laboratorios y talleres con los que cuenta la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales. Se adelanta que las mejoras se tendrán que hacer en los equipos, pues se comparten con toda la Facultad. En específico, los estudiantes de comunicación tienen necesidad de software y equipo especializado, no son suficientes las computadoras de los talleres, además falta contar con las actualizaciones en software. En el centro de cómputo tampoco se cuenta con el software adecuado, ni con la capacidad, considerando que los productos audiovisuales requieren mayor capacidad en cuestiones de memoria (tabla 52).

Tabla 52.

Laboratorios y salas de cómputo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales.

Descripción	Cantidad	Capacidad	Equipo con el que se cuenta
Talleres	2	(Talleres de producción audiovisual E1 (20) y sonora E2 (20))	Cabinas de producción, equipo para préstamo, equipo de cómputo para prácticas de estudiantes
Salas de cómputo	6	120	Computadoras, impresoras, escáner

Fuente: Elaboración propia

Los laboratorios y talleres de la Facultad de Ciencias Humanas se encuentran en remodelación. No obstante, el equipamiento con los que contarán las áreas se encuentra inventariados con las siguientes condiciones:

Laboratorio de informática cuenta 362 unidades inventariadas entre equipo y mobiliario, de los cuales el 51.38% se encuentra en buen estado; el 11.87% es inventariable; el 1.38% pertenece a otra dependencia; el 4.69 se encuentra propuesto para baja; el 27.90% está dado de baja por política y el 2.76% ya se encuentra dado de baja del padrón (tabla 53).

Radio cuenta con un total de 218 unidades, de las cuales 16.97% se encuentran en buen estado, 25.22% son inventariables, 0.92% pertenecen a otra dependencia, 41.28% están dados de baja por políticas, y 15.59% se encuentran dadas de baja del padrón.

Fotografía cuenta con un total de 169 unidades, de las cuales 33.73% se encuentran en buen estado, 28.40% son inventariables, 1.18% se encuentran propuestas para darlas de baje, 31.77 están dados de baja por políticas, y 4.73% se encuentran dadas de baja del padrón.

Televisión y periodismo cuenta con un total de 404 unidades, de las cuales 35.89% se encuentran en buen estado, 12.62% son inventariables, 1.73% se encuentran propuestas para darlas de baje, 48.765% están dados de baja por políticas, y .99% se encuentran dadas de baja del padrón

Por otra parte, las instalaciones deportivas son suficientes para las actividades que se realizan. En cuanto a las actividades artísticas, se realizan las salas (sala 1, aula magna), o bien, en exteriores como las áreas verdes. No obstante, no se cuenta con un lugar específico destinado para estas actividades.

Las mejoras se requieren en los lugares o espacios específicos para las actividades artísticas, puesto que, cuando se realizan en exteriores en ocasiones pueden afectar las clases por el ruido que se produce.

Tabla 53.

Laboratorios y salas de cómputo de la Facultad de Ciencias Humanas.

Descripción	Cantidad	Capacidad	Equipo con el que se cuenta
Talleres	4	Taller de Televisión: Estudio de TV 80, sala de cómputo 28 Taller de radio: 4 personas por cabina c/2 horas, estudio de radio 20 personas Taller de fotografía: Estudio 10 personas máximo Sala de cómputo 16 Taller de Informática: 46	Cabinas de producción, equipo para préstamos, cámaras fotográficas y de video, lentes para cámaras, grabadoras de audio, micrófonos, consolas de audio, tripiés, discos duros, equipo de cómputo para prácticas de estudiantes, equipo de iluminación.
Salas de cómputo	3	16 estudiantes Taller de Fotografía 46 estudiantes Informática 28 estudiantes Taller de Televisión	Computadoras con softwares de edición actualizados para trabajar el contenido de las materias, cañón, pizarrones.

Fuente: Elaboración propia

La Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales tiene tres talleres que apoyan la formación de los estudiantes de licenciatura en Ciencias de la Comunicación (tabla 55): producción radiofónica, fotografía y televisión. Los tres talleres se encuentran en buenas condiciones debido al constante mantenimiento y remodelación de las áreas.

Las mejoras que requieren esos espacios están relacionadas con hacer más grandes los espacios para atender a más estudiantes, así como cambiar el mobiliario de sillas por unas más cómodas debido a que los estudiantes pasan largas horas editando material de audio y video. También se requiere la compra de más equipo para el uso externo de los estudiantes sobre todo en el taller de fotografía.

Tabla 54.

Laboratorios y salas de cómputo de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales.

Descripción	Cantidad	Capacidad	Equipo con el que se cuenta
Talleres	3	80 personas por hora/ Taller de Radio 80 alumnos por cada dos horas /Taller de Fotografía 250 estudiantes por mes/ Taller de Televisión	Cabinas de producción, equipo para préstamo, equipo Mac para prácticas de estudiantes.
Salas de cómputo	4	45 estudiantes cada una	45 computadoras con sistemas operativos actualizados y software office para trabajo y programas de análisis de datos cualitativos y cuantitativos.

Fuente: Elaboración propia

2.2.4.8.2. Suficiencia y disponibilidad de los insumos para la realización de prácticas (reactivos, material, instrumental, herramientas, —entre otros—) en función de la matrícula de alumnos y la cantidad de prácticas y ejercicios por asignatura.

Aunque los laboratorios de realización radiofónica de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales están conformados por un cubículo de atención a alumnos y 3 cabinas con sus respectivas áreas de controles. Y cada una de las cabinas y áreas de control están equipadas con el material necesario para la captura de audio digital y su procesamiento en postproducción. Así mismo, el cubículo del laboratorio cuenta con una computadora Dell OPTIPLEX360 para el registro de los usuarios en una plantilla excel, donde se lleva el control de las personas que dan uso a las instalaciones, se considera que son insuficientes para la cantidad de alumnos. Así mismo el laboratorio de televisión y fotografía está conformado por un cubículo de atención, y espacios asignados a las distintas áreas de trabajo; sala de edición, estudio fotográfico y de grabación, controles, y almacén de equipo técnico. Pero se requeriría más equipo para una mejor atención.

Hasta el momento, los insumos de la Facultad de Ciencias Humanas han sido suficientes para el desarrollo de las actividades académicas en función de la matrícula. Los encargados cada área solicitan a la administración los insumos necesarios para el semestre: hojas, tóner, focos, etc. No obstante, si en el transcurso de periodo escolar se terminan, solicitan a la administración el incremento en el suministro del material.

Respecto a la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, el taller de radio tiene cinco cabinas que se componen de un cubículo de producción y un cubículo de grabación de voz. Cada cabina cuenta con un equipo de cómputo Mac, y este contiene software *Protools* y hardware de producción sonora profesional. El taller de radio cuenta con un master que contiene un estudio de producción con mezcladora de 16 canales, una computadora Mac con software *Protools* y un hardware para producir sonido profesional; butacas para escuchar las producciones y una sala de grabación amplia para el desarrollo de producciones tales como programas en vivo, dramatizaciones o grabaciones de música;

y una sala de post producción con seis computadoras Mac habilitadas con el software *Protools*. Las cabinas y el master atienden un promedio de 40 estudiantes por hora. Asimismo, el taller tiene un salón de clases para 40 estudiantes, equipado con cañón, pantalla, pizarrón, mesas de trabajo y equipo de producción sonora profesional. Todo el taller cuenta con aire acondicionado para el mantenimiento óptimo de los equipos. Los insumos del taller de producción sonora son suficientes para la cantidad de prácticas y ejercicios que los estudiantes realizan para las materias de producción radiofónica o periodismo radiofónico.

El taller de fotografía tiene una capacidad para 80 alumnos que utilizan de manera simultánea sus dos espacios de trabajo: la sala de trabajo digital donde hay 40 computadoras Mac para uso de los estudiantes, y un salón de clases con capacidad de 40 estudiantes y una Mac y cañón para la proyección de fotografías. El taller cuenta con diez equipos fotográficos para uso interno y externo que contienen lámparas de iluminación directa y con flash para generar retrato de estudio. El taller también ha construido una fototeca que alberga proyectos fotográficos realizados por estudiantes. Entre los géneros destacan el documental, foto publicitaria, fotografía social y digital, así como un archivo histórico que cuenta los inicios de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Los insumos de computadoras son suficientes para la realización de prácticas, sin embargo, si se requiere adquirir mayor equipamiento de cámaras y lámparas de iluminación directa para la realización de retratos.

Por último, el taller de televisión cuenta con tres salas de equipo Mac para postproducción de contenidos audiovisuales con un total de 36 equipos. Además de un estudio con equipo de iluminación para la producción de contenidos audiovisuales con un total de 17 lámparas de diferentes características para su manejo en interiores.

Se cuenta con cámaras profesionales y semi profesionales para la producción teniendo un total de tres profesionales y 20 semi profesionales, así como 20 tripies. En cuanto al registro de sonido se cuenta con seis micrófonos lavalier, uno ambiental y cuatro shure unidireccionales. Así como los cables necesarios para conectar a cámaras y siete

audiófonos. Todo el equipo anterior es para préstamos de los estudiantes. Con base en estos datos queda evidencia de que los talleres tienen suficientes y disponibles los insumos en términos de computadoras Mac y cabinas de trabajo en relación con los estudiantes que atiende por semestre que son alrededor de 1,000, con un promedio de 250 por mes si se consideran la totalidad de materias que requieren la utilización de los espacios de talleres.

2.2.4.8.3. Idoneidad y pertinencia del personal encargado de estos espacios.

El responsable del laboratorio de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales cuenta con la ayuda y/o asistencia de becarios que cumplan con los requisitos estipulados en el programa de becas. El puesto de becario puede ser ocupado sólo por estudiantes del PE en Cs. de la Comunicación. Sus funciones son registrar y dar asistencia a los usuarios de los laboratorios, revisar el equipo de préstamo antes y después de ser usado, mantener limpias y en orden las instalaciones, ayudar en el inventario y reportar los daños en el equipo técnico. El personal encargado de los espacios de la Facultad de Ciencias Humanas, es idóneo porque cuenta con la preparación suficiente para el desarrollo de la actividad que corresponde. Cabe destacar que cada taller de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales se rige por un reglamento interno en el que se describen derechos y obligaciones del uso y cuidado de las instalaciones, y equipamiento de apoyo para las actividades académicas como talleres y salas de cómputo. Asimismo, el personal encargado cuenta con conocimientos y perfiles profesionales acordes a las áreas atendidas lo que los convierte en personal idóneo y pertinente para la atención de esos espacios.

2.2.4.9. Otras instalaciones fuera de la unidad académica.

Pertinencia de las actividades realizadas en instalaciones fuera de la unidad académica. Se considera que los espacios dentro de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales son adecuados, pero los talleres insuficientes para atender a la matrícula, se recomendaría tener más personal y equipo.

Los alumnos de la Facultad de Ciencias Humanas realizan actividades para la obtención de créditos en otros espacios, en unidades académicas, las cuales cuentan con

instalaciones adecuadas para el desarrollo de dichas acciones. En cuanto a las instalaciones para la realización de servicio social y prácticas profesionales, se procura que las unidades receptoras cuenten con las condiciones de infraestructura que brinde seguridad a los estudiantes durante su estancia. Algunos obstáculos que puede enfrentar el alumno es el traslado de la unidad académica hacia otros espacios.

En la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, no se ha detectado obstáculos para el acceso de alumnos a espacios e instalaciones de la unidad académica salvo en temporada de lluvias debido a la inundación de dos salones del edificio F.

2.2.4.10. Biblioteca.

Volumen del acervo en función de las necesidades del programa educativo. En la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales se dispone de 6,797 títulos de ciencias sociales y con 10634 volúmenes. Además de las bases de datos, y talleres permanentes de biblioteca digital a fin de aprovechar al máximo el recurso bibliográfico. Algunas bases de son: PNAS, Scopus, Wiley e Inegi.

De acuerdo con lo reportado por la responsable de Biblioteca de la Facultad de Ciencias Humanas, el volumen del acervo es de 41,232. La biblioteca central del Campus Tijuana de la UABC es un edificio de cuatro niveles que albergan un acervo bibliotecario de 85 mil 725 volúmenes. Específicamente para la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación se cuentan con 4 mil 723 títulos (un total de 1.8 volúmenes del acervo general de la biblioteca), áreas de consulta, cubículos grupales e individuales, mesas de trabajo y sala de lectura. Dada la cantidad y especialidad del acervo destinado a la carrera (áreas de ciencias sociales, comunicación oral y escrita, lingüística) se evidencia que es un volumen de calidad pertinente para cubrir las necesidades del programa educativo, a pesar de que siempre habrá que adquirir nueva bibliografía acorde a las asignaturas y temas de novedad social y comunicológica. Disponibilidad e idoneidad de la bibliografía incluida en los programas de las asignaturas.

2.2.4.10.1. La disponibilidad del acervo bibliográfico de las bibliotecas

Es adecuada debido al tipo de organización de la estantería que permite el acceso libre a la información. Dicha organización está hecha siguiendo la codificación internacional de la Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos de América, asimismo, el acceso a bases de datos, libros y revistas electrónicas mismas que pueden ser renovadas desde cualquier lugar fuera de las instalaciones de los campus, de manera digital a través del sitio web de la biblioteca, <http://biblioteca.uabc.mx>.

La Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales considera que la disponibilidad del acervo es limitada, si bien existen muchos ejemplares pertinentes a la carrera, para la cantidad de alumnos no es suficiente, sólo se pueden sacar tres libros, y en el caso de los docentes es igual. Se brinda con un servicio especializado, el cual cuenta tanto con servicios de préstamo, consulta, referencias, así como de disseminación de información y consulta de bases de datos de contenido científico, de la misma forma se cuenta con la especialización en desarrollo de habilidades en información de nuestros usuarios.

La disponibilidad de material bibliográfico es de 18 libros por alumno en la Facultad de Ciencias Humanas. En esta facultad y en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales se brinda con un servicio especializado, el cual cuenta tanto con servicios de préstamo, consulta, referencias, así como de disseminación de información y consulta de bases de datos de contenido científico, de la misma forma se cuenta con la especialización en desarrollo de habilidades en información de nuestros usuarios.

De la misma manera, en ambas facultades el alumno puede ingresar a la página <http://www.uabc.mx/biblioteca/>, desde cualquier parte con acceso a internet, posteriormente ingresa al catálogo cimarrón, y puede realizar la búsqueda por los conceptos más usados como son: tema, palabra clave, autor, título. Por ejemplo, si busca un libro, el sistema le indicará el número de clasificación, el cual son números y letras que se encuentra en el lomo del libro, y como están ordenados alfabéticamente con el sistema de Clasificación LC, es fácil ubicar el libro en la estantería.

2.2.4.10.2. El nivel de funcionalidad de la biblioteca

La Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales es pertinente pues además de la organización de la estantería que permite un acceso libre a la información, cuenta con la búsqueda online mediante el catálogo cimarrón que permite a los estudiantes y profesores hacer una búsqueda previa y organizar los acervos deseados antes de llegar a la biblioteca.

Además del ágil procedimiento de consulta a través del catálogo cimarrón, el procedimiento de préstamo interno está compuesto por dos pasos que permiten que estudiantes y profesores no tengan ninguna dificultad para acceder a los materiales académicos. Dichos pasos son: 1) Tener la credencial vigente y 2) Acudir al módulo de préstamo con los libros, revistas o tesis que se necesitan consultar.

Además de los préstamos internos, la biblioteca del Campus Tijuana también cuenta con préstamo externo e inter-bibliotecario. El préstamo externo permite al usuario consultar el material fuera de la biblioteca conforme a las siguientes disposiciones: El material de colección general se prestará por un periodo de hasta siete días, pudiendo renovarse por una ocasión. El material catalogado como reserva será prestado por periodos que no excedan las veinticuatro horas. Al personal académico de la universidad se le concederá en préstamo el material de colección general y de reserva, hasta por quince días, renovables si es necesario, de acuerdo a la solicitud expresa y razonada del responsable de la dependencia de su adscripción. A través del préstamo externo inter-bibliotecario se puede obtener material que se encuentre en cualquier biblioteca de la UABC.

2.2.4.10.3. Bases de datos y cursos de capacitación de la biblioteca.

En los últimos cinco años la biblioteca de la Facultad de Ciencias Humanas oferta cursos de inducción, cursos de instrucción, capacitación de gestión de la información, cursos de APA básico, taller de zotero, cursos de bases de datos CONRYCYT, taller de mendeley, taller de JCR, curso de Inegi, círculos de lectura y cursos de DHI.

Para que los estudiantes y profesores tengan conocimiento de los procedimientos de préstamos, así como del acceso y utilización de las bases de datos la biblioteca del campus

Tijuana realiza a lo largo del año cursos de capacitación. Por ejemplo se convocó a los profesores y estudiantes a cursar el curso de la plataforma EBSCO impartido por una entrenadora especializada; asimismo se convocó para cursar el taller de conocimiento y utilización de la plataforma IOP del Institute of Physics, de la plataforma Manual Moderno, de los gestores bibliográficos Mendeley y Zotero, y el Curso para el manejo del manual de estilo APA, entre otros.

2.2.4.10.4. Estudiantes con capacidades diferentes en la biblioteca.

La biblioteca de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales cuenta con rampas, elevadores y en las salas de cómputo hay equipo de cómputo especial para alumnos que así lo requieran.

La Facultad de Ciencias Humanas cuenta con libros en sistema baile, así como con equipo de cómputo especial, elevador y rampas.

Respecto a la atención de estudiantes con capacidades diferentes, las instalaciones de la biblioteca del campus Tijuana cuenta con rampas y elevador de fácil acceso que permite a los estudiantes que utilicen silla de ruedas, muletas o personas con prótesis frágiles.

2.2.4.10.5. Satisfacción de los servicios de la biblioteca.

Todos los servicios que brindan las bibliotecas de la UABC son evaluados anualmente mediante la Encuesta Anual de Ambiente Organizacional (EAAO). En la encuesta más reciente de 2017-2018, los resultados sobre la satisfacción de los servicios fueron los siguientes:

De 7 mil 850 estudiantes encuestados el 88.1% está de acuerdo en que son razonables las oportunidades que tienen de utilizar los servicios bibliotecarios de su escuela.

De 7 mil 821 estudiantes encuestados el 87.3% está de acuerdo en que es adecuado el horario en el que permanece abierta la biblioteca.

De 5 mil 811 estudiantes encuestados el 87.1% está de acuerdo en que ha recibido una buena atención de parte del personal de la biblioteca de su escuela.

De 5 mil 814 estudiantes encuestados el 89.9% está de acuerdo en que los trámites que han realizado para utilizar la biblioteca de su escuela le parecen razonables.

De 5 mil 831 estudiantes encuestados el 90% está de acuerdo en que utilizar los servicios bibliotecarios de su escuela le ha beneficiado en su desempeño académico o formación profesional.

De 5 mil 787 estudiantes encuestados el 79.4% está de acuerdo en que utiliza las bases de datos electrónicos como apoyo a sus actividades académicas.

Estos resultados nos indican que la mayoría de los estudiantes encuestados considera que los servicios de la biblioteca, sus horarios y la atención por parte del personal son satisfactorios para su desempeño académico o formación profesional. También indica que las bibliotecas de las Facultades no cuentan con un instrumento propio de autoevaluación.

2.2.4.10.6. Bases de datos.

La Universidad cuenta desde su página principal biblioteca.uabc.mx con los enlaces a las bases de datos de, libros electrónicos y revistas electrónicas que están disponibles para toda la comunidad universitaria (tabla 55).

Tabla 55.
Bases de datos de las Facultades.

	Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales	Facultad de Ciencias Humanas	Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales
Bases de datos	WILEY, INEGI, SCIENCE AAAS, Annual Reviews, Cambridge Collection, Clarivate Analytics, EBSCO, ELSEVIER, GALE, JSTOR, Oxford.	AMS Journals, ACM Digital Library, Science Direct Freedom Collection (Colección completa), PNAS Journal semanal, Springer Journals, Scopus, SciELO Citation Index, EBSCO, Cengage, Science Direct Freedom Collection (Colección completa), Mc Graw-Hill, OXFORD, SpringerLink, ACS Publications Package, American Medical Association, Cambridge Online Complete Package, IOP Science Extra, RevistamultidisciplinariaenCiencias, IEEE / IET Electronic Library (IEL), Journal Citation (JCR), Web of Science - WoS	EBSCO (5 bases de datos), JSTOR, PROQUEST, SPRINGER, INEGI, PEARSON, CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS (302 revistas), OXFORD UNIVERSITY PRESS (238 revistas), SCOPUS, WILEY
Libros electrónicos		eBook Collection (EBSCOhost), Manual Moderno, MedicaPanamericana,	

Fuente: Elaboración propia

2.2.4.11. Espacios destinados para los profesores.

2.2.4.11.1. Cantidad y capacidad de los espacios para reuniones de trabajo docente.

El edificio Administrativo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales cuenta con dos salas de trabajo ubicadas en el segundo nivel; uno con capacidad para seis personas, y el otro para 10 personas. Estos espacios se utilizan para reuniones de cuerpos colegiados, dirección de tesis, planeaciones, o bien para dar asesorías a los alumnos de licenciaturas. Dichos espacios están acondicionados con mesas de trabajo, sillas y pintarrón). En el segundo nivel del mismo edificio, se dispone de una sala de juntas con una capacidad para 25 personas, que se puede utilizar para juntas de trabajo, entre otros. Se encuentra equipada con cañón proyector, computadora, pintarrón, y acceso a la red inalámbrica de la Facultad.

Los cubículos de los PTC están diseñados y equipados para su óptimo funcionamiento. En caso de mejoramiento de los cubículos, el profesor con base a sus necesidades realiza una solicitud al área de Administración de FCAYS, y dependiendo del trabajo o requerimiento la administradora canaliza dicha solicitud; ya sea al personal de apoyo de la FCAYS o al Departamento de Servicios Administrativos del Campus Ensenada.

Los profesores de tiempo completo de la Facultad de Ciencias Humanas cuentan con espacios acondicionados para realizar sus actividades académicas. Cada cubículo cuenta con el mobiliario y equipo necesario para el desarrollo de sus funciones como son: computadoras, escáner, impresoras, escritorios –algunos son modulares-, sillas y archiveros. Los cubículos y áreas de trabajo de los profesores de tiempo completo, cuentan con mobiliario y equipo inventariado con un total de 143 unidades. De los cuales, el 49.65% se encuentra en buen estado; el 25.87% es inventariable; el 23.07% está dado de baja por políticas y el 1.39% ya se encuentra dado de baja del inventario.

La Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales cuenta con 27 cubículos individuales donde todos los profesores de Tiempo Completo trabajan bajo condiciones adecuadas de tamaño, iluminación y ventilación. Dichos cubículos incluyen mobiliario y equipo de cómputo individual; y todos comparten un área de impresión conectada a cada computadora. Por otra parte, la facultad tiene una sala de juntas con capacidad de 25 personas, en la que se llevan a cabo sesiones de trabajo. Los profesores de asignatura también cuentan con una sala específicamente destinada para que realicen trabajo administrativo, de espera y de atención a los estudiantes. Esta sala para profesores está equipada con una computadora de escritorio, una copiadora e impresora profesional, refrigerador, un botiquín médico, dos sillones, sillas e internet.

2.2.4.11.2. Condiciones en que se encuentra el equipamiento y los espacios de trabajo asignados de manera unitaria o compartida para docentes del programa.

Los cubículos y salas de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales se encuentran en buenas condiciones, se puede optimizar el equipo de cómputo y la red wifi para un trabajo más eficiente.

En cuanto a dimensiones del espacio de los cubículos de los profesores de la Facultad de Ciencias Humanas, este es suficiente para la atención de uno o dos estudiantes. Algunos cubículos cuentan con mayor espacio físico para recibir a un mayor número de estudiantes.

Los cubículos y las salas para profesores de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales se encuentran en buenas condiciones para su uso, sin embargo, es necesario considerar una ampliación del espacio de la sala de trabajo administrativo con el objetivo de mejorar y optimizar la atención a los estudiantes.

2.2.4.12. Espacios para eventos académicos y culturales

2.2.4.12.1. Accesibilidad de los integrantes del programa educativo a estos espacios. Procedimientos de acceso a estos espacios.

En la Facultad de Ciencias Humanas y en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales se deben agendar los espacios para las actividades académicas y culturales. Lo anterior con el objetivo de evitar un traslape en las actividades, pues son compartidos con otras disciplinas. Es un trámite sencillo, pues solo se hace una solicitud con anticipación a la encargada de actividades culturales, para que se reserve el espacio.

Otros espacios con los que cuenta la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales son las salas audiovisuales, David Piñera y Horst Matthai Quelle con una capacidad de 60 y 160 respectivamente. Ambas salas cuentan con computadora, proyector, sistema de audio, butacas, mesas, pintarrón, una pantalla de proyector e internet. Como otros espacios como aulas y baños tienen adaptaciones para personas para capacidades diferentes: rampas, elevador y andadores. En dichas salas se realizan reuniones, exposiciones, conferencias y actividades artísticas. Ambas salas están a disposición de los profesores y para asignarlas deben solicitar el apartado de una hora y fecha directamente con el director de la facultad, a través de un correo electrónico o de manera personal.

2.2.4.13. Infraestructura física.

2.2.4.13.1. Condiciones generales del entorno físico donde se imparte el programa.

En general en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, el entorno físico se encuentra en condición aceptable; no obstante, se requiere mantenimiento en ciertas áreas (tabla 56).

Tabla 56.

Infraestructura física de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales.

Infraestructura física	Cantidad	Condiciones
Áreas verdes	Tres áreas verdes	Están en buenas condiciones, pero se considera que faltan más árboles que hagan sombra
Canchas	El gimnasio	Está bien equipado y se comparte con la facultad de Deportes
Estacionamiento	Cuatro	Dos se encuentran en buenas condiciones el de profesores que es pequeño y el que se comparte con la Facultad de Artes. Los otros dos no cuentan con concreto y cuando llueve es problemático.
Sanitarios	Tres	Se encuentran en buenas condiciones y se les da mantenimiento constante.
Edificios administrativos	Dos	Se encuentran en buenas condiciones.

Fuente: Elaboración propia

En general en la Facultad de Ciencias Humanas, el entorno físico se encuentra en condición aceptable; no obstante, se requiere mantenimiento en ciertas áreas (tabla 57).

Tabla 57.

Infraestructura física de la Facultad de Ciencias Humanas.

Infraestructura física	Cantidad	Condiciones
Áreas verdes	La unidad académica cuenta con 5 áreas verdes. Una frente al edificio de los 300, otra por la parte, frente al estacionamiento de profesores, otra a espaldas del edificio 500, una más que se encuentra entre frente al edificio 100 y 200, otra frente a los 400, y otras dos más frente a los 700 y 800.	Óptimas condiciones
Canchas	El área verde frente a los 300 cuenta con porterías para juego de fútbol, asimismo, frente a biblioteca se encuentra una cancha de básquetbol	Óptimas condiciones
Estacionamiento	La FCH cuenta con dos estacionamiento para profesores y otro para estudiantes.	Óptimas condiciones
Sanitarios	La unidad académica cuenta con seis sanitarios para hombres y seis para mujeres. Ubicados en los edificios 200, 300, 600, 700, 800 y 900	Óptimas condiciones
Edificios administrativos	Edificio 400 alberga las oficinas de dirección, asimismo con el mayor números de cubículos para PTC	Óptimas condiciones

Fuente: Elaboración propia

La Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales cuenta con áreas verdes, canchas, estacionamiento, sanitarios y edificios administrativos con el objetivo de satisfacer las diferentes necesidades y servicios que requieren los estudiantes y profesores. En la tabla 58 se describen la cantidad, las condiciones y el tipo de infraestructura física con la que cuenta la FHyCS (tabla 58).

Tabla 58.

Infraestructura física de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales.

Infraestructura física	Cantidad	Condiciones
Áreas verdes	En promedio existen seis áreas verdes que se encuentran al lado de cada uno de los seis edificios de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales.	Excelentes condiciones de limpieza. Los estudiantes las utilizan para descansar o realizar actividades de clases.
Canchas	En la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales hay una explanada donde se realizan actividades culturales y académicas; y una mesa de ping-pong ubicada en una pequeña explanada del edificio D.	Excelentes condiciones

Asimismo los estudiantes pueden utilizar

el gimnasio y la pista de tartán de la Universidad que está a disposición de toda la comunidad estudiantil.

Estacionamiento

Los docentes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación tienen un total de 78 estacionamientos a su disposición, mismos que comparten con los profesores de otras licenciaturas de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Los estudiantes utilizan los estacionamiento contiguos a la Facultad de Humanidades, tales como son el de la Facultad de Economía y Relaciones Internacionales y el de la Biblioteca.

Excelentes condiciones.

Sanitarios

Existen cinco sanitarios múltiples (en promedio tienen tres) para hombres y cinco para mujeres; uno para profesores y uno para profesoras que se encuentran en la dirección de la FHyCS.

Los sanitarios de uso exclusivo de estudiantes se encuentran en buenas condiciones pues se les da mantenimiento y limpieza constate.

Edificios administrativos

El edificio A es un edificio administrativo que alberga cuatro cubículos para personal administrativo, un área para atención de profesores (secretarial), baños para profesores y una sala para profesores.

Este edificio se encuentra en buenas condiciones, sin embargo se está terminando la construcción de un nuevo edificio donde el segundo piso será destinado a 20 cubículos de administrativos, un cubículo para director, otro para subdirector, una sala de juntas y un espacio para secretarías atención de profesores (secretarial) y préstamos de equipo.

Fuente: Elaboración propia con datos recabados de entrevista con la administradora de la FHyCS.

2.2.4.13.2. Seguridad de personas y bienes.

Condiciones generales de seguridad de personas y bienes en donde opera el programa educativo. Se considera que la seguridad se puede mejorar en la facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, se tienen algunas cámaras, pero no se tiene control de entrada. Se recomienda así mismo que el personal que apoya en seguridad tenga mejores condiciones ya que están expuestos al entorno, sólo se tiene una caseta que es la que

menos se ocupa, los demás vigilantes están muy expuestos al calor o a la lluvia sin resguardo.

La Facultad de Ciencias Humanas cuenta con guardias para salvaguardar la integridad de la comunidad universitaria. No obstante, se han presentado de manera esporádica situaciones vulnerando la seguridad.

Para la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales la seguridad de los docentes, administrativos y estudiantes es primordial. Por tal motivo, la coordinación de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación sigue las regulaciones establecidas en la Ley Federal del Trabajo y el Sindicato de profesores forma parte de la Comisión Mixta de Seguridad e Higiene [clausula 15, inciso B. 24 y 25 del Contrato Colectivo de Trabajo].

En el sentido de primeros auxilios, la Facultad cuenta con un desfibrilador para casos de emergencia, mismo que se encuentra en el área de Dirección; también cuenta con un botiquín de medicamentos básicos. En el 2018 el personal docente de tiempo completo de la LCC tomó un curso de primeros auxilios impartido por la Cruz Roja Mexicana.

En materia de protección civil, la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales mantiene presente el simulacro de evacuación en situaciones de sismo. Este simulacro está organizado por un Comité de Protección Civil de la propia Facultad quien organiza, y está al pendiente de la señalización de las rutas de evacuación, puntos de reunión y ubicación de los extintores.

2.2.4.13.3. Mejora de seguridad de las personas y bienes.

En este rubro, la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales considera que se requiere brindar mejores condiciones para el personal de seguridad y tener protocolos de acción ante situaciones críticas.

La Facultad de Ciencias Humanas considera que debe mantener el contacto con las autoridades a fin de que puedan cuidar y proteger el área institucional e incrementar la seguridad al interior de la Facultad.

El reto para la mejora de las condiciones de seguridad de personas y bienes para la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales es que se continúe con los planes de simulacros en caso de siniestro y mantenga vigentes los cursos de primeros auxilios. Asimismo, que se cuente con un médico de planta en la facultad.

2.2.4.13.4. Seguridad de personas con discapacidad.

La Facultad de Ciencias Humanas y la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales cuentan con rampas para personas con capacidades diferentes. En el caso de sus bibliotecas, estas cuentan además de rampas para el acceso al edificio, con un elevador para que se pueda acceder a la planta alta. Asimismo, los sanitarios han sido adecuados para la movilidad de las personas.

En la Facultad de Ciencias Administrativas y sociales se deben mejorar algunos espacios y accesos para mejorar la movilidad de los alumnos, así como las indicaciones para que el resto del alumnado no los utilice o entorpezca su uso.

Para realizar mejoras en este sentido, en la Facultad de Ciencias Humanas se requiere colocar señalética en diversas zonas, con el objetivo de que las personas identifiquen los espacios de las personas invidentes. Asimismo, para las personas con dificultades de movilidad construir rampas para que puedan acceder a los salones que se encuentran en el segundo piso.

En la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales las personas discapacitadas cuentan con las condiciones generales para utilizar y acceder a las aulas. Cada jornada de tutorías se identifica a las personas que necesitarán utilizar elevadores y rampas; y con base en esta información se asignan los salones ya sea en los edificios que cuentan con los servicios o se asigna aulas en primer piso. De igual manera, en la Biblioteca del Campus se cuentan con los mismos servicios que los edificios de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales con la finalidad de que puedan utilizar los servicios bibliotecarios.

Sin embargo, ante estos avances en el rubro se requieren realizar mejoras. Algunas de estas son, tener un padrón especializado de personas con discapacidad para volver

eficiente la asignación de aulas, asimismo, capacitación para los profesores respecto a las diferentes capacidades diferentes a los que se pueden enfrentar, ya sean físicas o mentales.

2.2.4.13.5. Áreas deportivas, de recreación y convivencia.

En la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales el gimnasio se encuentra en condiciones óptimas para la práctica deportiva y recreativa.

En la Facultad de Ciencias Humanas los espacios para el desarrollo de actividades deportivas, recreativas y de convivencia se encuentran en condiciones adecuadas. La cancha de basquetbol se remodeló en el 2017.

Los estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales no cuentan con áreas deportivas dentro de la propia facultad. Para la realización de una actividad deportiva se utiliza la pista de tartán, el gimnasio o algunas instalaciones del Centro de Alto Rendimiento que se encuentra en el campus Tijuana. Respecto a las áreas de recreación y convivencia, los estudiantes utilizan las áreas verdes descritas con anterioridad en este apartado, la cafetería del campus o bien alguna de las salas que se encuentran disponibles en la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales (Horst Matthai y David Piñera) o la explanada ubicada entre los edificios D y B.

Tanto las áreas que se encuentran en el Centro de Alto Rendimiento, la pista de Tartán o el gimnasio se encuentran en buenas condiciones pues cuentan con las características de calidad nacional para desempeñar actividades deportivas. Con respecto a la explanada utilizada para actividades culturales también se encuentra en buenas condiciones pues la totalidad del espacio está pavimentado y hay áreas verdes específicas; además el área geográfica ha sido un espacio idóneo para realizar kermesses, coloquios al aire libre, cine al aire libre y la expo profesiones, evento donde se muestran a los estudiantes de preparatoria las opciones de licenciaturas que existen en la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales.

2.2.4.14. Conectividad.

La Universidad Autónoma de Baja California cuenta en todo el campus Tijuana con señal wi-fi que se distribuye a través de Puntos de Acceso (AP).

Si bien, en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales se tiene la intención de tener cobertura total en toda la universidad, la red no llega a las aulas y resulta complicado ya que las tareas ahora se solicitan de manera electrónica. En los edificios administrativos sí se dispone de la red tanto alámbrica como inalámbrica.

Aun cuando la Facultad de Ciencias Humanas cuenta con el sistema de red inalámbrica de la UABC "Cimarred", disponible para toda la comunidad estudiantil de la facultad, no ha sido suficiente la cobertura, puesto que no es posible acceder desde ciertos edificios, por ello se requiere ampliarla. La mayoría de los salones cuenta con proyectores para la impartición de las unidades de aprendizaje, pero la falta de condiciones adecuadas de la red, no permite hacer uso de manera apropiada de la tecnología educativa en la formación del aprendizaje.

Los estudiantes y profesores de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales pueden conectarse desde cualquier punto del campus mediante computadoras o celulares personales, así como desde las cuatro salas de cómputo que están destinadas para uso de la comunidad estudiantil. Dichas salas cuentan con tres terminales de ambiente Windows y una de ambiente Mac que da atención a 140 estudiantes simultáneamente.

Los profesores de tiempo completo tienen computadoras de escritorio conectadas a internet dentro de sus cubículos, una impresora general e impresoras personales, asimismo las áreas administrativas. También los profesores de asignatura cuentan con una computadora conectada a internet en la sala de profesores y una impresora/copiadora. Estos servicios de cómputo son adecuados, pero quizá no son suficientes para atender a la cantidad de población que existe en la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación ya que hay alrededor de mil estudiantes de los semestres de 1ro a 8vo, sin considerar a los 120 estudiantes que ingresan cada semestre.

La Facultad de Humanidades también cuenta con servicio de Intranet denominado MPLS, *Multiprotocol Label Switching*, para aplicaciones de alta seguridad de la UABC. La Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales cuenta con IP públicas para datos, e IP privadas para telefonía.

2.2.4.15. Servicios de apoyo.

2.2.4.15.1. Administración escolar.

La Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales y la Facultad de Ciencias Humanas cuentan con un responsable de servicios escolares que tiene acceso al sistema para la obtención de la información que es requerida por parte de estudiantes y profesores.

La Facultad cuenta con un responsable de servicios escolares, es decir, una representante de Gestión Escolar que atiende a los estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y a los de otras licenciaturas que oferta la Facultad. La representante de Gestión Escolar realiza los siguientes trámites: Solicitud de exámenes especiales y por competencias, Corrección de calificaciones, Asignación y eliminación de Unidades de Aprendizaje, Asignación de proyectos de vinculación y ayudantías docentes y de investigación.

2.2.4.15.2. Titulación.

Por otra parte, existe una Coordinación de Titulación en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales que da a conocer de manera oportuna la información del proceso de titulación. Para esta tarea realiza talleres informativos con los estudiantes con potencial de egresos llamados "Taller de proceso de egreso y titulación". En éstos se proporciona a los estudiantes la información relacionada con el proceso de titulación y una guía para de los pasos a seguir con el fin de realizar trámites para egreso y titulación eficientes.

La eficiencia de dichos trámites se puede evaluar de acuerdo al número de estudiantes que egresan y de titulan desde la cohorte 2011-2 considerando que el tiempo semestral de la licenciatura es de 8 semestres hasta 14 semestres. En ese sentido, tenemos que de las cohortes 2014-1 al 2019-1 hubo un ingreso de 1, 573 estudiantes y una

eficiencia de egreso de 2%, tomando en consideración que de las cohortes 2014-1 al 2015-2 tienen el mayor porcentaje de egresados. Estos datos en conjunto nos pueden hablar de trámites de egreso eficientes, sin embargo, no se puede descartar pensar en las variables como rezago y deserción cuándo analizamos los porcentajes de egreso y titulación.

El área de titulación de la Facultad de Ciencias Humanas cuenta con una persona encargada de realizar los trámites para egreso y titulación. El trabajo realizado ha sido eficiente, así lo demuestran los resultados obtenidos en los últimos años en eficiencia terminal.

Al igual que en las otras facultades, la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales cuenta con un Departamento de titulación que ofrece en tiempo y forma la información para el proceso de titulación, la encargada va a todos los salones que estén por egresar y explica el procedimiento. Los alumnos acuden a llevar su proceso y se gestiona eficientemente el papeleo correspondiente.

2.2.4.16. Servicios estudiantes.

La Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales cuenta con apoyo psicopedagógico y además ofrece en el CAIC (Centro de Atención Integral Comunitario) que brinda apoyo no sólo a la comunidad estudiantil sino a la comunidad en general, en el CAIC se atienden situaciones de personas con VIH, se tiene un Bufete Jurídico y se brinda también atención psicológica.

La Facultad de Ciencias Humanas por otro lado, cuenta con el proyecto de "Universidad Saludable: Educación para la Salud (USES). Asimismo, se fomenta la activación física que busca fomentar la salud a través del proyecto «Reto 12».

Los estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, al igual que otros estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, cuentan con servicios de orientación educativa y psicopedagógica. Estos servicios que tienen la finalidad de difundir entre los estudiantes las oportunidades de formación que la UABC ofrece mediante el Modelo Educativo, así como brindar apoyo psicológico en caso de percances

emocionales y familiares. En términos de apoyo médico los estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación no cuentan con un médico dentro de la FHycS pero pueden acudir al CUMAI (Centro Universitario Médico Asistencial y de Investigación) o a las clínicas odontológicas para tratar situaciones de salud física y bucal.

2.2.4.17. Becas estudiantiles.

Las becas a las que pueden acceder los estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en los tres campus son las siguientes: Beca prórroga, beca crédito, beca patrocinio, beca promedio, beca mérito escolar, beca investigación, beca deportiva, beca artística, beca compensación y beca vinculación. Dichas becas son otorgadas por la UABC a través de la Coordinación General de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar (CGSEGE). Además del establecimiento de estas becas en el Reglamento de Becas, también se establece que el Comité de Servicios Estudiantiles puede otorgar la beca Modalidad Económica, dirigida a estudiantes de bajo nivel socioeconómico. También los estudiantes tienen derecho a solicitar la Beca Manutención que otorga el Gobierno Federal.

2.2.4.17.1. Los indicadores básicos para el otorgamiento de estas becas

Ser estudiante de la UABC, tener un promedio mínimo de 8 o 9 según el tipo de beca, comprobar que el estudiante cursó el semestre anterior mediante el recibo de pago o el kardex y no tener adeudos en la universidad. Cada tipo de beca especifica un par de criterios más, por ejemplo, comprobantes de trabajo artístico o deportivo, según sea el caso.

2.2.4.17.2. Suficiencia de las becas en relación con la matrícula.

Todas las Facultades abren la opción para acceder a las becas de la Universidad Autónoma de Baja California anteriormente mencionadas. Dichas becas son otorgadas a través de la Coordinación General de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar (CGSEGE).

Durante el periodo escolar de 2017-2 a 2019-1, en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales se otorgaron 64 becas compensación, de las cuales 11 son de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Por su parte, la Facultad de Ciencias Humanas del 2015 al 2019 se entregaron 358 becas de compensación con la finalidad de evitar la deserción y el rezago de los estudiantes. En el 2015-1 se otorgaron becas al 28% de la matrícula; 2015-2 al 24.05%; 2016-1 al 20.33%; 2016-2 al 25.35%; 2017-1 al 20.50%; 2017-2 al 24.57%; 2018-1 al 4.69%; 2018-2 al 5.36%; 2019-1 al 1.56%.

Del 2018-1 a la fecha disminuyeron las becas otorgadas. Cabe señalar que el mayor número de becas que otorgadas eran prórroga. Durante el periodo escolar de 2013-1 a 2016-2, en la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales se otorgaron 28 becas compensación. 6 deportiva, 325 prórroga, 4 de investigación, 51 promedio, 4 artística, 19 de Manutención (PRONABES) y 2 de modalidad económica sumando un total de 439 becas; lo que indica que hay una suficiencia de becas en relación al porcentaje de matrícula que cuenta con éstas.

2.2.4.18. Tránsito a la vida profesional.

La bolsa de trabajo de la UABC tiene enlace con los egresados vía electrónica. En las que empresas locales abren el espacio a estudiantes de diversas carreras, entre ellas el Centro de Tecnologías de la Información de BC, AC. Universidad Xochicalco, Baja Rack Adventure Equipment, Comité Estatal de Sanidad Acuícola e Inocuidad de Baja California, Estudillo y Cía, SC. AXA Seguros, entre otras.

Por parte de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, se ofertan desde hace cinco años la optativa *Desarrollo de emprendedores*, que busca fortalecer a los estudiantes en este ámbito, además de la *Feria de Emprendedores* en la que los estudiantes participan por medio de la asignatura.

Si bien, en la Facultad de Ciencias Humanas se realizan acciones como las mencionadas, no se cuenta con registro sobre los resultados. En el caso de emprendedores, es una actividad que se ha incorporado recientemente como unidad de aprendizaje para el programa. Con respecto a proyectos de vinculación con valor en

créditos y prácticas profesionales, quizá estas sean las que han dado mayores resultados, pues algunos de estudiantes han obtenido sus empleos al participar en estas actividades.

La Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales cuentan con una bolsa de trabajo que brinda oportunidades de empleo para los egresados de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. El objetivo de esta bolsa es incorporar a los egresados a un mercado laboral relacionado a su perfil profesional. Los estudiantes interesados pueden registrarse en un portal que cuenta con 965 vacantes.

La Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales cuenta con programas para el desarrollo de la actitud emprendedora en los estudiantes, por ejemplo el *Programa de Emprendedores Universitarios*; así como asignaturas que pretenden desarrollar habilidades de emprendedurismo, tales como: *Taller de emprendedurismo, Mercadotecnia y Comunicación Organizacional*. Además durante el periodo 2016-1 y 2016-2 se promovió la participación de los estudiantes de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación en TREPCAMP, un evento promovido por Impulsa México para la formación de emprendedores de alto impacto en el que se logró becar a estudiantes.

Por otro lado la FHyCS da seguimiento a través de los tutores de las actividades que realizan los estudiantes para incorporarse a la vida laboral. Una de estas acciones es vigilar las unidades receptoras y las actividades que realizan los estudiantes en el cumplimiento de sus prácticas profesionales. Las actividades que los estudiantes deben realizar en las unidades receptoras deben estar relacionadas con las áreas de conocimiento de la LCC, así como el perfil de egreso de los estudiantes de la licenciatura.

Esta incorporación de materias de emprendedurismo y la vigilancia de las actividades de las prácticas profesionales a través de los tutores han generado estudiantes más seguros de la capacidad que adquieren de ser estrategas y emprendedores de sus propios negocios de consultoría, producción de mensajes e investigación.

2.2.4.19. Conclusiones de la evaluación del personal académico, infraestructura y servicios.

En este apartado se presentaron descriptivamente varios rubros: personal académico, infraestructura física y académica y los servicios de apoyo del programa de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en sus tres campus. A la par de esta descripción se realizó una evaluación de la pertinencia de dichos rubros por cada campus.

En esos términos se concluye que respecto a la composición actual del cuerpo docente en dos de los tres campus (FCAYS y FHyCS) requiere ampliarse en número el total de académicos, pues la cantidad de profesores de tiempo completo adscritos al programa resulta insuficiente para atender la matrícula que existe en cada uno de los campus. Sobre todo para el campus de Tijuana que tiene una matrícula que rebasa los mil estudiantes y cuenta solamente con diez profesores, siete con nombramiento de PTC.

En el aspecto de la superación disciplinaria, en términos del desarrollo académico de los docentes se observa que en los tres campus es preciso implementar mayor difusión de los cursos de desarrollo disciplinario, pues las plantas docentes tienen aún PTCs que no han alcanzado en grado de doctorado, como por ejemplo en Tijuana que son cinco doctores de siete profesores de tiempo completo que existen en la planta docente.

Con el objetivo de reforzar otros aspectos como la generación de cuerpos académicos y el desarrollo de diversas líneas de generación y aplicación del conocimiento es necesario generar más plazas de tiempo completo con título de doctorado y sobre todo motivar a los profesores que ya cuentan con grado de maestría a que cursen estudios de doctorado.

Por otra parte, es notorio en las tres facultades, que los profesores que mayormente desarrollan una producción académica con periodicidad son los docentes que se encuentran adscritos a los cuerpos académicos. La mayoría de estos profesores desarrollan libros y capítulos, sin embargo, para fortalecer la producción académica se requiere apoyar de mayor manera a los profesores de tiempo completo mediante la creación de otros cuerpos académicos.

Es claro que la estructura de los cuerpos académicos favorece diversos indicadores que se presentaron con anterioridad, sin embargo, es necesario que en las tres facultades se diseñen otras formas de organización del trabajo académico. Por ejemplo, las academias no se han hecho operables maneras adecuadas, pues no hay indicadores de práctica en la Facultad de Ciencias Humanas ni en la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales.

En referencia al rubro del impacto de la investigación que realizan los profesores y alumnos del programa se requiere que en las tres facultades los impactos se dirijan en tres dimensiones: hacia la sociedad, hacia el programa educativo y hacia los estudiantes de licenciatura.

Respecto al impacto social, se observa que dos de las tres facultades (FCAyS y FCH) no logran realizar un impacto a nivel social, sin embargo, se encuentra que existe una vinculación directa de los estudiantes a los programas de investigación que generan los PTC; algunos a través de cuerpos académicos y otros de manera individual. En este caso, hay estudiantes que se incorporan a las investigaciones a través de los lineamientos del PRODEP que se rige por políticas de la Secretaría de Educación Pública, así como políticas internas de la Universidad Autónoma de Baja California. Por otra parte, es necesario que las Facultades de Ciencias Humanas y la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales trabajen la vinculación de las líneas de investigación de los PTC con las materias de metodología y teoría; asimismo, que los estudiantes de las tres facultades concluyan tesis donde pongan en práctica las competencias que adquieren durante su participación en los proyectos de investigación.

En relación al rubro de infraestructura académica, lo que se refiere específicamente a las aulas y espacios para la docencia y su equipamiento se observa que todas las facultades involucradas en esta evaluación cuentan con espacios idóneos, suficientes y en buenas condiciones para llevar a cabo las clases. Con respecto a los laboratorios y talleres se observa que dos de las tres facultades reportan que las condiciones actuales de sus laboratorios y talleres para realizar prácticas se encuentran en buenas condiciones, con un equipamiento suficiente y pertinente para llevar a cabo las clases, sin embargo, la facultad

de Ciencias Administrativas y Sociales sostuvo que hay mejoras que se deben realizar en los equipos de software y equipo especializado.

Respecto al entorno físico en donde se lleva a cabo el funcionamiento del programa educativo las tres facultades reportaron que es necesario llevar a cabo el mantenimiento de ciertas áreas, pues a pesar de que dicho entorno es aceptable se deben mantener en buenas condiciones las áreas verdes, canchas y edificios administrativos. Asimismo, se requiere mantener la seguridad para las personas discapacitadas pues se cuentan con adaptaciones a los sanitarios, hay elevadores, pero aún faltan rampas y señalética en algunos espacios; sobre todo accesos a ciertos edificios que tienen mayor antigüedad.

Otro punto a destacar y poner atención es en la conectividad, pues las tres facultades concluyen que esta es deficiente para su utilización cotidiana y sobre todo durante las clases, situación que genera limitaciones para explorar ciertos contenidos de las clases.

3. Conclusiones generales del estudio de evaluación externa e interna del programa educativo

Al final del ejercicio de evaluación, tanto externo como interno, el equipo académico llegó a las siguientes conclusiones (Anexo 9).

En cuanto a la respuesta que el PE brinda a las necesidades y problemáticas sociales estatales, regionales, nacionales y globales inherentes a la profesión, el consenso general considera que no se ha logrado incorporar elementos del contexto social contemporáneo, como nuevos tipos de audiencias, formas de producción de contenidos, sistemas de comunidades virtuales, así como brindar atención suficiente a temas como emprendimiento especializado en servicios de comunicación, atención a problemas de minorías, seguridad, salud preventiva y producción de contenidos educativos y de divulgación de la ciencia y la cultura.

La redacción de la competencia general del PE es lo suficientemente general como para proporcionar pertinencia y amplitud al diseño curricular que se deriva de ella, de modo que cada unidad de aprendizaje puede adecuarse a las transformaciones de la profesión en función de las necesidades sociales, reconociendo que hay unidades que no permiten que el perfil de egreso, en relación con las competencias, resulte pertinente a estas necesidades y problemáticas.

El perfil profesional del egresado, en términos de competencias, responde de forma completa a los requerimientos del mercado laboral en áreas como fundamentos de la comunicación y metodología; lo hace de forma parcial en conocimiento del contexto y el entorno, y gestión de la comunicación; y lo hace de forma limitada en lenguaje y discurso y realización multimedia.

No hay congruencia entre el plan de estudios y el avance científico y tecnológico de la profesión. Hasta el momento no se han logrado incorporar competencias en producción y gestión de contenidos en plataformas digitales; desarrollo de sistemas y procesos de interacción en redes virtuales; capacidad para utilizar *Big Data* como recurso de

recuperación de información y procesos de análisis y gestión de la comunicación; no hay formación en programación básica.

El PE no toma en cuenta plenamente las recomendaciones que al menos dos organismos nacionales proponen a la profesión y le permiten enriquecer el plan de estudios; por un lado los resultados del examen de egreso Egel-Ceneval y la falta de atención a mercadotecnia y periodismo, son parte del argumento que da sustento a esta postura, aunque las sugerencias que ha hecho CONAC en este sentido, encuentran respuesta curricular con el diseño de materias optativas, sin lograr modificar la estructura central del PE.

No hay congruencia entre el plan de estudios vigente y los requerimientos actuales de la profesión en relación con producción y gestión de contenidos, así como en gestión de la comunicación y producción multimedia y transmedia.

Las competencias del perfil de egreso definidas en el plan de estudios alcanzan a ser congruentes con los requerimientos actuales de la profesión ya que, como se menciona previamente en estas conclusiones, tiene una redacción suficientemente amplia y abierta como para permitir la incorporación de nuevas propuestas para el desarrollo de conocimientos, habilidades, aptitudes y valores que respondan a estos requerimientos.

No hay idoneidad en la distribución y seriación de las unidades de aprendizaje, el diseño curricular tiene vacíos entre el tronco común y el resto de las etapas, que dificultan que los estudiantes logren articular las competencias individuales que se desarrollan en los primeros semestres con las competencias profesionales de los semestres subsecuentes. No se atienden de forma suficiente las áreas de mercadotecnia y periodismo, en el primer caso sin materia obligatoria alguna. Adicionalmente hay un desequilibrio en la asignación de créditos con una marcada carga hacia la praxis de la profesión.

No hay congruencia y suficiencia de asignaturas teóricas y prácticas por etapas de formación. Se propone una revisión del tronco común para proporcionar los elementos que requiere el estudiantes para desarrollar de la mejor forma posible las competencias

profesionales de la licenciatura en el resto de los semestres; también se debe revisar la distribución de los créditos en la asignación de horas taller.

Lo anterior tiene como consecuencia desequilibrio en la distribución de las asignaturas en función de los propósitos y competencias por etapa de formación, tanto en la distribución vertical como horizontal; hay vacíos curriculares entre lenguaje/discurso y realización multimedia. La gestión de la comunicación se concentra solamente en la comunicación organizacional interna, dejando de lado parcialmente procesos como la comunicación, los procesos de comunicación externos y a los organismos no gubernamentales y micro-comunidades. No se consigue articular plenamente los fundamentos teóricos con la praxis de la profesión. Es importante fortalecer el desarrollo de competencias blandas a lo largo del programa.

No hay una política, más allá del requisito administrativo, para promover en los estudiantes el dominio de otros idiomas, recién se empiezan a programar el diseño e impartición de unidades de aprendizaje en lenguas extranjeras, sin embargo este proyecto aún no empieza a operar en clases frente a grupo.

Las competencias generales de los programas de las unidades de aprendizaje contribuyen parcialmente al cumplimiento del perfil de egreso.

Los contenidos de los programas de las unidades de aprendizaje son parcialmente pertinentes, suficientes y actuales; sólo dos de las áreas de énfasis tienen estas características, en el resto hay omisiones parciales.

Las referencias bibliográficas de los programas de las unidades de aprendizaje no son pertinentes, suficientes o actuales pues la mayoría de los textos básicos tienen más de 10 años de publicación, no se incluyen *papers* o *journals* actualizados, e incluso hay unidades que proponen textos que no se encuentran en el catálogo de biblioteca.

La metodología de trabajo descrita en los programas de unidades de aprendizaje es pertinente con el modelo educativo de la UABC; ya que el esfuerzo institucional por homologar los programas de todas las unidades de los PE de modo que armoniza los cursos con el modelo UABC.

Los criterios de evaluación de los programas de las unidades de aprendizaje atienden de forma parcial la evaluación integral de las competencias ya que no lo hace en todas las materias, no hay garantía de seguimiento institucional a la evaluación integral por parte de los docentes, y algunos profesores no están capacitados en el tema.

Las evidencias de desempeño son parcialmente congruentes con las competencias y contenidos de los programas de las unidades de aprendizaje, no hay procesos institucionales para asegurar esta pertinencia de forma regular.

Por ello el equipo considera que el programa educativo requiere de un proceso de modificación, no sólo para responder a los avances del campo científico, las nuevas prácticas de la profesión, el contexto social contemporáneo y las necesidades sociales; sino para mantener el compromiso institucional de ofrecer ofertas educativas de excelencia en beneficio de todos los bajacalifornianos.

Referencias

- Armendáriz, E. (2015). El nuevo perfil del profesional de la Comunicación y las Relaciones Públicas. Una visión desde la perspectiva del mercado/The new professional profile of Communication and Public Relations. A view from the market's perspective. *Revista internacional de relaciones públicas*, 5(9), 153-178.
- Ayala, C. (2014, 2 de abril). T-MEC, vital para alianza de Baja California y San Diego. *El Economista*.<https://www.economista.com.mx/estados/T-MEC-vital-para-la-alianza-de-Baja-California-y-San-Diego-20190402-0004.html>
- Bericat, E. (1998). *La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social: Significado y medida*. Ariel.
- Campos-Domínguez, E., & García-Orosa, B. (2018). Comunicación algorítmica en los partidos políticos: automatización de producción y circulación de mensajes. *El profesional de la información (EPI)*, 27(4), 769-777.
- Canavilhas, J. (2015). Nuevos medios, nuevo ecosistema. *El profesional de la información*, 24(4), 357-362.
- Cantú Martínez, P. C. (2009). Comunicación de riesgos en la salud y el ambiente. *Ciencia UANL*, 12(3).
- Castillo, E. y Tapia, M. (1997). La formación de comunicadores ante los nuevos retos. *Perfiles educativos*, (75).
- Catalán-Matamoros, D. (2017). El gran avance del ámbito científico y académico de la comunicación en salud= The great development of the scientific and academic field of health communication. *Revista española de comunicación en salud*,8(2), 114-117.
- Comité de Planeación para el Desarrollo del Estado (Coplade). (2016). *Estudio de situación socioeconómica de migrantes y extranjeros en Baja California*.
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL). (2018). *Informe de Evaluación de la Política de Desarrollo Social 2018*.

- Consejo para la Acreditación de la Educación Superior, A.C. (2019). *Padrón de programas de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación acreditados por CONAC y ACCECISO*. <https://www.copaes.org/consulta.php>
- Coplade. (2018). *Anuario estadístico del Estado de Baja California*.
- De Castro, A. (2014). *Comunicación organizacional. Técnicas y estrategias*. Universidad del Norte.
- de Lopes, V. (2005). Mapas de la narrativa televisiva latinoamericana: un diálogo de Eliseo Colón con María Immacolata. *DeSignis: Publicación de la Federación Latinoamericana de Semiótica (FELS)*, (7), 191-199.
- Díaz, María Elena (21 de mayo de 2016). Responde UABC a las necesidades sociales. *El Mexicano*. Recuperado de <https://www.el-mexicano.com.mx/estatal/responde-uabc-a-las-necesidades-sociales/713746>
- Domingo, D., Salaverría-Aliaga, R., Aguado, J. M., Cabrera, M. Á., Edo, C., Masip, P., ... & Portilla, I. (2007). Four Dimensions of Journalistic Convergence: A preliminary approach to current media trends at Spain.
- Duarte, G. A. L. (2011). *Estudios de la Comunicación. Estrategias metodológicas y competencias profesionales en Comunicación*. Pearson.
- Duarte, G. A. L. (2011). *Estudios de la Comunicación. Estrategias metodológicas y competencias profesionales en Comunicación*. Pearson.
- El Universal (2019). Mejores Universidades. Recuperado de <https://interactivo.eluniversal.com.mx/2019/mejores-universidades/>.
- Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública. (2019). Principales resultados. 24 de septiembre de 2019. https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/envipe/2019/doc/envipe2019_bc.pdf
- Explora. (2018). *Resultados del estudio de seguimiento de egresados, áreas de oportunidad, octubre 2018*.

- Fuentes-Navarro, R. (1998). *La emergencia de un campo académico: continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*. ITESO.
- Galindo, J. (2004). Notas para una comunicología posible. Elementos para una matriz y un programa de configuración conceptual-teórica. *Escribanía*, (13), 5-12.
- García Ávila, S. (2017). Alfabetización Digital. *Razón y Palabra*, vol. 21, núm. 98, pp. 66-81.
- Gómez Bravo, Norma Angélica (5 de mayo de 2019). *Gaceta UABC*.
- Grossberg, L., Wartella, E., Whitney, D. C., & Wise, J. M. (2006). *Mediamaking: Mass media in a popular culture*. Sage.
- Hidalgo, Jorge (coord.). (2014). Diagnóstico de la formación y el campo laboral de los comunicadores en México. Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC).
http://siel.stps.gob.mx:304/perfiles/perfiles_detallado/perfil_baja_california.pdf
<https://www.elimparcial.com/mexicali/mexicali/Retorna-EU-por-BC-a-46-mil-migrantes-20190904-0001.html>
- INEGI. (2016). Encuesta nacional sobre disponibilidad y uso de tecnologías de la información en los hogares 2017.
- INEGI. (2017). Encuesta nacional de ocupación y empleo (ENOE).
- INEGI. (2018). Encuesta nacional de ocupación y empleo (ENOE).
- INEGI. (2018). Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH).
- INEGI. (2019). Comunicado de prensa núm. 179/19, 2 abril de 2019. Disponible en https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2019/OtrTemEcon/ENDUTIH_2018.pdf
- IMCO. (2016). Informe anual. <http://imco.org.mx/indices/el-estado-los-estados-y-la-gente/resultados/entidad/02-baja-california>
- IMCO. (2018). Informe anual. <http://imco.org.mx/indices/indice-de-movilidad-urbana/resultados/entidad/002-tijuana>

- Kosicki, G. M., Becker, L. B., Watson, D., & Porter, L. (1997). Annual Survey of Journalism & Mass Communication Enrollments.
- López-García, X. (2018). Panorama y desafíos de la mediación comunicativa en el escenario de la denominada automatización inteligente. *El profesional de la información (EPI)*, 27(4), 725-731.
- López-García, X. (2018). Panorama y desafíos de la mediación comunicativa en el escenario de la denominada automatización inteligente. *El profesional de la información (EPI)*, 27(4), 725-731.
- Lozano, J. C. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. Pearson educación.
- Maigret, E. (2005). *Penser les médiacultures: nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*. Armand Colin.
- Martín, C. P., Lafuente, L. M., y Faura, M. Ú. (2015). *Guía práctica de Estadística aplicada a la empresa y al marketing*. España: Paraninfo Universidad.
- Mattelart, A., & MATTELART, M. (1997). Historia de las Teorías de la Comunicación. editorial Paidós. *Buenos Aires*, 30-39.
- Milenio (2019). México encabeza en AL el mercado de la industria audiovisual.
- Montalvo-Castro, J. (2016). Emprendimientos digitales y diseño de modelos de negocio: investigación aplicada en estudiantes de la Carrera de Comunicación. *Contratexto*, (025), 155-170.
- Morín, E. (1999). *Los 7 saberes necesarios para la educación del futuro*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
- Mungaray, A.; Escamilla, A., Ramírez, N. y Aguilar, J. (2014). Crisis, migración y estructura de empleo en Baja California. *Estudios Fronterizos, nueva época*, vol. 15, núm. 29, pp.143-171.
- Organización de la Naciones Unidas (ONU). (2015). *17 objetivos para transformar nuestro mundo*. Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS).

- Organización de la Naciones Unidas (ONU). (2015). Informe de los Objetivos de Desarrollo del Milenio 2015.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (2017). Diagnóstico de la OCDE sobre la estrategia de competencias, destrezas y habilidades de México.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2019a). *Estrategia de competencias de la OCDE 2019. Competencias para construir un futuro mejor*. Traducc: Fundación Santillana en colaboración con Cálamo y Cran. Impreso en España.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2019b). *El Futuro de la Educación en México. Promoviendo Calidad y Equidad*. Disponible en https://www.oecd.org/centrodemexico/medios/el_futuro_de_la_educacion_en_mexico.pdf
- Orozco-Gómez, G. (1997). Medios, audiencias y mediaciones. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 4(8), 25-30.
- Palomo, B., & Palau-Sampio, D. (2016). El periodista adaptativo. Consultores y directores de innovación analizan las cualidades del profesional de la comunicación. *El profesional de la información (EPI)*, 25(2), 188-195.
- Perceval-Verde, J. M., & Tejedor-Calvo, S. (2008). Los cinco grados de la comunicación en educación. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 15(30), 155-163.
- Pérez Tornero, J. M. (2004). Alfabetización digital y educación en medios: una necesidad emergente. *E-learning Europa*. Consultado en la World Wide Web en: <http://elearningeuropa.info/doc.php>.
- Piaget, J. (1995). *El Estructuralismo* (Vol. 34). Publicaciones Cruz O., SA.
- Pietilä, V. (1994). Perspectives on our past: Charting the histories of mass communication studies. *Critical Studies in Media Communication*, 11(4), 346-361.
- Plan Estatal de Desarrollo (PED). (2016). Actualización del Plan Estatal de Desarrollo 2014-2019. Editado por Coplade.

Plan Nacional de Desarrollo (PND). (2019-2024).

QS World University Rankings (2019). Consultado el 17 de mayo de 2019 en <https://www.topuniversities.com/subject-rankings/methodology>

Rebeil, M. A., Hidalgo, J. A., & Moreno, M. (2011). Gestión de la comunicación integrada en las organizaciones: competencias básicas para la formación del gestor. *Estudios de la comunicación*, 51-82.

Rideout, V. J., Vandewater, E. A., & Wartella, E. A. (2003). Zero to six: Electronic media in the lives of infants, toddlers and preschoolers.

Rodríguez-Vázquez, A. I., Direito-Rebollal, S., & Silva-Rodríguez, A. (2018). Audiencias crossmedia: nuevas métricas y perfiles profesionales en los medios españoles. *El profesional de la información*, 27(4), 793-800.

Saborido, J. B. G., & de González Saborido, M. W. (2014). Recepción Activa de los Medios de Comunicación Social. *Signos Universitarios*, 9(17).

Salazar, I. (2018). Los robots y la Inteligencia Artificial: nuevos retos del periodismo.

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Editorial Gedisa.

Semarnat. (2018). Islas del mar de Cortés. Blog electrónico disponible en <https://www.gob.mx/semarnat/articulos/islas-del-mar-de-cortes>

Segarra-Saavedra, J., Martínez-Sala, A. M., & Monserrat-Gauchi, J. (2018). Planificación estratégica de la comunicación integrada.

Soler-Adillon, J., Sora, C., Freixa, P., & Ribas, J. I. (2016). Perfil del profesional de la comunicación interactiva: fundamentos, actualidad y perspectivas. *El profesional de la información*, 25(2), 196-208.

Soler-Adillon, J., Sora, C., Freixa, P., & Ribas, J. I. (2016). Perfil del profesional de la comunicación interactiva: fundamentos, actualidad y perspectivas. *El profesional de la información*, 25(2), 196-208.

Tunstall, J. (Ed.). (2001). *Media occupations and professions: a reader*. Oxford University Press.

UNESCO. (2017). *Un nuevo informe de la UNESCO pone de relieve las desigualdades de género en la enseñanza de las ciencias, la tecnología, la ingeniería y las matemáticas (STEM)*. UNESCO. *Construir la paz en la mente de hombres y mujeres*. Recuperado de <https://es.unesco.org/news/nuevo-informe-unesco-pone-relieve-desigualdades-genero-ensenanza-ciencias-tecnologia-ingenieria>

Uniradio (2018). Nota de prensa Issstecali. <https://www.uniradioinforma.com/noticias/bajacalifornia/537630/es-bc-primer-lugar-en-obesidad-infantil.html>

UABC. (2011). Plan de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

UABC. (2018). *Metodología de los estudios de fundamentación para la creación, modificación y actualización de programas educativos de licenciatura*. Mexicali, México. Universidad Autónoma de Baja California.

UABC, Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar. (2019). *Base de datos de trayectoria escolar de estudiantes y selecciones de programa educativo en examen psicométrico de concurso de ingreso a UABC* [base de datos]. Datos sin procesar no publicados.

Valle, M. (2003). La comunicación organizacional de cara al siglo XXI. *Razón y palabra*, 32.

Vallejos-Romero, A., Riquelme, C., & Garrido, J. (2017). Comunicación y conflictos socioambientales: una aproximación a la gobernanza de riesgos. Los casos de Castilla e HidroAysén en Chile. *Perfiles latinoamericanos*, 25(49), 97-117.

Vaquero Tió, E. (2013). *Estudio sobre la resiliencia y las competencias digitales de los jóvenes adolescentes en situación de riesgo de exclusión social* (tesis doctoral). Universidad de Lleida, España. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10803/116373>

Vázquez Montalbán, M. (2014). *Historia y comunicación social*. La Havana, Cuba. Editorial Pablo de la Torriente.

World Air Report (2018). World most polluted cities. Staad, Suiza. Recuperado de <https://www.airvisual.com/world-most-polluted-cities?continent=59af928f3e70001c1bd78e4f&country=&state=&page=1&perPage=50&cities=>

Anexo 1

Instrumento grupo focal Análisis del Mercado Laboral

Tema:		Perfil de participantes:			
Fecha:		Hr. Inicio:		Hr. Cierre:	
Lugar:		Coodinador:			
Colaborador:				Función:	
Participantes					
No.	Nombre	Empresa	Cargo	Cel.	email
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					

Pregunta 1.		¿Qué necesidades y problemáticas atienden nuestros egresados en su organización?			
No.	Nombre	Respuesta (síntesis)		Notas:	
Observaciones generales:					

Pregunta 2.		En 7 o 10 años, ¿qué necesidades y problemáticas atenderán nuestros egresados en su organización?			
No.	Nombre	Respuesta (síntesis)		Notas:	

Observaciones generales:			

Pregunta 6.		¿En qué tipo de trabajos serán contratados los licenciados en ciencias de la comunicación dentro de 7 o 10 años?	
No.	Nombre	Respuesta (síntesis)	Notas:
Observaciones generales:			

Pregunta 7.		¿Cómo considera que es el desempeño de los egresados en relación a sus conocimientos, habilidades, actitudes y valores?	
No.	Nombre	Respuesta (síntesis)	Notas:
Observaciones generales:			

Pregunta 8.		¿El perfil profesional del egresado responde a los requerimientos del mercado laboral?	
No.	Nombre	Respuesta (síntesis)	Notas:
Observaciones generales:			

Anexo 2

Guía para desarrollo de grupo focal Análisis del Mercado Laboral

Duración:	2 hrs.
Organizadores:	
Coordinador del grupo: Responsable de desarrollar la sesión, manteniendo todos los aspectos en condiciones operativas óptimas.	
Asistente 1: Responsable del registro de audios, captura y organización de los mismos.	
Asistente 2: Responsable de la atención a invitados y logística general del grupo focal, colabora con la captura de los audios.	
Participantes:	
No.	Nombre
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Etapa	Actividad	Fecha	Hora	Requerimientos	Evidencia
0	Contacto previo y cita.			Listado de prospectos, formulario de primer contacto, carta de invitación, organización de agenda.	Agenda de sesiones
1.0	Sesión de grupo focal				
1.1.	Bienvenida (5 min. totales)			Lista de participantes, identificadores personalizados, equipo de grabación de audio, 2 micrófonos ambientales, 1 memoria SD de 8Gb en blanco, coordinador de grupo, asistente 1 y 2, guión de bienvenida, firma de cartas de confidencialidad. Bebidas y servicio de cubiertos.	Listado de participantes que asistieron, cartas de confidencialidad firmadas.
1.2.	Explicación de dinámica y presentaciones de participantes (10 min. totales)			Mismo requerimientos que en 1.1. + Guía explicativa de las condiciones de desarrollo del grupo focal	NA
1.3.	Primera pregunta (10 min. totales)			Arranque de grabación.	Registro de primera pregunta.
1.4.	Segunda pregunta (10 min. totales)			Nuevo track de grabación	Registro de segunda pregunta.
1.5.	Tercera pregunta (10 min. totales)			Nuevo track de grabación	Registro de tercera pregunta.
1.6.	Cuarta pregunta (10 min. totales)			Nuevo track de grabación	Registro de primera pregunta.
1.7.	Quinta pregunta (10 min. totales)			Nuevo track de grabación	Registro de segunda pregunta.
1.8.	Sexta pregunta (10 min. totales)			Nuevo track de grabación	Registro de tercera pregunta.
1.9.	Séptima pregunta (10 min. totales)			Nuevo track de grabación	Registro de primera pregunta.
1.10	Octava pregunta (10 min. totales)			Nuevo track de grabación	Registro de segunda pregunta.
1.11	Octava pregunta (10 min. totales)			Nuevo track de grabación	Registro de segunda pregunta.
1.12	Novena pregunta (10 min. totales)			Nuevo track de grabación	Registro de tercera pregunta.

	totales)				pregunta.
1.13	Pregunta de cierre (10 min. totales)			Nuevo track de grabación	Registro de tercera pregunta.
1.14	Agradecimiento y despedida (5 min. totales)			Texto de agradecimiento y cartas de reconocimiento personalizadas.	NA
2.0	Revisión de grupo focal			Audios capturados, guía de preguntas con anotaciones, coordinador de grupo, asistente 1 y 2, coordinador de investigación, bitácora de sesión.	Bitácora.
3.0	Captura de intervenciones.			Equipo de cómputo, audiófonos, software de transcripción de audio, software de edición de texto, disco duro externo, conexión a internet.	Archivos con clasificación.

Anexo 3.

Cuestionario Egresados. Encuesta aplicada a los egresados vía formulario de Google.

Universidad Autónoma de Baja California

Diagnóstico modificación plan

de estudios homologado 2011-2

Encuesta egresados

Datos Generales

***respuesta obligatoria**

Dirección de correo electrónico * _____.

Semestre de ingreso. Los semestres con guion uno (- 1) corresponden a los meses de enero-junio. Y los semestres (- 2) a los meses de agosto-diciembre. * _____.

Campus donde estudió la carrera: *

Ensenada

Mexicali

Tijuana

Edad (años cumplidos) * _____

Sexo *

Femenino ()

Masculino ()

Ciudad de residencia: _____

Después de egresar, cuánto tiempo le tomo conseguir su primer empleo formal como comunicólogo:

Menos de 6 meses.

De 6 meses a 1 año.

De 1 año a 3 años.

De 3 a 5 años.

De 5 años a 7 años.

De 7 años en adelante.

Otro: _____

Lugar donde trabaja actualmente: * _____

Información del egresado

1) Tiempo de egreso de la licenciatura:

1. Menos de 6 meses.

2. De 6 meses a 1 año.

3. De 1 año a 3 años.

4. De 3 a 5 años.

5. De 5 años a 7 años.

6. De 7 años en adelante.

Otro: _____

2) ¿Al momento de responder esta encuesta, se encuentra titulado?

Sí

No

Otro: _____

3) ¿Trabaja actualmente en el área de comunicación? Nota: Si la respuesta es sí, pase a la pregunta 4; si es no, pase a la pregunta 10.

4) Indica el sector al que pertenece el lugar donde labora:

1. Sector comercio
 2. Sector industrial
 3. Sector servicios
 4. Gobierno
 5. Organización de la Sociedad Civil (OSC)
- No contestó
Otros

5) ¿En qué área se desarrolla? Seleccione la que más se relaciona con su actividad actual.

1. Periodismo en radio
2. Periodismo televisivo
3. Periodismo impreso
4. Periodismo en línea
5. Producción en radio
6. Producción en TV
7. Producción y edición medios impresos
8. Productor en cine
9. Estratega (elaboración de proyectos)
10. Publicidad
11. Diseño gráfico
12. Mercadotecnia
13. Promotor cultural
14. Comunicación institucional
15. Relaciones públicas
16. Comunicación organizacional
17. Docente
18. Agente de ventas
19. Consultor en comunicación

Otra: _____.

6) ¿Qué puesto ocupa? _____

7) ¿Qué tipo de contratación tiene?

1. Temporal
2. Por honorarios
3. Tiempo indeterminado
4. Por proyecto determinado
5. Autoempleo
6. Negocio o empresa propia

Otra: _____

8) Mencione tres (3) principales actividades básicas que desarrolla en su empleo.

1. _____
2. _____
3. _____

9) Mencione tres (3) principales problemas de comunicación que enfrenta en su empleo.

1. _____
2. _____
3. _____

10) ¿Qué elementos de formación cree que requiere para un mejor desempeño profesional en comunicación? Puede seleccionar más de una opción.

1. Conocimiento sobre procedimientos para identificar problemas de comunicación
 2. Conocimiento de procedimientos para elaborar y diseñar de propuestas de solución de problema de comunicación.
 3. Conocimiento de procedimientos para desarrollar proyectos de comunicación (en medios, en prensa, instituciones, empresas, etc.)
 4. Conocimiento de procedimiento para elaboración de productos comunicativos (mediáticos)
 5. Conocimiento de procedimientos para análisis de productos comunicativos
 6. Conocimientos para la Investigación aplicada
 7. Periodismo
- Otra _____

11. Mencione las tres principales HABILIDADES que requiere un comunicólogo para su desempeño profesional en la organización/empresa/institución donde labora actualmente.

1. _____
2. _____
3. _____

12. Mencione tres principales CONOCIMIENTOS que requiere un comunicólogo para su desempeño profesional en la organización/empresa/institución donde labora actualmente.

1. _____
2. _____
3. _____

13. Mencione tres principales VALORES Y ACTITUDES que requiere un comunicólogo para su desempeño profesional en la organización/empresa/institución donde labora actualmente.

1. _____
2. _____
3. _____

14. Desde su experiencia profesional, ¿qué área o aspecto de la comunicación considera que está emergiendo como opción profesional? Mencione tres.

1. _____
2. _____
3. _____

¿Algún comentario respecto a su experiencia como egresado de la licenciatura en Ciencias de la comunicación? _____

¡Por tu colaboración en responder este cuestionario!

Gracias

Anexo 4.

Área en que se desarrolla el egresado y tiempo en que tardo en conseguir trabajo relacionado con su formación en comunicación.

Actividades relacionadas con el puesto	Desde que estaba en la carrera	Menos de 6 meses.	De 6 meses a 1 año.	De 1 año a 3 años.	Total de egresados

Periodismo en radio	0	0	1	1	2
Publicidad	1	11	3	1	16
Diseño gráfico	0	5	2	0	7
Mercadotecnia	2	12	6	2	22
Promotor cultural	0	2	2	0	4
Comunicación institucional	0	5	4	1	10
Relaciones públicas	0	1	0	1	2
Comunicación organizacional	0	8	2	1	11
Docente	0	0	1	3	4
Consultor en comunicación	0	1	0	0	1
Periodismo televisivo	0	2	0	0	2
Periodismo en línea	1	3	1	0	5
Producción en radio	0	3	0	1	4
Producción en TV	0	8	1	0	9
Producción y edición medios impresos	0	2	0	0	2
Productor en cine	1	3	0	0	4
Estrategia (elaboración de proyectos)	1	7	2	1	11
Agencia de medios digital	0	1	0	0	1
Comunicación digital	0	1	0	0	1
Comunicación Social	0	0	1	0	1
Diseño web y mantenimiento web básico	0	1	0	0	1
Editor	0	1	0	0	1
Fotógrafo	0	1	0	0	1
Fotoperiodismo	1	0	0	0	1
Gestión de fondos	0	1	0	1	2
Investigación para proyectos de desarrollo social	0	0	0	0	0
Producción audiovisual	0	1	0	0	1
Promotor	0	1	0	0	1
Total de respuestas	7	81	26	13	127
Porcentaje	5.51	63.78	20.47	10.24	100.00

Elaboración propia.

Los demás, estos es 65 egresados de la muestra, no contestó o su respuesta no aplica, los porcentajes se obtuvieron con base en el total de respuestas válidas.

Anexo 5

Instrumento para *focus group* docentes

Instucciones:

1. Este instrumento se aplicará a profesores de las facultades de Humanidades y Ciencias Sociales, Ciencias Administrativas y Sociales y Ciencias Humanas.
 2. Los profesores pueden ser de asignatura o de tiempo completo; hombres y mujeres.
 3. El número de integrantes por grupo será de cinco personas como mínimo (Favor de indicar el número de personas en el cuadro de metadatos)
-

METADATOS

Nombre del grupo a aplicar:

Aplicador:

Número de personas en el grupo (Especifique cuántas mujeres y cuántos hombres):

Facultad:

INTRODUCCIÓN

Agradecimiento, explicación del objetivo del focus group

Rompe hielo.

DESARROLLO

APARTADO 1. PLAN DE ESTUDIOS (De 10 a 15 min.)

¿Existe congruencia entre el Plan de Estudios vigente y el Modelo Educativo Institucional?;

¿Existe congruencia entre el Plan de Estudios vigente y los requerimientos actuales de la profesión?

APARTADO 2. MAPA CURRICULAR (20 minutos)

Revisión de asignaturas: ¿ Qué observa en la distribución y seriación de las materias del plan de estudios actual?, ¿Le parece adecuada la carga por ciclo? ¿Qué debería modificarse?, ¿Le parece adecuado el número de materias? ¿Por qué?, ¿Le parecen suficientes las materias? ¿ Por qué?, ¿Le parece que existe un enlace vertical y horizontal en las materias del plan de estudios actual?, ¿Le parece que los estudiantes tienen un plan de estudios flexible?

APARTADO 3. PROGRAMA DE UNIDADES DE APRENDIZAJE (10 a 15 min.)

Discusión a partir de el propósito, competencias que ofrecen las materias ofertadas en el plan de estudios actual. ¿Qué opina del contenido temático de las materias?, ¿Le parecen efectivos los métodos de enseñanza-aprendizaje? ¿Qué propondría?, ¿Le parecen adecuados los procedimientos de evaluación?, ¿Le parece que la bibliografía de cada curso está actualizada pertinentemente?

APARTADO 4. SEGUNDO IDIOMA (5 min.)

Discusión a partir de las estrategias de promoción, apoyos y suficiencia de los apoyos otorgados por las direcciones de las facultades para que los estudiantes tengan promoción y acceso a actividades relacionadas con el segundo idioma.

APARTADO 5. TECNOLOGÍA EDUCATIVA Y DE LA INFORMACIÓN (5 min.)

Discusión relacionada a la Infraestructura y equipamiento (Suficiencia, funcionalidad y actualización, uso de las TIC).

APARTADO 6. ACTIVIDADES PARA LA FORMACIÓN INTEGRAL (10 min.)

Discusión en torno a la relación de la formación integral de los estudiantes.

CONCLUSIÓN.

Agradecimientos

Finalizar sesión

Anexo 6

Instrumento para *focus group*. Docentes y estudiantes de facultades.

INSTRUCCIONES:

1. Este instrumento se aplicará a profesores y estudiantes de las facultades de Humanidades y Ciencias Sociales, Ciencias Administrativas y Sociales y Ciencias Humanas. (Realizar las variaciones correspondientes en lenguaje y tono).
 2. Los profesores pueden ser de asignatura o de tiempo completo; hombres y mujeres. Los estudiantes deberán ser representativos de todos los semestres.
 3. El número de integrantes por grupo será de cinco personas como mínimo (Favor de indicar el número de personas en el cuadro de metadatos)
-

METADATOS

Nombre del grupo a aplicar:

Aplicador:

Número de personas en el grupo (Especifique cuántas mujeres y cuántos hombres):

Facultad:

INTRODUCCIÓN

**Agradecimiento, explicación del objetivo del focus group
Rompe hielo.**

APARTADO 1. DIÁMICA ACTUAL DE LA CIUDAD. (10 min.)

Discusión en torno al significado de la ciudad, aspectos positivos, negativos, desafíos de la ciudad, ideal de la ciudad.

APARTADO 2. EXPERIENCIA LABORAL (15 min.)

Discusión en torno a las tareas para realizar por la ciudad, aportaciones de los profesionales de la comunicación, áreas profesionales en las que se desarrollan los profesionales de la comunicación, nuevas áreas de la profesión.

APARTADO 3. ENSEÑANZA DE LA COMUNICACIÓN (20 min.)

Discusión en torno a desafíos que enfrentan el campo laboral, problemas profesionales, distinciones (de otras áreas) del profesional de la comunicación.

APARTADO 4. COMPETENCIAS EN COMUNICACIÓN (20 min.)

Discusión en torno a los conocimientos del actual plan de estudios, aprendizajes básicos del estudiante en la etapa básica, etapa disciplinaria y etapa terminal, conocimientos obligatorios de un profesional de la comunicación, maneras de aprendizaje de los estudiantes de comunicación, habilidades, valores y actitudes obligatorios, maneras de aprender las habilidades, valores y actitudes, relaciones ideales entre las áreas de formación del estudiante e integración del egresado al campo laboral.

APARTADO 5. FORMACIÓN PROFESIONAL DE LA UABC. (15 min.)

Discusión en torno a las características de un profesional de comunicación, diferencias y distinciones del profesional de UABC y de otras universidades.

Anexo 7

Instrumento para *entrevista semiestructurada* docentes de facultades.

INSTRUCCIONES:

1. Este instrumento se aplicará a profesores de las facultades de Humanidades y Ciencias Sociales, Ciencias Administrativas y Sociales y Ciencias Humanas.
2. Los profesores pueden ser de asignatura o de tiempo completo; hombres y mujeres.
3. Al ser el instrumento un entrevista semiestructurada, se generan una serie de temas a abordar con el objetivo de que cada facultad la adecue a circunstancias específicas.

METADATOS

Aplicador:

Número de personas en el grupo (Especifique cuántas mujeres y cuántos hombres):

Facultad:

GUÍA DE TEMAS PARA LA ENTREVISTA

1. Personal académico: Perfil, niveles de grado.
2. Desarrollo disciplinario y habilitación académica: Oportunidades de desarrollo para el personal docente que ofrece la unidad académica, participación de docentes en el programa flexible de formación y desarrollo docente.
3. Producción académica del programa: Aprovechamiento de materiales de apoyo formales, formas de organización para el trabajo académico, líneas de generación del conocimiento y su impacto directo en el plan de estudios.

Anexo 8

Instrumento para *entrevista semiestructurada* administradores.

INSTRUCCIONES:

1. Este instrumento se aplicará a administradores de las facultades de Humanidades y Ciencias Sociales, Ciencias Administrativas y Sociales y Ciencias Humanas.
2. Al ser el instrumento un entrevista semiestructurada, se generan una serie de temas a abordar con el objetivo de que cada facultad la adecue a circunstancias específicas.

METADATOS

Aplicador:

Número de personas en el grupo (Especifique cuántas mujeres y cuántos hombres):

Facultad:

GUÍA DE TEMAS PARA LA ENTREVISTA

1. Infraestructura académica: Aulas y espacios para la docencia; Suficiencia y pertinencia de espacios.
2. Laboratorios y talleres: Condiciones en las que se encuentran, suficiencia de insumos, materiales, herramientas en función de la matrícula; idoneidad del personal encargado.
3. Infraestructura física: Condiciones generales del entorno físico, seguridad de personas, seguridad de bienes y seguridad de personas con discapacidad.

Anexo 9

Orientaciones para la toma de decisiones para la creación, modificación o actualización de programas educativos.

Tabla XX. Lista de verificación de preguntas de evaluación para modificar o actualizar programas educativos.

Preduntas de evaluación	Si	No	Fundamentación. Escriba brevemente los principales hallazgos de los estudios.
Evaluación externa			
Pertinencia social			
¿El programa educativo atiende a las necesidades y problemáticas estatales, regionales, nacionales y globales inherentes a la profesión?		No	No se ha logrado incorporar elementos del contexto social contemporáneo, como nuevos tipos de audiencias, formas de producción de contenidos, sistemas de comunidades virtuales, así como brindar atención suficiente a temas como emprendimiento especializado en servicios de comunicación, atención a problemas de minorías, seguridad, salud preventiva y producción de contenidos educativos y de divulgación de la ciencia y la cultura.
El perfil de egreso, en términos de competencias ¿es pertinente con las necesidades y problemáticas sociales?	Si		La redacción de la competencia general del programa educativo es lo suficientemente general como para proporcionar pertinencia y amplitud al diseño curricular que se deriva de ella, de modo que cada unidad de aprendizaje puede adecuarse a las transformaciones de la profesión en función de las necesidades sociales, reconociendo que hay unidades que no permiten que el perfil de egreso, en relación con las competencias, resulte pertinente a estas necesidades y problemáticas.
El perfil profesional del egresado en términos de competencias ¿responde a los requerimientos del mercado	Si	No	Responde de forma completa a los requerimientos del mercado laboral en áreas como fundamentos de la comunicación y metodología; los hace de forma parcial en conocimiento del contexto y el entorno, y gestión de la comunicación; y lo hace de forma limitada en lenguaje y discurso y realización multimedia.
Referentes			
¿Existe congruencia entre el plan de estudios el avance científico y tecnológico de la profesión?		No	No hay congruencia entre el plan de estudios y el avance científico y tecnológico de la profesión. Hasta el momento no se han logrado incorporar competencias en producción y gestión de contenidos en plataformas digitales; desarrollo de sistemas y procesos de interacción en redes virtuales; capacidad para utilizar <i>Big Data</i> como recurso de recuperación de información y procesos de análisis y gestión de la comunicación; no hay formación en programación básica.
¿Se toman en cuenta las consideraciones que los organismos nacionales e internacionales proponen a la profesión y que permiten enriquecer el plan de estudios del programa educativo?		No	El programa educativo no toma en cuenta plenamente las recomendaciones que al menos dos organismos nacionales proponen a la profesión y le permiten enriquecer el plan de estudios; por un lado los resultados del examen de egreso Egel-Ceneval y la falta de atención a mercadotecnia y periodismo, son parte del argumento que da sustento a esta postura, aunque las sugerencias que ha hecho CONAC en este

			sentido, encuentran respuesta curricular con el diseño de materias optativas, sin lograr modificar la estructura central del PE.
Evaluación interna			
¿Existe congruencia entre el plan de estudios vigente y los requerimientos actuales de la profesión?		No	No hay congruencia entre el plan de estudios vigente y los requerimientos actuales de la profesión en relación con producción y gestión de contenidos, así como en gestión de la comunicación y producción multimedia y transmedia.
Las competencias del perfil de egreso ¿son congruentes con los requerimientos actuales de la profesión?	Si		Las competencias del perfil de egreso definidas en el plan de estudios alcanzan a ser congruentes con los requerimientos actuales de la profesión ya que, como se menciona previamente en estas conclusiones, tiene una redacción suficientemente amplia y abierta como para permitir la incorporación de nuevas propuestas para el desarrollo de conocimientos, habilidades, aptitudes y valores que respondan a estos requerimientos.
¿Existe idoneidad en la distribución y seriación de las asignaturas del plan de estudios?		No	No hay idoneidad en la distribución y seriación de las unidades de aprendizaje, el diseño curricular tiene vacíos entre el tronco común y el resto de las etapas, que dificultan que los estudiantes logren articular las competencias individuales que se desarrollan en los primeros semestres con las competencias profesionales de los semestres subsecuentes. No se atienden de forma suficiente las áreas de mercadotecnia y periodismo, en el primer caso sin materia obligatoria alguna. Adicionalmente hay un desequilibrio en la asignación de créditos con una marcada carga hacia la praxis de la profesión.
¿Existe congruencia y suficiencia de asignaturas teóricas y prácticas por etapas de formación?		No	No hay congruencia y suficiencia de asignaturas teóricas y prácticas por etapas de formación. Se propone una revisión del tronco común para proporcionar los elementos que requiere el estudiantes para desarrollar de la mejor forma posible las competencias profesionales de la licenciatura en el resto de los semestres; también se debe revisar la distribución de los créditos en la asignación de horas taller.
¿Existe congruencia en la distribución de las asignaturas de acuerdo a los propósitos y competencias por etapa –vertical- y por áreas del conocimiento –horizontal-?		No	Lo anterior tiene como consecuencia desequilibrio en la distribución de las asignaturas en función de los propósitos y competencias por etapa de formación, tanto en la distribución vertical como horizontal; hay vacíos curriculares entre lenguaje/discurso y realización multimedia. La gestión de la comunicación se concentra solamente en la comunicación organizacional interna, dejando de lado parcialmente procesos como la comunicación, los procesos de comunicación externos y a los organismos no gubernamentales y micro-comunidades. No se consigue articular plenamente los fundamentos teóricos con la praxis de la profesión. Es importante fortalecer el desarrollo de competencias blandas a lo largo del programa.
¿El dominio de otros idiomas es pertinente y		No	No hay una política, más allá del requisito

suficiente en relación con su aplicación a la profesión?			administrativo, para promover en los estudiantes el dominio de otros idiomas, recién se empiezan a programar el diseño e impartición de unidades de aprendizaje en lenguas extranjeras, sin embargo este proyecto aún no empieza a operar en clases frente a grupo.
Las competencias generales de los programas de unidades de aprendizaje ¿contribuyen al cumplimiento del perfil de egreso?	Si		Las competencias generales de los programas de las unidades de aprendizaje contribuyen parcialmente al cumplimiento del perfil de egreso.
Los contenidos de los programas de unidades de aprendizaje ¿son pertinentes, suficientes y actuales?		No	Los contenidos de los programas de las unidades de aprendizaje son parcialmente pertinentes, suficientes y actuales; sólo dos de las áreas de énfasis tienen estas características, en el resto hay omisiones parciales.
Las referencias bibliográficas de los programas de unidades de aprendizaje ¿son pertinentes, suficientes y actuales?		No	Las referencias bibliográficas de los programas de las unidades de aprendizaje no son pertinentes, suficientes o actuales pues la mayoría de los textos básicos tienen más de 10 años de publicación, no se incluyen <i>papers</i> o <i>journals</i> actualizados, e incluso hay unidades que proponen textos que no se encuentran en el catálogo de biblioteca.
La metodología de trabajo descrita en los programas de unidades de aprendizaje ¿es pertinente con el modelo educativo de la UABC?	Si		Los criterios de evaluación de los programas de las unidades de aprendizaje atienden de forma parcial la evaluación integral de las competencias ya que no lo hace en todas las materias, no hay garantía de seguimiento institucional a la evaluación integral por parte de los docentes, y algunos profesores no están capacitados en el tema.
Los criterios de evaluación descritos en los programas de unidades de aprendizaje ¿atienden a una evaluación integral por competencias?	Si	No	Los criterios de evaluación de los programas de las unidades de aprendizaje atienden de forma parcial la evaluación integral de las competencias ya que no lo hace en todas las materias, no hay garantía de seguimiento institucional a la evaluación integral por parte de los docentes, y algunos profesores no están capacitados en el tema.
Las evidencias de desempeño ¿son congruentes con la competencia y los contenidos de los programas de unidades de aprendizaje?	Si		Las evidencias de desempeño son parcialmente congruentes con las competencias y contenidos de los programas de las unidades de aprendizaje, no hay procesos institucionales para asegurar esta pertinencia de forma regular.
El perfil docente declarado en los programas de unidades de aprendizaje ¿es idóneo para su impartición?			No aplica, el programa de unidad institucional no incluye esta declaración.