

**Metodología para la Evaluación Curricular
DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE ESTUDIOS
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN
2017**

Febrero 2025

DIRECTORIO INSTITUCIONAL

DIRECTORIO DIVISIONAL

M.A.E.E. Thelma Leticia Ruiz Becerra
Directora

Dra. Adriana Esperanza Pérez Landero
Coordinadora de Investigación y Posgrado

Dra. Citlalli García Bernal
Coordinadora de Docencia

Dr. José Alfredo Sánchez Priego
Coordinador Administrativo

Mtra. Jeniffer Yajabibe Maldonado Guillén
Coordinadora de Estudios Básicos

Mtra. Araceli Martínez Villafuerte
Coordinadora de Estudios Terminales

Mtra. Cristell Guadalupe Orueta Gual
Jefa de Posgrado

Lic. Dalila Sánchez Zacarías
Jefa de Investigación

Lic. Germán Adán Priego Pérez
Jefe de Vinculación

COMISIÓN DE REESTRUCTURACIÓN CURRICULAR DE PLANES DE ESTUDIO

Dra. Angélica María Fabila Echauri

Dra. Mariola del Jesús Ortega Jiménez

Dra. Martha Libny Xicoténcatl Valencia

ÍNDICE

1.	Metodología para la Evaluación Curricular	7
2.	Congruencia del plan de estudios con el modelo educativo de la UJAT ...	8
3.	Congruencia interna del plan estudos y sus elementos.....	14
3.1.	Objetivos del Plan de estudios.....	14
3.2.	Perfil de egreso y competencias	16
3.3.	Organización del plan de estudios	16
3.3.1.	Áreas de formación profesional	16
3.3.2.	Campos formativos	17
3.3.3.	Líneas curriculares	17
	• Metodología	18
	Fundamentos de la comunicación	20
	Comunicación y Lenguaje	22
	Comunicación Emergente	23
	Comunicación Convergente	24
	Comunicación Organizacional	26
	Publicidad y Diseño	28
3.4.	Flexibilidad curricular (materias optativas y las de formación transversal).	30
	Formación General:.....	31
	Formación Sustantiva:.....	31
	Formación Integral Profesional:.....	31
	Formación Transversal:	31
3.5.	Programas de estudio de las asignaturas.....	31
4.	Propuestas y sugerencias.....	32
4.1.	Cargas horarias y créditos	32
4.2.	Estructura curricular.....	33
4.3.	Malla curricular ideal	33
4.4.	Programas de estudio	34
5.	Evaluación externa	34
6.	Reflexiones finales.....	34

7. Referencias.....	35
8. Anexos.....	36
Tabla 1 Congruencia Interna entre el Modelo Educativo (2005) y el Plan de Estudio de la Licenciatura en Comunicación (2017).....	9
Tabla 2 Evaluación y validación de la congruencia interna del objetivo general y objetivos específicos del Plan de estudios.	36
Tabla 3 Perfil de Egreso. Atributos del saber (conocimientos teóricos-conceptuales)	37
Tabla 4 Perfil de Egreso. Atributos del saber hacer (Heurísticos)	38
Tabla 5 Perfil de Egreso. Atributos del saber ser y saber convivir (axiológicos)	39

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Evaluación de la Congruencia Interna entre líneas curriculares del PE 2017.....	18
Ilustración 2 Congruencia interna de la Línea curricular: Metodología	20
Ilustración 3 Congruencia interna de la Línea Curricular: Fundamentos de la comunicación	21
Ilustración 4 Congruencia interna de la Línea curricular: Comunicación y Lenguaje	22
Ilustración 5 Congruencia interna de la Línea curricular: Comunicación Emergente	24
Ilustración 6 Congruencia interna de la Línea Curricular: Comunicación Convergente	26
Ilustración 7 Congruencia interna de la Línea Curricular: Comunicación Organizacional	28
Ilustración 8 Congruencia interna de la Línea Curricular: Publicidad y Diseño	30

1. Metodología para la Evaluación Curricular

En el ámbito de la comunicación su perspectiva académica y profesional reclama de la confluencia de múltiples disciplinas que alimentan el amplio espectro sociocultural de los procesos comunicativos inmanentes a la actividad humana y que coadyuvan en su estudio, comprensión, desarrollo e intervención. Esta condición compleja de la comunicación suma un constante rasgo de un fenómeno en constante transformación acorde no solo con los tiempos, sino también en las circunstancias en las que se presenta.

Esta concepción de la comunicación es fundamental para entender la necesidad de una revisión constante de las prácticas, procesos, teorías y políticas que identifican a la profesión para dar sentido a la formación de los licenciados en comunicación, a fin de atender con pertinencia las problemáticas de los sectores productivos, sociales y culturales del entorno local, nacional e internacional.

En ese sentido, la cultura de evaluación hace evidente la importancia de realizar ejercicios periódicos de mejora continua en las diversas instituciones. La Universidad Juárez Autónoma de Tabasco a través del Modelo Educativo de la UJAT (2005) considera fundamental la práctica evaluativa de diversos procesos y objetos, entre ellos los planes y programas de estudio. La evaluación curricular es clave para toma de decisiones entorno a la actualización de contenidos y asignaturas que forman parte de la mejora continua para ser un programa educativo pertinente.

La evaluación del Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación cobra relevancia para la toma de decisión en el proceso de reestructuración emprendido en el 2025 con miras a la actualización de éste. En el proceso se revisaron las siete líneas curriculares y los dos bloques de formación terminal que estructuran el plan de estudios.

Se evaluó la congruencia de los componentes que integran el plan de estudios con el objetivo general, los objetivos específicos y las competencias complementarias que configuran la licenciatura, lo que permitió verificar su alineación y coherencia interna. Recuperar distintas opiniones de actores que viven diariamente la operatividad de la oferta educativa es de suma importancia, por lo que este ejercicio es producto de diversos ejercicios evaluativos de profesores y estudiantes, así como del plan de estudio.

La congruencia interna del plan de estudios articula dos metodologías:

- I. Matriz de evaluación y congruencia interna de sus componentes: objetivo general, objetivos específicos y perfil de egreso. La valoración de estos elementos se propone a partir de preguntas guía sobre los saberes implicados, su forma de redacción y relación con otros elementos del plan de estudio. (Véase en anexos Tablas 2-5)

II. Técnica de análisis de congruencia interna a partir de contenidos, desarrollada por De Alba (1984), que tiene como base la observación de estructuras conceptuales y de sus interrelaciones para valorar la concreción interna y el nivel de estructuración conceptual. Esta metodología emplea una simbología precisa para describir las relaciones entre conceptos, categorizándolos en *centrales*, *conectados* y *subordinados*. Los conceptos *centrales* son aquellos de mayor relevancia dentro de la estructura, alrededor de los cuales se organizan los demás conceptos; los *conectados* tienen el mismo nivel de generalidad que los centrales y permiten una mayor comprensión de ellos; los *subordinados* identifican la relación que los conceptos tienen entre sí distinguiendo tres formas de interrelaciona: supra ordinación, subordinación y conexión.

El análisis de congruencia interna se realizó con base a la revisión de los 64 programas de asignatura 44 de ellas son obligatorias y 20 asignaturas de carácter optativo, para determinar la coherencia y organización de contenidos, así como la eventual repetición de estos. (Anexo 1: Tablas de análisis de Perfil de Egreso y Objetivos)

Para la representación de estas interrelaciones, se utiliza la siguiente simbología:

A → B: Relación de conexión directa de A hacia B.

A ↔ B: Relación recíproca de conexión directa entre A y B.

A - - - B: Relación de conexión indirecta de A hacia B.

Concepto central

Concepto subordinado

Para la evaluación externa se suma a la metodología las observaciones emitidas como recomendaciones por el organismo acreditador externo, el Consejo de Acreditación de la Comunicación y las Ciencias A. C.

2. Congruencia del plan de estudios con el modelo educativo de la UJAT

El Modelo educativo de la UJAT expresa los principios y valores institucional que orientan la formación universitaria: calidad educativa, sentido de pertinencia, pluralidad, igual y ética; así como los tres ejes sustanciales: formación integral del estudiante, currículo flexible y centrado en el aprendizaje. De estos se rescatan algunos rasgos básicos para contrastarlos con la misión, visión y objetivos que conforman el plan de estudios de la licenciatura en comunicación (2017).

Tabla 1 Congruencia Interna entre el Modelo Educativo (2005) y el Plan de Estudio de la Licenciatura en Comunicación (2017)

Modelo Educativo (2005)	Plan de Estudio LC (2017)
Calidad Educativa: formación de profesionales humanistas capaces de integrarse al desarrollo social	<p>Estimular y fortalecer el estudio riguroso de los contextos nacional-internacional en aspectos culturales, sociales, políticos y comunicativos.</p> <p>Fomentar principios y valores que permitan ejercer con ética y compromiso el sentido de responsabilidad de los medios.</p> <p>(Objetivos del PE LC)</p> <p>Coadyuvar al desarrollo sustentable del país y sus regiones.</p> <p>Convivir y transformar escenarios multiculturales a través de procesos interdisciplinarios y multidisciplinarios.</p>
Sentido de pertenencia: compromiso social y profesional para enaltecer el espíritu e identidad universitaria	El perfil de egreso alude a una formación integral sobre la base de las competencias genéricas institucionales que se establecen como principios reguladores de su formación.
Pluralidad: respeto y tolerancia a la diversidad de ideas y opiniones que permitan la convivencia social	<p>En consonancia a las exigencias y compromisos de la Educación Superior y a parámetros del Modelo Educativo de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, la Licenciatura en Comunicación orienta su Plan de Estudios con el enfoque por competencias, para contribuir al desarrollo social, la democracia, la convivencia multicultural, y el desarrollo sustentable del Estado y la región.</p> <p>El PE de la LC establece el Bloque de Medios e Intervención Social, el cual articula asignaturas que dotan de recursos comunicativos a los profesionales para dar respuestas</p>

Modelo Educativo (2005)	Plan de Estudio LC (2017)
	a los problemas sociales y emergentes de la sociedad contemporánea, en un marco de mediación y colaboración para favorecer la concordancia y convivencia social.
Igualdad: promover la consecución del bien común en igualdad de condiciones	<p>El PE incluye asignaturas con contenidos transversales que enfatizan la importancia de atender con respeto, tolerancia, desde la comunicación los diversos contextos sociales, culturales, políticos acorde con sus particularidades.</p> <p>De manera específica en la línea curricular de Comunicación Emergente favorece la capacidad de intervención y atención a las diferencias a través de estrategias orientadas a fortalecer o reconstruir el tejido social a partir de la articulación ciudadana.</p>
Ética: valores que modelan la conducta humana, rectitud y democracia	El PE promueve constante en las asignaturas, en los rasgos de egreso y los objetivos de la licenciatura la actuación ética y el reforzamiento de los valores para desarrollarse con responsabilidad social en los medios.
<p>Formación integral del estudiante: desarrollar todas las dimensiones del estudiante:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Dimensión intelectual * Pensamiento lógico-autónomo, reflexivo y crítico * Capacidad para tomar decisiones y solucionar problemas * Dimensión profesional: * Generación de conocimientos, destrezas y habilidades encaminados 	<p>Las dimensiones para desarrollar en el estudiante de comunicación son retomadas en los diferentes componentes del PE (asignaturas, perfil de egreso, objetivos) al señalar:</p> <p>Dimensión Intelectual: Esta dimensión esta perfilada en los rasgos de egreso y los objetivos del PE y de manera específica se atiende a partir de asignaturas como habilidades de pensamiento y las que integran la línea de</p>

Modelo Educativo (2005)	Plan de Estudio LC (2017)
<p>a una práctica pertinente de la profesión.</p> <ul style="list-style-type: none"> * Dimensión humana: * Desarrollar valores básicos que rigen la vida y la convivencia humana. * Responsabilidad, autonomía, autodisciplina, esfuerzo, comprensión e interés de saber. * Dimensión social: * Desarrollar comportamientos de acuerdo con las diferentes situaciones sociales *Fortalecer una formación con actitudes democráticas para la convivencia en una sociedad plural. 	<p>fundamentos para la comunicación. Por otra parte las líneas curriculares organizacional, convergente y emergente motivan al estudiante a proponer acciones pertinentes para problemáticas específicas</p> <p>Dimensión profesional: se describe con detalle en los rasgos de egreso y se alimenta con el desarrollo de todas y cada una de las asignaturas que abonan a la formación del profesional con saberes, experiencias y valores para su desempeño en su campo de acción.</p> <p>Dimensión Humana: Se comprende como parte de competencias genéricas y complementarias, es un componente transversal en muchas asignaturas que reclaman el análisis y la comprensión de acciones, pensamientos y comportamientos de agentes sociales e incluso del mismo estudiante en el que se busca, como se enuncia en uno de los objetivos específicos del PE, lograr aprendizajes autogestivo y la formación continua, para el desarrollo personal y profesional, incrementando la calidad de vida.</p> <p>Dimensión social: los rasgos que se enfatizan en la formación del profesional en comunicación es la proyección indiscutible de sus actividades en la sociedad. Este distintivo se hace evidente en cada uno de los componentes del PE. Desde su misión y visión y en cada una de las asignaturas, con las que se identifica al profesional con un amplio compromiso social para favorecer los procesos democráticos y plural</p>

Modelo Educativo (2005)	Plan de Estudio LC (2017)
<p>Centrado en el aprendizaje:</p> <p>Modos de actuación centrados en educar a la mente y la socioafectividad.</p> <p>El aprendizaje como valor central de toda actividad.</p> <p>Construcción de significados por parte del estudiante a través del descubrimiento, la aplicación del conocimiento y la interacción con los demás.</p> <p>Reconstrucción de saberes culturales</p> <p>Participación de los estudiantes en actividades prácticas e innovadoras</p>	<p>El PE es de perfil profesionalizante por lo que muchos de sus saberes están son instrumentales en los que se comprometen atributos axiológicos y cognitivos. La naturaleza de las prácticas incluye el trabajo colaborativo y de intervención en la comunidad que los sensibiliza a las problemáticas del entorno.</p> <p>Los contenidos de las asignaturas de las líneas de comunicación convergente y emergente guardan una amplia relación con la cultura digitales y los procesos culturales.</p> <p>En el área de formación transversal, los contenidos de las asignaturas están encaminados a aplicar de forma pertinente y sistemática los saberes adquiridos en los sectores productivos.</p>
<p>Curriculum flexible:</p> <p>Flexibilidad en el tiempo: de 3.5 a 7 años.</p> <p>Flexibilidad de espacios: movilidad de espacios, la forma y el momento para su aprendizaje.</p> <p>Flexibilidad en contenido: el estudiante imprime a su formación el sentido o matriz de su preferencia.</p> <p>Considera un núcleo de formación básica integrada por 9 asignaturas.</p> <p>Créditos comprendidos entre 300 y 400.</p> <p>Servicio social con 12 créditos.</p> <p>Cuatro áreas de formación: general (20-40%), sustantiva (40-60%), integral (10-20%) y transversal (5-10%).</p> <p>Asignación de créditos en base a horas teóricas-prácticas (acuerdo de Tepic).</p>	<p>El PE considera la flexibilidad curricular en el tiempo de egreso y contempla la posibilidad de movilidad de espacios y contenidos (asignatura de elección libre).</p> <p>Considera además una formación básica a partir de cinco asignaturas institucionales.</p> <p>Los créditos totales del PE son 280 a cursas entre 7 a 14 ciclos.</p> <p>El servicio social tiene 10 créditos y el PE está estructurado en las cuatro áreas de formación con el valor porcentual establecido en el modelo educativo.</p> <p>El PE cuenta con la asignación de créditos según la clasificación del Sistema de Asignación y Transferencia de Créditos Académicos:</p>

Modelo Educativo (2005)	Plan de Estudio LC (2017)
<ul style="list-style-type: none"> • Hora Teórica 2 créditos • Hora Práctica 1 crédito 	<ul style="list-style-type: none"> • Actividad frente a grupo: 16 horas = 1 crédito. • Trabajo de campo supervisado: 50 horas = 1 crédito • Actividades de aprendizaje independiente: 20 horas = 1 crédito.

Los componentes del Plan de Estudios 2017 de la Licenciatura en Comunicación guardan congruencia con el Modelo Educativo (UJAT, 2005) en los objetivos, misión y visión en los diversos elementos de planeación estratégica, en ambos documentos se pueden identificar elementos tales como, compromiso social, liderazgo con alto grado de sensibilidad, formación teórica sólida, inter y transdisciplinaria, capacidad de resolver problemas, respeto a la pluralidad. Lo anterior se puede valorar con mayor claridad en la Tabla 1, en la que, la reciprocidad que se identifica con colores. Así mismo, se requiere complementar en el ideario del plan de estudios aspectos relacionados con la calidad y mejora continua del PE.

El contraste de rasgos de los componentes del Plan de Estudio y el Modelo Educativo Institucional permite identificar la existencia de congruencia y correspondencia sólida entre ellos. Dicha congruencia se observa en los objetivos del programa, su perfil de egreso y en general en la misión y visión de PE, al orientar sus acciones a dar atención a los tres ejes sustanciales: formación integral, currículo flexible y centrado en el aprendizaje. Al incluir en su propuesta de formación aspectos intelectuales, axiológicos e instrumentales o heurísticos en las diferentes áreas de formación (general, sustantiva profesional, integral profesional y transversal). La formación de los estudiantes de la Licenciatura en comunicación denotando un acercamiento constante al entorno sociocultural actual. En la propuesta de trayectoria contempla espacio para la flexibilidad en tiempo, espacio y contenido al presentar un flujo de 4 a 7 años. Los contenidos abordados en las áreas formación están diseñados en el aprender a ser, hacer, a aprender y convivir.

La incongruencia identificada del Plan de Estudio en relación con el Modelo educativo corresponde:

La distribución de asignaturas por área de formación del Plan de Estudio responde a lo establecido en el modelo educativo; sin embargo, se identifica que el ME propone un área de formación básica integrada por nueve asignaturas mientras que el PE 2017, acorde con las indicaciones institucionales del proceso de reestructuración, se consideraron únicamente cinco. Otra inconsistencia importante son las variaciones en la asignación crediticia al cambiar del Acuerdo de Tepic (ME2005) al Sistema de

Acreditación y Transferencia de Créditos Académicos (SATCA). Bajo esta lógica los valores crediticios al Servicio Social disminuyeron y se incorporaron créditos a las prácticas profesionales que sólo eran obligatorias. En consecuencia, los créditos del PE solo suman a 280, mientras que el ME establecía de 300 a 400 para programas de pregrado.

3. Congruencia interna del plan estudios y sus elementos

3.1. Objetivos del Plan de estudios

Los objetivos de estudio del plan de estudio 2017 de la licenciatura en comunicación de la División Académica de Educación y Artes se enuncia en un objetivo general y seis específicos. En ellos se proyecta la concepción de un programa que considera los fenómenos y condiciones sociales que contextualizan la profesión de la comunicación y su ejercicio.

Con relación al objetivo general:

Formar Licenciados en Comunicación que analicen, diseñen y emprendan estrategias comunicativas pertinentes para atender y superar problemas en distintos ámbitos sociales, empresariales y mediáticos, considerando los escenarios emergentes de la sociedad, desde una perspectiva interdisciplinaria, con visión innovadora y responsabilidad social. (P.E., 2017, p.56)

En dicho objetivo se enuncia las habilidades, actitudes y conocimientos con las que se pretende formar de manera integral al profesionista de la comunicación para responder con responsabilidad social y valores que le permitan actuar en escenarios emergentes de la sociedad mediante una formación con perspectiva interdisciplinaria y visión innovadora.

En el objetivo general se explicita la finalidad que persigue la formación, aunque no las características, que son enunciadas en los objetivos específicos tales como la visión innovadora, responsabilidad social, capacidad de investigación, toma de decisiones, ética, aprendizaje auto gestivo, uso de soportes tecnológicos y de las TIC.

El objetivo general hace referencia de manera explícita y de forma positiva a la disciplina de estudio al centrarse en la intervención de los procesos comunicativos. Las problemáticas que deberá atender el profesional de la comunicación son enunciadas al referir de forma general los ámbitos: empresarial, social y mediático.

El objetivo general es congruente con la misión y visión del plan de estudio en su intención de formar profesionales con *habilidades emprendedoras, críticos y reflexivos*, que incidan, a través de estrategias comunicativas a los diversos entornos cambiantes de la sociedad; profesionistas competentes capaces de intervenir con actitudes, valores, conocimientos y habilidades en

distintos ámbitos comunicativos de escenarios locales, nacionales e internacionales.

El programa educativo a través de su objetivo general se ha hecho viable al contar con cinco generaciones de egresados actualmente; al contar con la infraestructura física, tecnológica y profesores habilitados y actualizados, respondiendo a las necesidades laborales del entorno regional y nacional.

Se considera que el nivel de alcance del objetivo general puede ser evaluado principalmente con una metodología cualitativa, debido a que se describen las habilidades, actitudes, conocimientos y competencias genéricas que se buscan en la formación integral del licenciado en comunicación. La evaluación cuantitativa no es coincidente con la formulación de dicho objetivo.

- **Objetivos Específicos:**

Los objetivos específicos son congruentes y suficientes para alcanzar el objetivo general ya que se orientan al logro de éste. Cuatro de los seis objetivos aluden expresamente a la formación intelectual, mientras que los dos restantes sólo se implica. Todos los objetivos incluyen aspectos humanísticos para la formación del profesional y destacan una perspectiva social.

Tres de los objetivos específicos son de tipo profesional al enmarcar habilidades y capacidades relacionadas con la investigación, del trabajo colaborativo, en el ámbito organizacional y mediático. Todos los objetivos específicos consideran los

El campo profesional y los saberes propios del programa educativo (teóricos, heurísticos y axiológico se enuncian de manera implícita al identificar los ámbitos de desarrollo en los que podrá intervenir el profesional de la comunicación. En la redacción, por lo menos tres de los objetivos específicos describen con claridad, los tres restantes omiten el para qué y uno de ellos está redactado de forma ambigua porque no se percibe con claridad el para qué.

Los objetivos específicos explicitan de forma concreta lo que se pretende alcanzar a partir de habilidades, competencias y conocimientos aludiendo cuatro de ellos a la disciplina comunicativa, los dos últimos aluden a una formación interdisciplinaria resaltando la formación integral del comunicador.

Los objetivos específicos expresan las problemáticas que corresponde atender al profesionista egresado del programa incluyendo la formación integral del sujeto.

Los objetivos específicos están redactados de forma positiva, son viables, claros y comprensibles y están articulados con el objetivo general y presentan la formación de habilidades, competencias y conocimientos

descritos. Y por su naturaleza son susceptibles de ser evaluados cualitativamente

3.2. Perfil de egreso y competencias

3.3. Organización del Plan de Estudios

El plan de la licenciatura en Comunicación 2017 está organizado, acorde con los lineamientos institucionales en cuatro Áreas de formación; las asignaturas se desprenden de siete líneas curriculares, que dan también soporte a los dos bloques terminales que se integran en el último tercio de la trayectoria académica

3.3.1. Áreas de Formación Profesional

Las áreas de formación aglutinan las asignaturas, acorde con las etapas formativas a las que darán soporte. El área de formación general incluye asignaturas orientadas a la comprensión del entorno y el desarrollo de competencias genéricas reclamadas en el estudio de la comunicación. Las 14 asignaturas que integran el área representan el 24% del currículo.

El área sustantiva profesional está integrada por 28 asignaturas de carácter obligatorio orientadas a promover la formación que da rasgos e identidad a la licenciatura en comunicación y que atienden aspectos formativos indispensables para la profesión: Conocimiento y manejo de múltiples lenguajes; estudio y análisis entornos sociales; conocimiento de las organizaciones en su dinámica comunicativa; bases para realizar investigación; Técnicas y herramientas para el diseño y producción de mensajes para diversos soportes; entre otros. Nutren a esta área asignaturas de las siete líneas curriculares con contenidos teóricos y prácticos. Un rasgo identificado en las asignaturas del área sustantiva es su orientación para dotar de fundamentos que servirán como andamiaje básico al desempeño práctico que es reclamado en el área integral profesional.

El área integral profesional está integrada en su mayoría (6 de 9) por asignaturas que el estudiante debe seleccionar como optativas, para ubicarse en uno de los dos bloques que se ofrecen como énfasis profesional: Medios e Intervención Social o Gestión Comunicativa e Imagen. Cada bloque se

constituye por seis asignaturas que el estudiante elige de una oferta de 8 posibles en cada bloque. Las asignaturas de esta área profundizan en el aprendizaje de ámbitos específicos de la disciplina y orientan el desarrollo de competencias profesionales hacia la definición de un énfasis profesional, que lo prepara particularmente acomodarse en el mercado laboral.

El área de formación transversal comprende, tanto horas clase como trabajo de campo supervisado. En esta área se ubica el Servicio Social de 480 horas con valor de 10 créditos y la Práctica Profesional de 320 horas con un valor de 6 créditos. Además, un bloque de dos asignaturas Optativas (7 y 8) de la línea curricular de Metodología con valor de 10 créditos, en las que el estudiante desarrolla un proyecto de investigación relativo al bloque terminal seleccionado.

3.3.2. Campos Formativos

El plan de estudio identifica Campos formativos sino Bloques formativos terminales; éstos, como se ha mencionado anteriormente, se ubican en el área de formación integral profesional y buscan orientar la formación hacia ámbitos específicos de desempeño del profesionista:

Se distinguen dos Bloques: Gestión comunicativa e imagen y Medios e intervención social; que otorgan la opción a los estudiantes de afianzar conocimientos especializados en alguno de estas dos opciones. En el caso del bloque denominado Gestión comunicativa e imagen otorga la opción de profundizar en temáticas relacionadas con los estudios organizacionales y de la publicidad y la mercadotecnia; en tanto, en el bloque de Medios e intervención social se genera la posibilidad de profundizar sobre tópicos relacionados con los tipos de periodismo y en temas de fenómenos sociales emergentes que permiten a los comunicadores realizar toma de decisiones para intervenir en temáticas sociales.

3.3.3. Líneas Curriculares

El plan de estudios de comunicación está integrado por siete líneas curriculares en las que el conjunto de las asignaturas que forman parte de cada una contribuye a sus objetivos y le otorgan identidad.

Las siete líneas curriculares guardan una sólida congruencia interna entre ellas y con los demás componentes del PE. La relación de conexión entre cada línea es múltiple y recíproca.

Las líneas de conexión recíproca directa entre Fundamentos de la Comunicación y Comunicación y Lenguaje son congruentes al impactar las líneas curriculares que integran los dos bloques de énfasis profesional: Bloque de Gestión Comunicativa e Imagen y el Bloque de Medios e Intervención Social. En el caso del primer Bloque está integrado por la línea curricular de Comunicación Organizacional y Publicidad y Diseño; en el caso

del segundo Bloque sus líneas curriculares correspondiente son Comunicación Emergente y Comunicación Convergente.

Las líneas curriculares con conexión directa se observan de Fundamentos de la Comunicación con todas las líneas con excepción de la línea curricular de Metodología con la que establece una relación indirecta. Esta misma de conexión se establece con la línea curricular de Comunicación y Lenguaje al incidir en todas las líneas curriculares. La línea curricular de Metodología impacta indirectamente de manera transversal con todas líneas curriculares del PE. (ver ilustración 1)

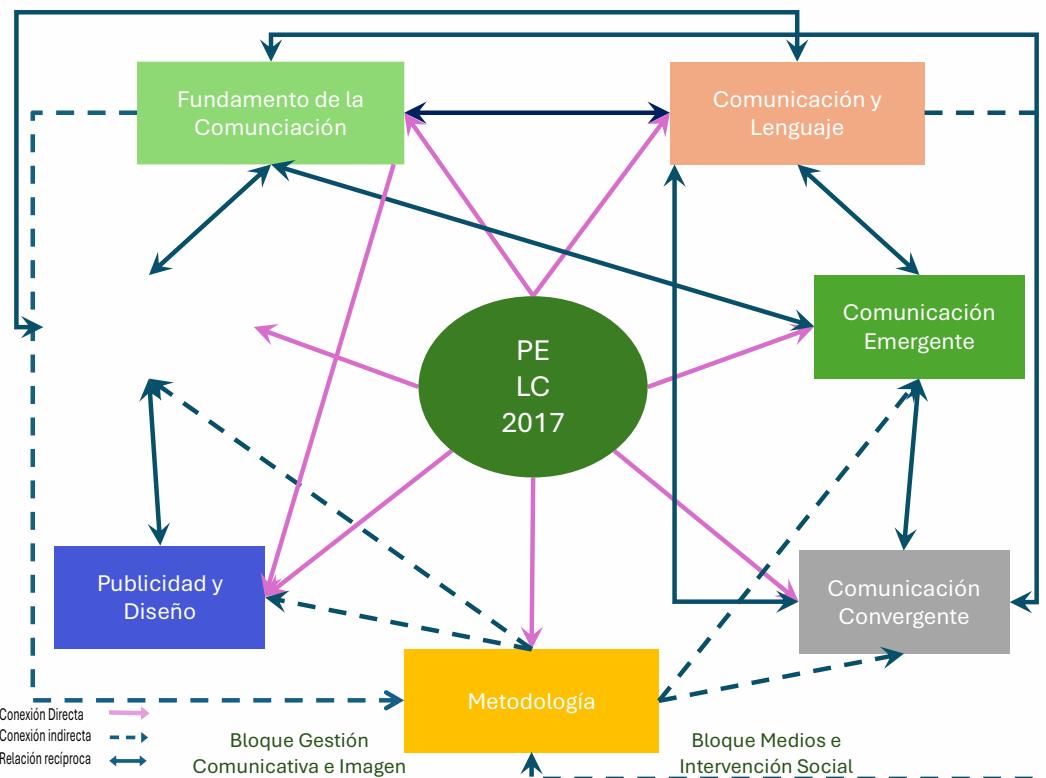


Ilustración 1 Evaluación de la Congruencia Interna entre líneas curriculares del PE 2017

A continuación, se describen cada una de las siete líneas curriculares que integran el PE y que dan sentido y pertinencia al programa de estudio vigente:

- **Metodología**

La línea curricular de metodología se conforma por siete asignaturas donde cinco son obligatorias y dos optativas de acuerdo con el bloque de énfasis terminal y establece una relación de conexión directa con ellas. La asignatura Habilidades del pensamiento es institucional, su carácter transversal establece una relación indirecta con las asignaturas de la línea y relación

reciproca con Estadística para la comunicación. La asignatura de Métodos de Investigación establece una conexión directa con Diseño de Proyectos de Investigación y Optativa 7.

Esta línea curricular se caracteriza por tener impacto de manera directa e indirecta en todas las líneas curriculares que conforman la malla curricular de la licenciatura en comunicación: Comunicación emergente, Comunicación convergente, Comunicación organizacional y Publicidad y Diseño.

Las tres asignaturas de relación reciproca directa (Métodos de investigación, metodología cualitativa y cuantitativa y Diseño de proyectos de investigación) dotan a los alumnos de los postulados básicos para desempeñarse de manera profesional en el diseño de proyectos de investigación con el uso de métodos y técnicas con enfoque científico para fundamentar sucesos sociales que se suscitan en la realidad; de igual forma estos conocimientos le permiten realizar tomas de decisiones en contextos organizacionales. En tanto, las asignaturas de conexión directa (Habilidades del pensamiento y Estadística para la comunicación) complementan a la de conexión recíproca directa porque otorga a los estudiantes de herramientas técnico-metodológicas que le permitirán desarrollar y perfeccionar formas de acercarse a describir y analizar realidades sociales a partir de la estadística con el propósito de analizar de manera objetiva la información recabada para posteriormente ayudarle a realizar toma de decisiones.

Las asignaturas de conexión indirecta (optativas 7 y 8) relacionadas con Proyectos de investigación 1 y 2 permiten fortalecer este conocimiento metodológico al tener como finalidad que los estudiantes realicen investigaciones de corte científico en temáticas de interés que se encuentran en los bloques de Medios e Intervención Social y en Gestión Comunicativa e Imagen.

Como parte de la congruencia con el perfil de egreso del profesional de la comunicación esta línea curricular se caracteriza por forjar rasgos relacionados con la capacidad de análisis y síntesis, el pensamiento crítico y creativo, la capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica, la resolución de problemas toma de decisiones, habilidades de investigación, diseño y gestión de proyectos y el compromiso ético.

En relación con las incongruencias y que al mismo tiempo pueden considerarse como oportunidades para fortalecer la línea, se puede mencionar que es necesario otorgar conocimientos sobre software que procesan información en la investigación cualitativa, de igual forma se requiere incluir contenidos temáticos sobre las nuevas metodologías utilizadas en las investigaciones relacionadas con los medios alternativos: internet, redes sociales, nuevas tecnologías. En correspondencia a la incongruencia de conocimientos de otros softwares, el señalamiento se realiza porque se observa que en materias como métodos de investigación, metodología cualitativa y cuantitativa y diseño de proyectos se enfatiza el conocimiento de realizar investigaciones de corte cualitativo; sin embargo,

no se les ofrece a los estudiantes saberes para procesar la información con paquetería cualitativa y en contraste si existe una asignatura (Estadísticas para la Comunicación) que posibilita procesar información para cuantificar datos. (Ver Ilustración 2)

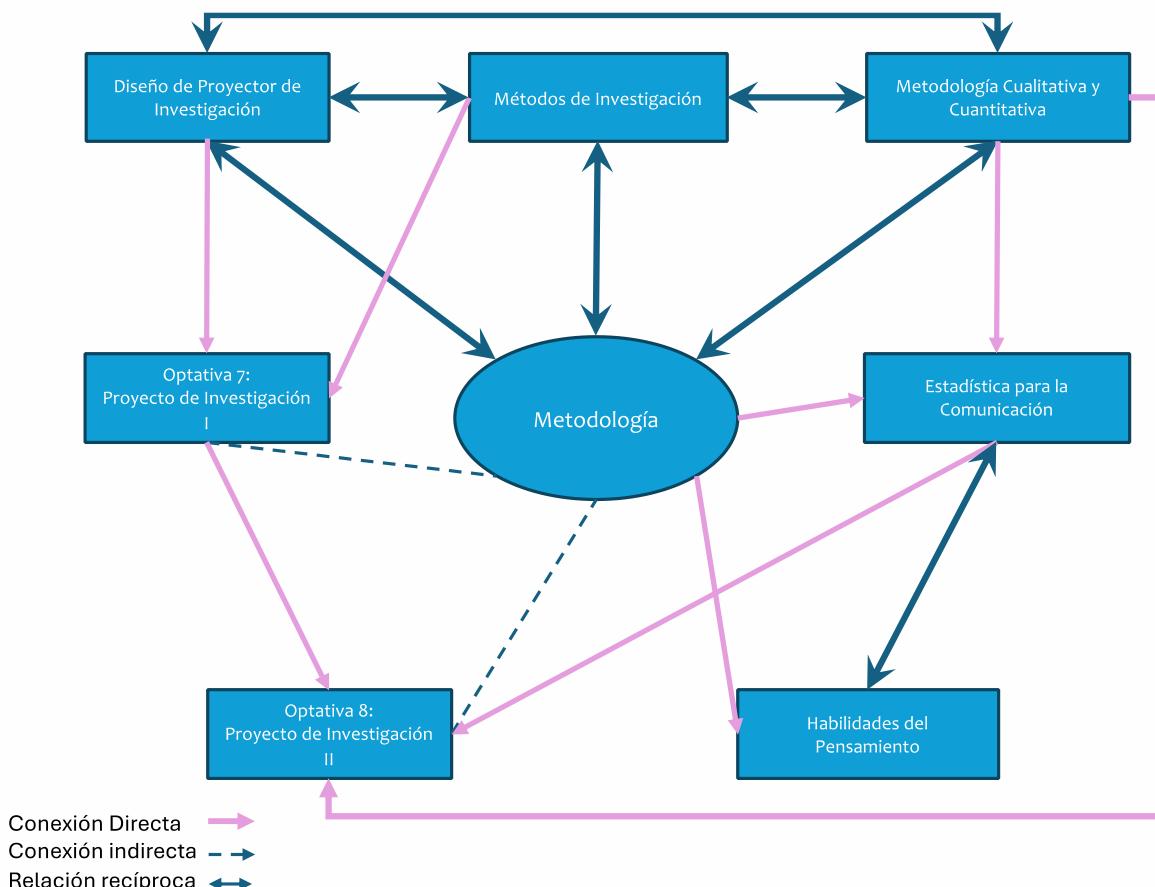


Ilustración 2 Congruencia interna de la Línea curricular: Metodología

Fundamentos de la Comunicación

La línea curricular de fundamentos de la comunicación se conforma por seis asignaturas, una de ellas se encuentra en el área general (Comunicación y Sociedad) las otras cinco (Responsabilidad de los medios, Semiología, Cultura digital, Teorías clásicas de la comunicación y Enfoques teóricos contemporáneos) se encuentran en el área sustantiva profesional con rasgos de materias obligatorias. Las asignaturas Teorías Clásicas de la comunicación y Enfoques teóricos contemporáneos tiene seriación explícita

Las asignaturas con saberes teóricos conceptuales dotan a los comunicadores de bases teóricas fundamentales para el quehacer profesional , en el caso de la asignatura comunicación y sociedad que se encuentra en el área general se observa congruencia con las asignaturas subsecuentes (Estética de la comunicación oral y escrita, responsabilidad

social de los medios , tecnología de la información y comunicación y creatividad y diseño) porque esta firma dotara a los estudiantes a la comprensión de fenómenos sociales que se dan en la comunicación humana desde diferentes aportes interdisciplinarios de la psicología, la sociología y estudios culturales.

Por su parte las asignaturas obligatorias otorgan el soporte teórico relacionado con la disciplina del comunicador para analizar los sucesos sociales con las teorías propias de la comunicación. Las asignaturas como enfoques teóricos contemporáneos, teoría clásica de la comunicación se identifican con una relación recíproca de conexión directa mientras que las cuatro restantes se muestran una relación de conexión indirecta.

Asimismo, la línea es congruente con su enfoque porque dota a los estudiantes de los preceptos básicos teóricos con el propósito de desarrollar las competencias y habilidades necesarias para configurar el perfil del futuro egresado de la licenciatura en comunicación. Se puede afirmar que es una de las líneas donde el concepto central y subordinados muestran una conexión recíproca y directa con cada una de las asignaturas. Con relación a las conexiones indirectas se distingue relación con las otras líneas curriculares como metodología, publicidad y diseño, comunicación convergente y comunicación organizacional

Esta misma congruencia se observa en los atributos que se aprecian en el perfil de egreso en donde se considera que los profesionistas de la comunicación deberán ser capaces de implementar procesos de intervención en la realidad social para promover cambios sociales. En esa misma línea de congruencia en el egresado, los conocimientos se alinean con formar individuos que sean capaces de analizar los movimientos y escenarios sociales desde la perspectiva de procesos comunicativos para que les permita tomar decisiones e intervenir resolutivamente en ellos. (Ver Ilustración 3)

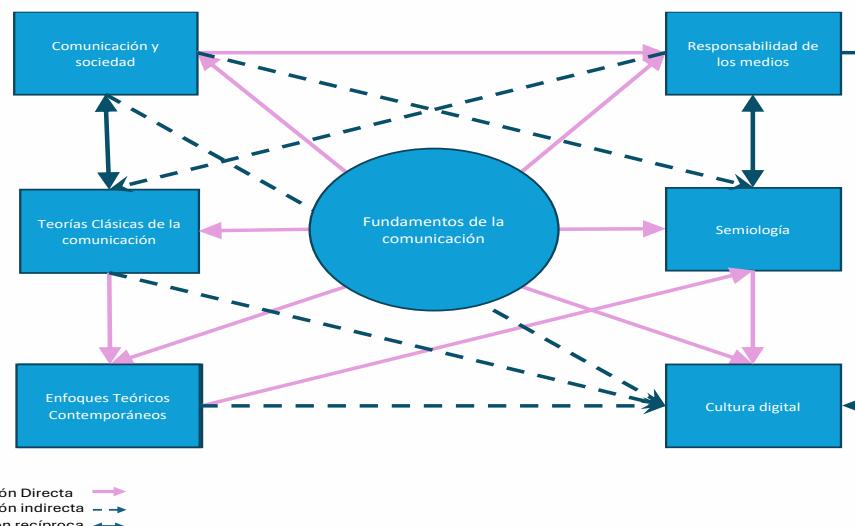


Ilustración 3 Congruencia interna de la Línea Curricular: Fundamentos de la comunicación

Comunicación y Lenguaje

Línea curricular “Comunicación y Lenguaje” está conformada por siete asignaturas obligatorias, de las cuales seis son propuesta directa del programa educativo, y una es la asignatura institucional. Las asignaturas obligatorias proporcionan una base teórica sólida en la relación Lenguaje y comunicación. Desde esta línea curricular el profesional de la comunicación comprenderá la literalidad del lenguaje verbal oral y escrito, como principal elemento que delinea la identificación sujeto-mundo, y permite el reconocimiento de los procesos humanos, incluido su propio reconocimiento.

La denominación de cada una de las asignaturas que integran la línea guarda una relación de conexión directa con el nombre e intencionalidad de la línea. Entre asignaturas de Lenguaje y realidad social, redacción de textos académicos y estética de la comunicación, expresión escrita creativa y expresión oral mantienen una relación de conexión indirecta; Mientras que las asignaturas Estética de la comunicación y Expresión escrita creativa establecen una relación de subordinación y conexión directa con las asignaturas Comprensión del discurso literario y Redacción de textos académicos. De igual forma se distinguen relaciones recíprocas entre Comunicación oral y escrita con Expresión oral expresión escrita creativa; así como ésta última con Estética de la comunicación. (Ver Ilustración 4)

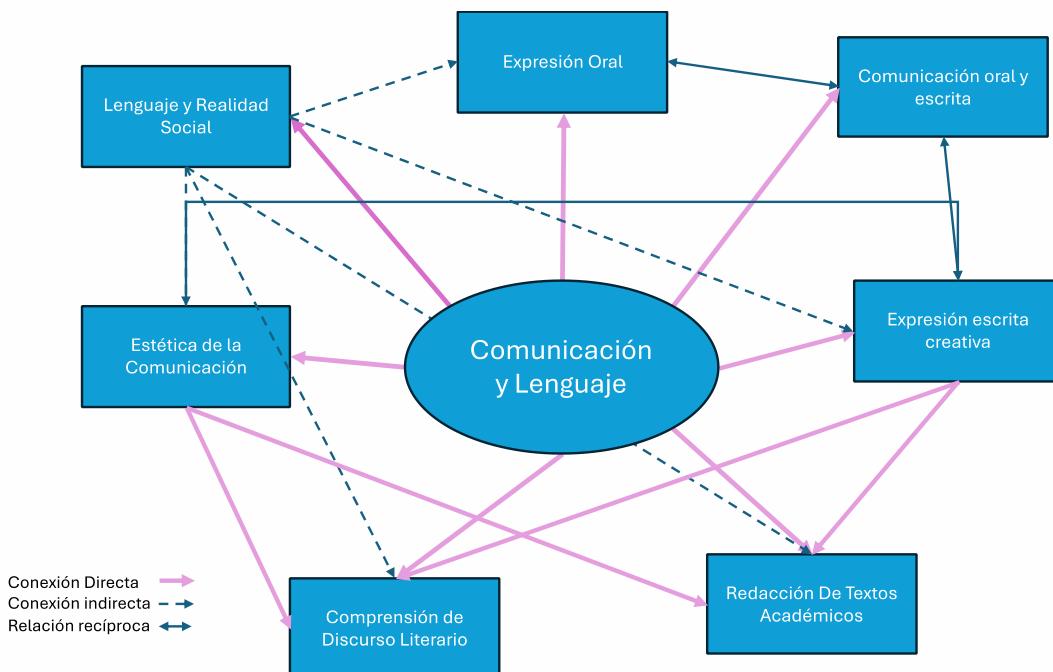


Ilustración 4 Congruencia interna de la Línea curricular: Comunicación y Lenguaje

Comunicación Emergente

La línea curricular de metodología se conforma por nueve asignaturas, cinco de ellas son obligatorias y cuatro asignaturas son optativas y forman parte del Bloque de medios e intervención social. De las asignaturas obligatorias dos son institucionales (Derechos humanos, sociedad y medio ambiente; Filosofía y ética profesional).

Con esta línea se propicia conocimiento exhaustivo del entorno y sus desequilibrios como una característica que favorecerá el desarrollo de la capacidad de intervención y atención a las diferencias en situaciones emergentes, imprevistas y diversas a través de estrategias orientadas a fortalecer o reconstruir el tejido social a partir de la articulación ciudadana cuyo principio se sustente en el diseño táctico de información, capacitación y educación de sectores de la población potencialmente afectada por las emergencias sociales.

Esta línea apunta a formar sujetos que puedan comprender sensiblemente los lenguajes del mundo social a partir de la reflexión y análisis de sucesos y escenarios de la historia reciente que prepararon las condiciones sociopolíticas características del Siglo XXI, para examinar las tendencias de los Estados-Nación que dan identidad a las dinámicas mundo y la región. Además, motivan la reflexión sobre el papel del profesional de la comunicación en estos contextos.

La línea guarda una sólida consistencia con las cinco materias obligatorias y cuatro optativas

El carácter eminentemente social de las asignaturas que conforman la línea compromete expresamente en sus programas como la responsabilidad, la tolerancia, equidad; sin embargo, se observa que es necesario, para fortalecer los alcances del modelo educativo considerar otros rasgos indispensables para la convivencia armónica como la promoción del respeto a la diversidad y el desarrollo de actitudes destinadas a promover la inclusión y los espacios democráticos. (Ver ilustración 5)

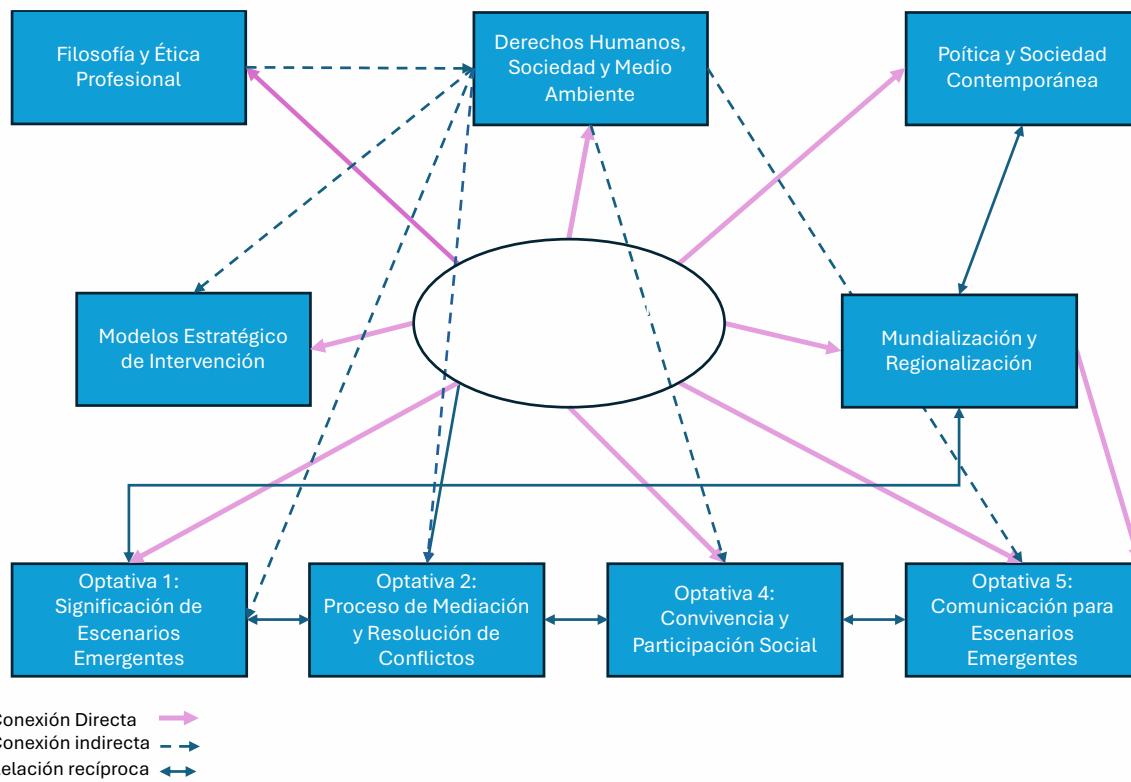


Ilustración 5 Congruencia interna de la Línea curricular: Comunicación Emergente

Comunicación Convergente

La línea de comunicación convergente es la más robusta de las siete que integran el plan con un total de 13 asignaturas de las cuales nueve son obligatorias y cuatro optativas que se ofrecen como parte del bloque de énfasis terminal de Medios e intervención social. Esta línea se ocupa de la formación del estudiante de comunicación en su dimensión instrumental esencialmente ya que anima la intervención, el manejo, y producción de mediática comunicativa en múltiples contextos sociales.

Las asignaturas de esta línea están encaminadas a la construcción de conocimientos teóricos y prácticos de los medios de comunicación tanto tradicionales como digitales en sus diferentes formatos, con base en el reconocimiento y aplicación de los lenguajes y su expresión en múltiples soportes para alcanzar a públicos diversos.

Las asignaturas que integran la línea guardan una congruencia sólida tanto al interior como con el propósito de la línea, ya que a través de ellas exploran e incentivan los procesos indispensables para la construcción de mensajes mediáticos: generación y manejo de información producción de audio, imagen e imagen en movimiento. La línea tiene una fuerte presencia de la actividad periodística como una actividad que cataliza y media la generación de contenido en diversos medios, formatos y lenguajes (sonoro y visual). Las

asignaturas de periodismos informativo, de opinión y de investigación mantienen conexión directa entre ellas y relación indirecta y supra ordinada con las optativas Periodismo especializado, Periodismo Literario, Periodismo en hipermedia y Recursos gráficos del periodismo. Todas las asignaturas sobre periodismo mantienen relaciones indirectas entre ellas y con las asignaturas Tecnologías de la información y la comunicación. La asignatura de Guion y Narrativas Audiovisuales es supra ordinada con conexión directa con Producción Sonora y Producción Audiovisual, Tecnologías de la Información y la Comunicación tiene conexiones indirectas con Genealogía de la Comunicación, así como con las asignaturas que de Producción Sonora y Audiovisual y Arquitectura de la Comunicación. Esta última guarda una relación directa supra ordinada con las optativas: Periodismo en Hipermedia y Recursos Gráficos del Periodismo. Las optativas de la línea tienen la particularidad de contextualizar la actividad periodística en contextos específicos en los que se reclama rasgos particulares para el desempeño de esta actividad.

La congruencia de esta línea sirve como soporte a el bloque Medios e Intervención Social en el que la actividad comunicativa y especialmente la generación de información y producción de mensajes es clave.

Los contenidos, como se señaló en la descripción de la línea, privilegian los saberes instrumentales y procedimentales requeridos en la generación de mensajes, por lo que si bien es consistente con los perfiles de egreso en cuanto al alcance del desarrollo de habilidades en el manejo de medios, se hace evidente un desapego explícito sobre rasgos o características axiológicas deseables en el en la ejecución de estas prácticas, es decir los programas son omisos en la orientación de competencias destinadas a promover la diversidad, la inclusión y propiciar espacios pacíficos y democráticos. (ver ilustración 6)

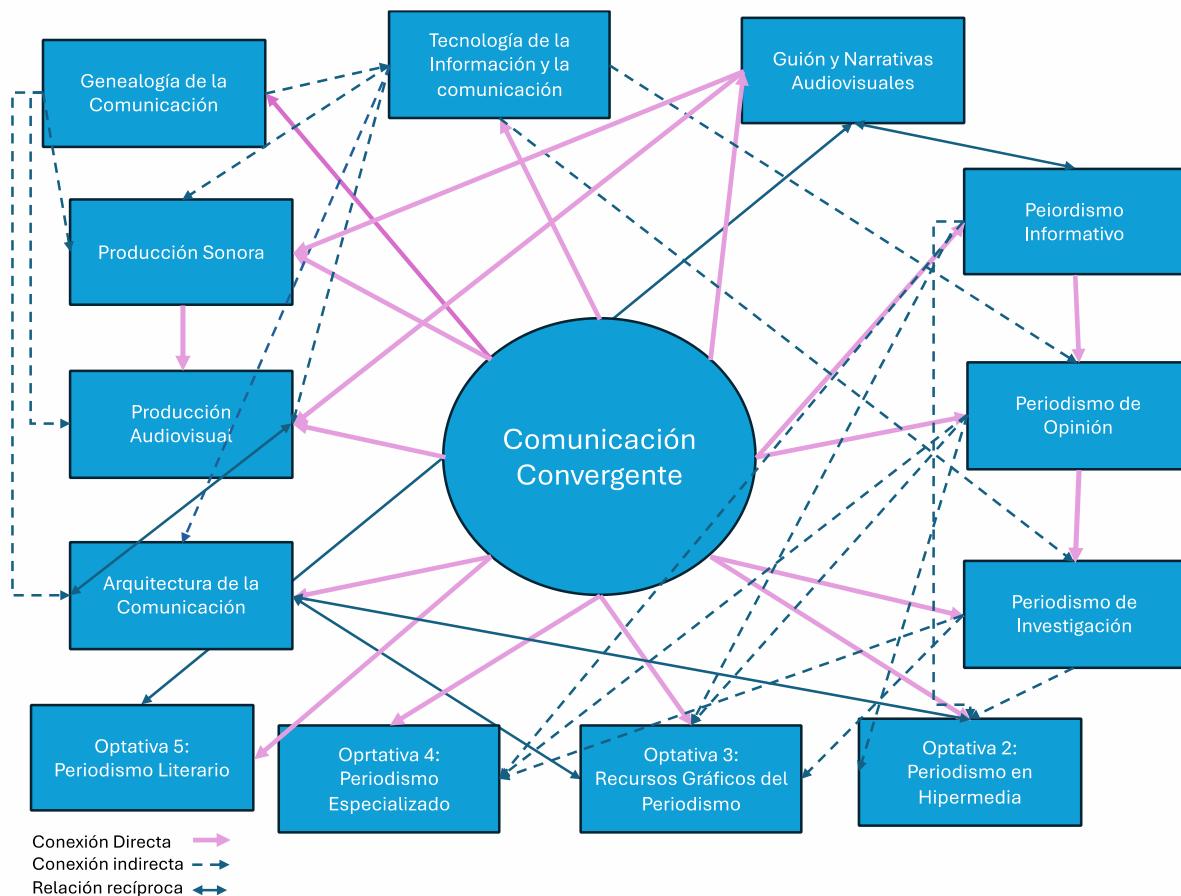


Ilustración 6 Congruencia interna de la Línea Curricular: Comunicación Convergente

Comunicación Organizacional

La línea curricular de Comunicación Organizacional se caracteriza por contar con un total de 6 asignaturas de carácter obligatorio: Inteligencia Emocional Social, Proceso Administrativo, Teoría Organizacional, Comunicación Organizacional, Relaciones Públicas y Emprendedores. Como parte del complemento de la formación integral de los comunicadores esta línea oferta cuatro asignaturas consideradas optativas: Consultoría y Diagnóstico Organizacional (Op.1), Comportamiento organizacional (Op.2), Organización de Eventos (Op.3) y Planeación Estratégica (Op.4); el conjunto de asignaturas denominadas obligatorias otorga a los profesionales de la comunicación el soporte teórico indispensable para acercarse a los estudios organizacionales y lograr comprender los diferentes fenómenos sociales que tienen lugar dentro y fuera de las organizaciones.

Las asignaturas optativas se ofertan con el propósito de lograr un conocimiento especializado en donde el alumno podrá fortalecer la práctica en temáticas organizacionales para la toma de decisiones en los escenarios cambiante y dinámicos en los que se desenvuelve cualquier organización.

Las asignaturas con relación recíproca directa son Inteligencia Emocional Social, Teoría Organizacional, Proceso Administrativo, Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas porque dotan a los alumnos del soporte teórico para desempeñarse de manera profesional en los contextos organizacionales con el uso de métodos y técnicas de carácter científico para fundamentar fenómenos que se suscitan en las diferentes organizaciones; de igual forma estos conocimientos le permiten realizar tomas de decisiones para el mejoramiento de las dinámicas internas y externas.

Las de conexión directa, en este caso conformada por la de Emprendedores, Consultoría y Diagnóstico Organizacional, Planeación estratégica y Organización de Eventos complementan a la de conexión recíproca directa porque otorga a los estudiantes la posibilidad de fortalecer habilidades y competencias relacionadas con saberes especializados para ejercitarse los fundamentos teóricos en el ejercicio práctico de la toma de decisiones que le permitan desarrollar y perfeccionar formas de acercarse para analizar realidad social en los contextos organizacionales.

En la conexión indirecta, se observa la asignatura de Comportamiento Organizacional que de acuerdo con el contenido temático del programa de estudio se orienta a fortalecer los conocimientos teóricos de asignaturas como teoría organizacional porque se retoma como contenidos temáticos el comportamiento de los individuos y grupos en los diferentes tipos de estructuras organizacionales. Al mismo tiempo esta subordinación indirecta permite afianzar conocimiento especializado con la asignatura de Proceso Administrativo al relacionarse con temáticas de modelos de estructuras organizacionales.

La congruencia de esta línea curricular se establece de manera clara con la relación recíproca directa entre las asignaturas antes señaladas porque otorgan los fundamentos teóricos metodológicos para los estudios organizacionales; de igual forma se percibe este rasgo de consistencia con las asignaturas de subordinación directa al cumplir con la intención de fortalecer los conocimientos especializados de forma práctica para la toma de decisiones; sin embargo, como parte de las incongruencias observadas en las conexiones indirectas se percibe que la asignatura que se encuentra en esta relación se presenta como una materia totalmente teórica sin ofrecer la posibilidad de realizar la práctica correspondiente que se busca en las asignaturas optativas.

La reciprocidad de congruencia en el perfil de egreso de los profesionistas de la comunicación se observa en la intencionalidad para forjar competencias relacionadas con la capacidad de organizar y planificar, la resolución de problemas, la toma de decisiones, la planeación estratégica, la capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica, la cultura emprendedora, las habilidades de investigación, en el diseño y gestión de proyectos, la gestión de la calidad y el compromiso para la sustentabilidad.

Una de las incongruencias destacables al observar el contenido temático de las asignaturas que conforman la línea curricular organizacional es la relacionada con la asignatura de emprendedores en donde se identifica repetición de contenidos temáticos en la unidad 2 en los puntos 2.3 y 2.4 donde se propicia información relacionada con la asignatura de Mercadotecnia que pertenece a la línea curricular de Publicidad y Diseño; en el caso del programa de estudio de Mercadotecnia en la unidad 2 se proporciona información teórica relacionada con los puntos 2.3 y 2.4 de emprendedores que constituyen la misma información en los dos programas de estudios. (ver ilustración 7)

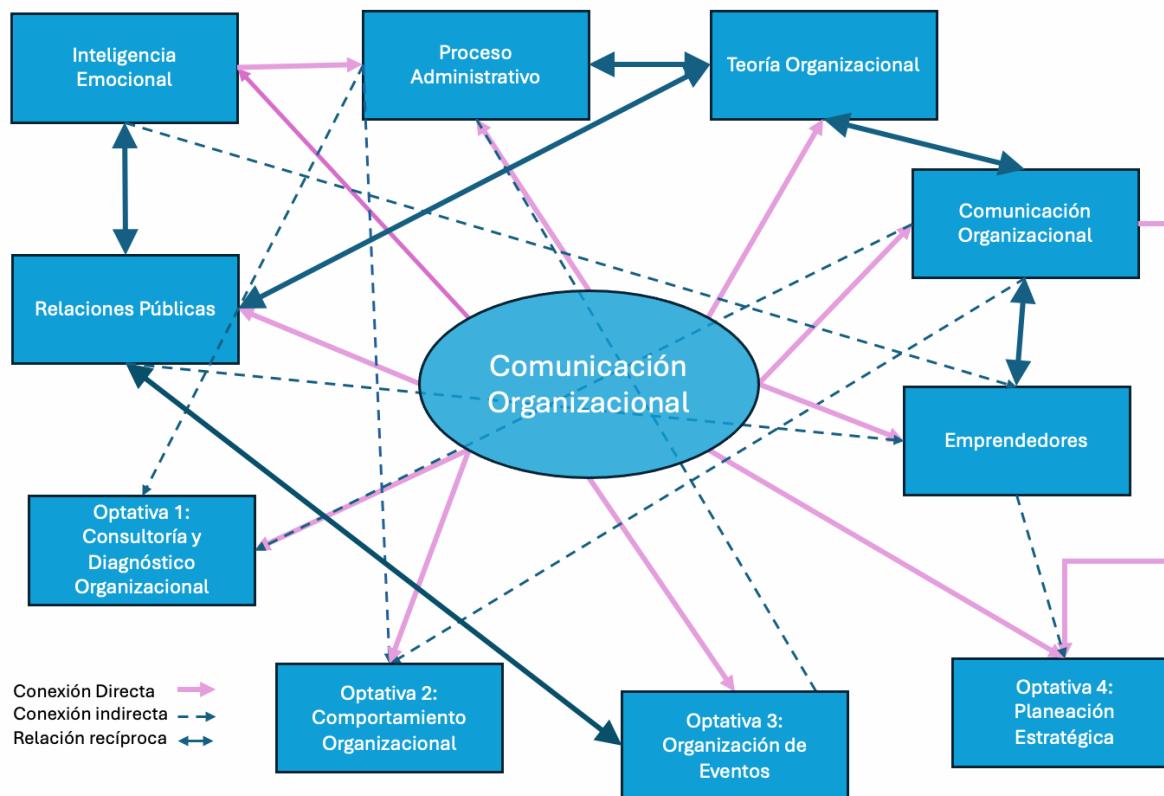


Ilustración 7 Congruencia interna de la Línea Curricular: Comunicación Organizacional

Publicidad y Diseño

La línea curricular de Publicidad y Diseño está conformada por 10 asignaturas de las cuales seis son obligatorias (Creatividad y Diseño, Diseño por computadora 1 y 2, Fotografía, Mercadotecnia y Publicidad) y cuatro optativas (Fotografía Publicitaria, Diseño de Campañas Publicitarias, Imagen e Identidad y Formatos Digitales (optativa 2,5 y 6 respectivamente) que nutren el bloque formativo con énfasis terminal de Gestión Comunicativa e Imagen. Las obligatorias se caracterizan por dotar a los estudiantes de los conocimientos teóricos necesarios para de forma posterior aplicarlos en las

asignaturas optativas de forma práctica y con ello orientarlos a desarrollar propuestas creativas, innovadoras y con tomas de decisiones asertivas.

Las asignaturas tienen entre sí una relación directa con la línea curricular y es a través de ellas que busca desarrollar competencias para identificar y analizar problemáticas de publicidad, diseño e imagen. Todos los contenidos de la línea de Publicidad y Diseño articulan contenidos de forma directa, indirecta y con relación recíproca, como a continuación se describe:

La asignatura de Creatividad y Diseño tiene relación indirecta con Publicidad, Fotografía, Diseño por Computadora I; ésta última presenta una conexión directa con Diseño por Computadora II y Fotografía. Diseño por computadora II presenta una relación directa con la Optativa 6: Imagen e Identidad y cuenta con una relación de conexión recíproca con la optativa 2: Fotografía Publicitaria, que a su vez es subordinada de Fotografía. Por otra parte, la asignatura de Mercadotecnia presenta una relación directa con Publicidad, además de contar con una conexión de relación directa con la Optativa 5: Diseño de Campañas Publicitarias, la cual tiene relación recíproca directa con la Optativa 2: Fotografía Publicitaria. Por otra parte, Formatos digitales está subordinada con conexión indirecta de Mercadotecnia y Publicidad.

Al considerar los tres tipos de relaciones de congruencia interna de la línea curricular con el perfil de egreso se observa que el Licenciado en comunicación será capaz de lograr un conocimiento especializado porque se busca forjar las siguientes competencias de egreso: Comunicación oral y escrita en la propia lengua, resolución de problemas, toma de decisiones, capacidad de innovación, planeación estratégica, capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica, diseño y gestión de proyectos, valoración por la expresión artística y uso de las TIC. (ver ilustración 8)

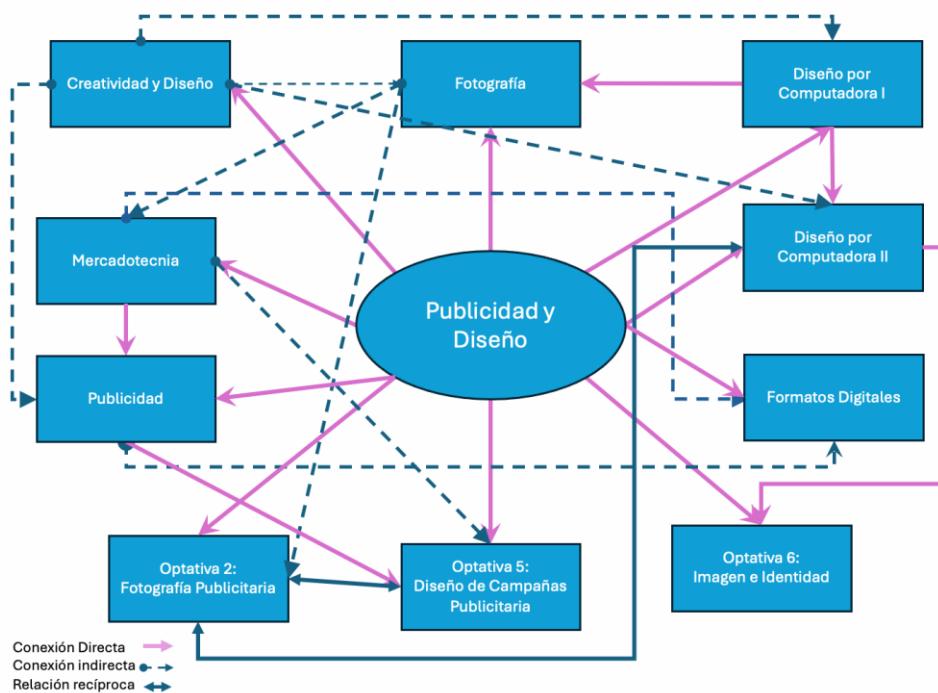


Ilustración 8 Congruencia interna de la Línea Curricular: Publicidad y Diseño

3.4. Flexibilidad curricular (materias optativas y las de formación transversal).

El ME que fundamenta el PE-LC2017 establece la flexibilidad curricular desde tres características esenciales: en el tiempo, de espacios y contenidos.

- **Flexibilidad en el tiempo:** el PE está diseñado para realizarse en cuatro años (ocho ciclos) en una trayectoria idónea y puede concluirse hasta en siete años (14 ciclos), con un mínimo de 17 créditos y un máximo de 39 por cada periodo.
- **Flexibilidad de espacios:** Esta operativa, brindaba a los estudiantes cursar materias del área de formación general en modalidad física en sus Divisiones Académicas, así como la posibilidad de movilizarse a otras divisiones o en la plataforma de Educación a Distancia (SEAyD) impartida por académicos de la institución.
- **Flexibilidad de contenido:** Los contenidos de las asignaturas son diseñados bajo la formación de competencias genéricas y complementarias de acuerdo con las disciplinas formativas. En donde el estudiante se apropiá de los contenidos a partir de sus necesidades locales, culturales, sociales y políticas para desarrollar las habilidades que le permitan accionar en su campo profesional.

El PE en su estructura curricular se contemplan las cuatro áreas de formación: General, Sustantiva Profesional, Integral Profesional y Transversal.

Formación General:

Ésta ofrece contenidos que dotan de conocimiento propios para la integración a una disciplina. Son 14 materias obligatorias, de las cuales nueve son de la disciplina y cinco de contenidos institucionales que dan sello en la formación de los universitarios.

Formación Sustantiva:

Las 28 asignaturas que conforman la formación sustantiva de los LC son obligatorias y están orientas al desarrollo de competencias complementarias para la formación de la disciplina con contenidos teóricos-conceptuales y axiológicos,

Formación Integral Profesional:

Las nueve asignaturas que ofrece la formación integral profesional está integrada por tres asignaturas obligatorias y seis asignaturas optativas a cursar de los bloques de énfasis terminal. Cada bloque ofrece nueve asignaturas.

Formación Transversal:

El área de formación transversal está integrada por dos asignaturas obligatorias que oferta cada bloque de énfasis terminal, se resalta la formación integradora del futuro profesional de la comunicación al implementar los conocimientos adquiridos a través de aportaciones y colaboraciones que se realizan a través del Servicio Social y las Prácticas Profesionales.

La LC ofrece un perfil de formación individual a ofertar la optativa del bloque de formación profesional Gestión, comunicativa e imagen que se nutre de las líneas curriculares de Publicidad y Diseño, Comunicación Organizacional y Metodología ofreciendo un total de 9 asignaturas para la electividad de seis que se convierten en obligatorias dentro del bloque. Por otra parte, el bloque de énfasis profesional Medios e Intervención Social es conformado por las líneas curriculares de Comunicación Emergente, Comunicación Convergente y Metodología, presentando de igual forma un abanico de nueve asignaturas para elegir solamente seis de ellas.

La asignatura Emprendedores de la Línea Curricular de Comunicación Organizacional contribuye al desarrollo de estrategias, actitudes y acciones transversales que le permiten a los estudiantes poner en práctica las habilidades, competencias y saberes adquiridos en su trayectoria formativa.

3.5. Programas de estudio de las asignaturas

De manera general los programas de estudios de las 64 asignaturas ofrecen información sobre seis aspectos básicos:

- Identificación de la asignatura y su ubicación en el plan de estudio y la relación implícita o explícita con otras asignaturas.
- Propósito y competencias por desarrollar, agrupándolas en genéricas y específicas;
- Contenidos de la asignatura organizados por unidades, que incluye aprendizajes esperados y sugerencias de evidencias del aprendizaje
- Metodologías para el aprendizaje, que incluye sugerencias para el desarrollo de actividades con docente y autónomas.
- Evidencias del aprendizaje que incluye indicaciones sobre la acreditación y sugerencias para la evaluación y calificación de la asignatura.
- Fuentes de apoyo y consulta clasificadas en Básicas y Complementarias
- Autores de programa.

La estructura de los programas de estudio contempla tres o cuatro unidades a desarrollarse en 16 semanas, con un rango entre cuatro y seis horas clase a la semana. Del total de 52 asignaturas por cursar en el PE, el 56% de los programas son asignaturas de cinco horas, el 23% suman seis horas semanales y el 21 % de cuatro, en consecuencia y congruente con la asignación de crediticia del sistema SATCA cada programa aporta un número de créditos, entre cuatro y seis, a la trayectoria escolar (un crédito por cada 16 horas de clase).

Los contenidos enunciados en los programas son esencialmente conceptuales, aunque sugieren actividades que en las que se implican rasgos actitudinales y axiológicos.

4. Propuestas y sugerencias

Como parte del ejercicio de analizar la congruencia de las líneas curriculares, los programas de estudios y las distintas relaciones directas e indirectas entre las asignaturas se propone considerar las siguientes recomendaciones:

4.1. Cargas horarias y créditos

- Con el propósito de dar viabilidad a la asignación de cargas horarias se sugiere la unificación de horas clases para las asignaturas de cinco y seis con la consecuente asignación crediticia.
- La distribución de horas clases en las asignaturas teóricas de cinco créditos, las prácticas de seis; las de seis créditos pueden distribuirse en cargas horarias de tres días a la semana y las de cinco horas igual de tres días.

- Adecuar los créditos del plan de estudios conforme a lo establecido en el modelo educativo vigente, de 300 a 400 créditos y procurar los créditos mínimos.
- Adecuar la metodología de asignación de créditos en el marco del modelo educativo.

4.2. Estructura curricular

- Es recomendable que las líneas curriculares mantengan la posibilidad de ofertar opciones de formación con énfasis profesional de acuerdo con los intereses de los estudiantes a fin de dar respuesta a las necesidades de los sectores productivos de la entidad.
- Unificar el valor crediticio de las asignaturas institucionales, es decir de cuatro se incrementen a cinco créditos.
- Para una mejor operatividad y seguimiento de la estructura curricular y sus trayectorias se recomienda conformar comisiones académicas por líneas curriculares con el propósito de establecer mecanismos de planeación, organización y evaluación de los contenidos y socializar información referente a cada línea. Lo que posibilitará la actualización de los contenidos de programa cuando estos lo ameriten sin cambiar la estructura oficial.
- Incluir de manera expresa a lo largo del Plan de Estudio y sus componentes las políticas públicas abanderadas por la Nueva Escuela Mexicana (NEM), e incluir asignaturas conocimientos, habilidad y competencias que atiendan las exigencias del orden internacional, nacional y estatal (Cultura de Paz, Sostenibilidad, Sustentabilidad, Inclusión, entre otros).

4.3. Malla curricular ideal

- Al considera las circunstancias actuales donde existe la presencia de la licenciatura en comunicación en la iniciativa privada y en donde la oferta de egreso se estima en tres años y medio se recomienda que la trayectoria ideal sea ofertada para cuatro años con la posibilidad de culminar en tres años y medios. Esta última estrategia se podrá realizar con planeación estratégica para alumnos regulares que utilicen los ciclos cortos para adelantar asignaturas. Para dar factibilidad de culminar en tres años y medio se sugiere que en la malla curricular se incluyan asignaturas con diferentes modalidades (Educación a distancia sincrónica y asincrónica).
- El tiempo máximo para cursar la licenciatura se recomiendan 12 ciclos que equivalen a seis años de permanencia. Con este tipo de acciones se minimizan recursos económicos para la institución y otorga tiempo a los estudiantes para no transitar a asignaturas que ya pertenecen a una nueva reestructuración.

4.4. Programas de estudio

- Revisar de manera escrupulosa las repeticiones de contenidos entre las unidades de cada asignatura y entre las líneas curriculares.
 - Por en la línea curricular de Metodología existe repetición de contenidos en los programas de Metodología cualitativa y cuantitativa con la asignatura de Métodos de Investigación.
 - En la línea curricular de Comunicación Organizacional existe repetición de contenido con la asignatura de Emprendedores con la Mercadotecnia (Línea curricular Publicidad y Diseño).
 - Las asignaturas de las líneas referentes a los contenidos de cada una de estas, se identifica que las asignaturas comprensión del discurso literario y expresión escrita creativa contienen temas repetitivos en narrativas: personajes, narradores, tiempo, espacios
- Se propone que, en la línea curricular convergente, se haga explícita la redacción de habilidades y competencias destinadas a promover la diversidad, la inclusión además de propiciar espacios pacíficos y democráticos de acuerdo con la Nueva Escuela Mexicana.
- Conservar las características de contenidos “abiertos” que den evidencia de la importancia de atender temáticas pertinentes ante los escenarios cambiantes de la sociedad digital en las asignaturas que presentan contenidos y prácticas que de acuerdo con sus características lo requieran.

5. Evaluación externa

El Programa Educativo de la Licenciatura en Comunicación (2010) fue evaluada por un órgano acreditador internacional y el Plan de Estudios del 2017 tenía apenas un año de su implementación. Como resultado de su visita se alcanzó la acreditación internacional, pero se desconocen las observaciones emitidas por el organismo acreditador.

6. Reflexiones finales

La revisión y evaluación que se realiza al Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación (2017) permite identificar algunos elementos de positivos en relación con la congruencia interna de los objetivos, misión, visión, perfil de egreso y la formación de habilidades y competencias enunciadas. Pero también se pueden identificar áreas de mejoras y oportunidades que permitirán al PE ser pertinente a las necesidades del entorno social, económico y productivo de la entidad y competitivo a nivel nacional e internacional. A continuación, se describen los hallazgos identificados:

- Los contenidos de las asignaturas muestran una conexión directa, recíproca e indirecta entre los conceptos centrales y subordinados, es necesario actualizarlos, ya que algunos de estos ya no se encuentran vigentes y son repetitivos desde las bases conceptuales.
- La evaluación de congruencia interna, el análisis de los objetivos y perfiles a través de la matriz permite identificar la necesidad de replantear los objetivos y perfiles de egreso acorde a los planteamientos de la NEM, en el proceso de reestructuración que se ha iniciado en este año 2025.
- En la propuesta de reestructuración, es importante revalorar la modalidad operativa y administrativa del PE, ya que la experiencia ha mostrado que estos factores dificultan la elección de tiempo y dedicación para la formación de cada estudiante.
- Gestionar la apertura de espacios que permitan al estudiante realizar movilidad académica nacional e internacional y se cumpla con la flexibilidad proyectada en el Modelo educativo 2005.
- En cuanto a los objetivos específicos, se debe incorporar de manera explícita la dimensión axiológica en su formulación.

7. *Referencias*

- De Alba, A. (1984). Evaluación de la congruencia interna de los planes de estudio; análisis de un caso. *Ideas y Perspectivas*.
<http://publicaciones.anuies.mx/acervo/revsup/res054/art6.htm>
- División Académica de Educación y Artes. DAEA (2017). *Plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación*. DAEA
- División Académica de Educación y Artes. DAEA (2018). *Guía Básica del Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación*. DAEA
- Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. (2005). *Modelo Educativo*. UJAT.

8. Anexos

Tabla 2 Evaluación y validación de la congruencia interna del objetivo general y objetivos específicos del Plan de estudios.

Evaluación y validación de la congruencia interna del objetivo general y objetivos específicos del Plan de estudios.
Matriz de orientación.

División Académica:	de Educación y Artes
Programa Educativo:	Licenciatura en Comunicación
Fecha (s) de realización:	Enero - Julio 2025
Nombres de los integrantes de la Comisión:	S. Ortega Jiménez, Martha Libny Xicotencatl Valencia y Angelica Mar

Elementos del perfil de egreso	Escala de valoración														
	Entendible (Redactados con un lenguaje sencillo para ser identificados por la comunidad universitaria y empleadores)			Posible (consideran situaciones realistas, actuales, emergentes y alcanzables)			Consistente con la misión y visión institucional			Relacionado con la misión y visión del programa			Congruente con los objetivos del programa		
	Sí	No	Parcial	Sí	No	Parcial	Sí	No	Parcial	Sí	No	Parcial	Sí	No	Parcial
¿Los atributos del saber del Perfil de egreso son?	X			X				X		X			X		
¿Los atributos del saber hacer del Perfil de egreso son?	X			X			X			X			X		
¿Los atributos del saber ser y saber convivir del Perfil de egreso son?	X			X				X		X			X		
En términos generales, ¿la relación del perfil de egreso con los requerimientos del campo laboral es?	X			X				X		X					X
En términos generales, ¿la relación del perfil de egreso con los ámbitos disciplinar y profesional que se deben considerar para tener un Perfil actualizado es?	X			X				X		X					X

Note. Después análisis marque con una X o ✓ la escala que represente la valoración de cada elemento del perfil de egreso.

Tabla 3 Perfil de Egreso. Atributos del saber (conocimientos teóricos-conceptuales)

Parte 2.		Análisis y catálogo el nombre o nombres de la o las asignaturas del plan de estudios actual (se pueden repetir las asignaturas) que contribuyen al logro del atributo.					
Perfil de egreso	Colocar en cada fila un atributo de los que se construyen						
Atributos del saber (atributos teórico-conceptuales)	1 Colocar en cada fila un atributo de los que se construyen	Lenguaje y realidad social	comprensión del discurso literario	expresión escrita creativa	comunicación oral y escrita	expresión oral	estética de la comunicación
	2 Usar el lenguaje oral y escrito, apropiada, ética y eficientemente para su aplicación profesional y social.	glifos y narrativas	producción audiovisual	arquitectura de la comunicación	tecnología de la información y la comunicación	responsabilidad social	mundialización y regionalización
	3 Elaborar contenidos para los medios y espacios de la información que demandan los acontecimientos globales y locales con responsabilidad social para la formación de la cultura y la sociedad.	globos y narrativas	producción sonora	estética de la comunicación	proceso de mediación y conflicto	formatos digitales	dispositivo por computadora y teléfono móvil
	4 Evaluar los cambios, escenarios sociales así como los formatos y herramientas digitales, para media e intervenir responsablemente en ellos.	Mundialización y Regulación	Política y sociedad contemporánea	cultura digital	Técnicas de comunicación	recursos gráficos de periodismo	Fotografía
	5 Investigar, accionar, innovar y adaptar las estrategias de intervención de los diferentes medios para difundirlos mediante una audiencia diversa.	Minutos de investigación	metodología cualitativa y cuantitativa	estadística para la comunicación	diseño de proyecto de investigación	periodismo informativo	creatividad y diseño estético de la comunicación
	6 Diagnósticar necesidades comunicativas en diversos ámbitos para generar áreas de oportunidad personal y profesional con quienes se encuentren las necesidades del contexto.	Metodos de investigación	metodología cualitativa y cuantitativa	estadística para la comunicación	periodismo especializado	glifos y narrativa	periodismo especializado
	7 Formar recursos humanos para producir materiales comunicativos innovadores y creativos que sean aplicados en distintos sectores sociales.	creatividad y diseño	comunicación organizacional	diseño de proyecto de investigación	teoría organizacional	mercadotecnia	periodismo especializado
	8 Manejar estratégicamente diversos medios y formatos comunicativos para planear, diseñar, producir y evaluar campañas de publicidad, propaganda e imagen.	publicidad	mercadotecnia	comunicación organizacional	periodismo de opinión	publicidad	modelos estratégicos de intervención social
	9 Diseñar estrategias de comunicación para asesoria profesional y éticamente el desarrollo de imagen pública.	Relaciones públicas	mercadotecnia	relaciones públicas	periodismo de opinión	mercadotecnia	periodismo de opinión
	10 Analizar los movimientos y escenarios sociales en la perspectiva de la cultura y las artes, en la cultura de las organizaciones.	Mundialización y Regulación	Política y sociedad contemporánea	consultoría y diagnóstico organizacional	imagen e identidad	fotografía	periodismo de opinión

Tabla 4 Perfil de Egreso. Atributos del saber hacer (Heurísticos)

Perfil de egreso	Celdas en cada fila un atributo de los que se constituyen	Analiza y coloca el nombre o nombres de la o las asignaturas del plan de estudios actual (se pueden repetir las asignaturas) que contribuyen al logro del atributo.											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Implantar procesos de intervención en la realización en áreas relativas a la profesión de manera sistemática y social.	Expresión escrita creativa	comunicacional y escrita	Estadística para la comunicación	Proyecto de investigación en medios de intervención social y II	Tecnología de la información y comunicación	Comunicación para escenarios emergentes							
Usar el lenguaje oral y escrito, apropiadamente y eficaz y eficientemente para su aplicación profesional y social.	Guion y narrativa audiovisual	Redacción de textos académicos	Periodismo de opinión	Periodismo de periodismo especializado	Periodismo en Medios e intervención social y II	Proyectos de investigación en comunicación e imagen I y II							
Ejercer contenidos para los modelos y estrategias de intervención social.	Producción sonora	Formatos digitales audiovisuales	Guion y narrativa audiovisuales	Periodismo informativo	Periodismo de opinión	Periodismo literario	periodismo en investigación						
Evaluar los cambios sociales así como los formatos y estrategias de intervención social.	Modelos y estrategias de intervención social	periodismo de opinión	Consultoría y diagnóstico organizacional	organización de eventos	disfrute de campañas publicitarias	periodismo literario	resultado por computadora I y II	fotografía publicitaria	periodismo en investigación	periodismo en investigación	periodismo en investigación	recursos gráficos de periodismo	
Investigar, acopiar, analizar y seleccionar información a través de diferentes medios para difundirla de manera pertinente a diversas audiencias.	periodismo informativo	periodismo de opinión	periodismo de investigación	guion y narrativa audiovisual	formatos digitales	periodismo literario	periodismo de investigación en medios de intervención social I y II						
Diagnosticar necesidades comunicativas en diversos ámbitos para garantizar la satisfacción de las demandas de los usuarios y las necesidades del contexto.	humano para producir materiales comunicativos	organización de eventos	Diseno de campañas publicitarias	periodismo de opinión	reducción de textos académicos	comunicación para escenarios emergentes	periodismo de investigación en medios de intervención social I y II	fotografía publicitaria	comunicación para escenarios emergentes	periodismo de investigación en medios de intervención social I y II	periodismo de investigación en medios de intervención social I y II		
Atributos del saber hacer (saberes heurísticos)	7	Expresión escrita creativa	expresión oral	tecnología de la información y comunicación	periodismo de opinión	creatividad y diseño	periodismo de opinión	fotografía	periodismo especializado	periodismo literario	comunicación para escenarios emergentes		
	8	periodismo informativo	guion y narrativa audiovisuales	producción Sonora	producción televisión	periodismo de opinión	periodismo de opinión	periodismo publicitario	periodismo especializado	periodismo literario	comunicación para escenarios emergentes		
	9	Creatividad y diseño	estética la comunicación	disfrute de campañas publicitarias	formatos digitales	Imagen e identidad							
	10	Comunicación organizacional	relaciones públicas	comunicamiento organizacional									
	11	comunicación organizacional	Imagen e identidad	organización de eventos	periodismo de opinión	periodismo de investigación en medios de intervención social I y II	periodismo de investigación en medios de intervención social I y II						
	12	periodismo para la intervención social	la producción de los medios de comunicación que se dan para darle una imagen pública.	modelos y estrategias de intervención social	periodismo de opinión	periodismo de investigación en medios de intervención social I y II	periodismo de investigación en medios de intervención social I y II						

Tabla 5 Perfil de Egreso. Atributos del saber ser y saber convivir (axiológicos)

Perfil de egreso	Colocar en cada fila un atributo delos que se construyen	Analice y coloque el nombre o nombre de lo o las asignaturas del plan de estudios actual (se pueden repetir las asignaturas) que contribuyen al logro del atributo.									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Atributos del saber ser y saber convivir (saberes axiológicos)	Evaluar y asumir el sentido de responsabilidad social de los medios de comunicación en la dinámica social para actuar éticamente en ellos.	Responsabilidad social de los medios	Derechos humanos sociedad y medio ambiente	Moralidad y regularización emocional social	Inteligencia y participación social	Proceso de mediación y resolución de conflictos					
	Elaborar contenidos para los medios soportes de la información que demandan los acontecimientos globales, locales con responsabilidad social y bienestar de la cultura y la sociedad.	Responsabilidad social de los medios	Periodismo informativo	Periodismo de opinión	Guion narrativa audiovisual	Producción sonora	Fotografía	Mercadotecnia	Diseno de campañas publicitarias	Proyecto de investigación en gestión comunicativa e imagen	Formatos digitales
	Evaluar los servicios esenciales sociales así como los formatos y herramientas digitales, para medir e intervenir responsablemente en ellos.	Moralización y regularización contemporánea	Derechos Humanos, sociedad y medio ambiente	Responsabilidad social de los medios	Comunicación y participación social	Diseno de campañas publicitarias	Fotografía	Proyectos de investigación en gestión comunicativa e imagen	Proyectos de investigación en gestión comunicativa e imagen	Formatos digitales	
	Definir estrategias de comunicación para difusión profesional y éticamente el desarrollo de imagen pública.	Responsabilidad social de los medios	Derechos humanos sociedad y medio ambiente	Moralidad y regularización emocional social	Inteligencia y participación social	Proceso de mediación y resolución de conflictos	Reuniones públicas	Consultoría mercadotecnia organizacional	Significación de escenarios emergentes		

Parte 3

Análisis de forma

	SI	NO	Parcialmente
Está redactado utilizando verbos activos	si		
Se identifica el uso de verbos pasivos		No	
Es evaluable	Si		
Está redactado con claridad			X
Se identifican sellos distintivos que se quiere destacar en los egresados	SI		
Se aprecian aspectos propios de la institución	SI		
Se identifican con claridad los conocimientos que construirá	SI		
Menciona con claridad lo que el egresado será capaz de hacer (tareas, actividades, acciones, destrezas)	SI		
Se identifican los valores y actitudes que va a imprimir a su desarrollo profesional	SI		
Se identifican necesidades actuales a las cuales contribuirá a solucionar el egresado			X
Menciona los avances y necesidades de formación continua que se requieren para que el egresado tenga un perfil actualizado		NO	
Se identifican campos de acción laboral actuales y futuros.	SI		
¿Qué profesionistas requiere el campo laboral?	SI		
Se identifican con claridad, referentes científicos, tecnológicos y disciplinarios de la profesión	SI		

RASGOS DEL PERFIL DE EGRESO DE LOS LIC. EN COMUNICACIÓN PE 2017	ATRIBUTOS DE CADA RASGO
1. Implementar procesos de intervención en la realidad en áreas relativas a la profesión de manera sistemática, para promover cambios sociales.	heurístico
2. Usar el lenguaje oral y escrito, apropiada, eficaz y eficientemente para su aplicación profesional y social.	heurístico/teórico-conceptual
3. Exaltar y asumir el sentido de responsabilidad social de los medios de comunicación en la dinámica social para actuar éticamente en ellos.	axiológico
4. Elaborar contenidos para los modernos soportes de la información que demandan los acontecimientos globales y locales con responsabilidad social para beneficio de la cultura y la sociedad.	heurístico/axiológico/teórico-conceptual
5. Evaluar los cambios, escenarios sociales así como los formatos y herramientas digitales, para mediar e intervenir responsablemente en ellos.	teórico-conceptual/heurístico/axiológico
6. Investigar, acopiar, analizar y seleccionar información de interés público a través de diferentes medios para difundirla de manera pertinente a diversas audiencias.	teórico-conceptual/heurístico
7. Diagnosticar necesidades comunicativas en diversos ámbitos para generar áreas de oportunidad personal y profesional congruentes con las necesidades del contexto.	teórico-conceptual/heurístico
8. Formar recursos humanos para producir materiales comunicativos innovadores y creativos que sean aplicados en distintos sectores sociales.	teórico-conceptual/heurístico
9. Producir, conducir y analizar mensajes mediáticos de diversa naturaleza para atender con pertinencia las demandas comunicativas del entorno.	heurístico
10. Manejar estratégicamente diversos medios y formatos comunicativos para planear, diseñar, producir y evaluar campañas de publicidad, propaganda e imagen.	teórico-conceptual/heurístico
11. Evaluar procesos de comunicación interna y externa para intervenir de manera eficiente y eficaz en la cultura de las organizaciones.	teórico-conceptual/heurístico
12. Diseñar estrategias de comunicación para asesorar profesional y éticamente el desarrollo de imagen pública.	teórico-conceptual/heurístico/axiológico
13. Analizar los movimientos y escenarios sociales en la perspectiva de los procesos comunicativos que en éstos y de éstos se derivan para intervenir resolutivamente en ellos.	teórico-conceptual/heurístico