



Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
División Académica de Educación y Artes



Reestructuración del Plan de Estudios de la:

Licenciatura en Comunicación

Aprobado por el H. Consejo Universitario el 13 de Julio de 2017

DIRECTORIO INSTITUCIONAL

DR. JOSÉ MANUEL PIÑA GUTIÉRREZ

RECTOR DE LA UJAT

DRA. DORA MARÍA FRÍAS MÁRQUEZ

SECRETARIA DE SERVICIOS ACADÉMICOS

C.D. ARTURO DÍAZ SALDAÑA

SECRETARIO DE INVESTIGACIÓN, POSGRADO Y VINCULACIÓN

MTRO. RUBICEL CRUZ ROMERO

SECRETARIO DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS

L.C.P. MARINA MORENO TEJERO

SECRETARIA DE FINANZAS

DIRECTORIO DIVISIONAL

DRA. VERÓNICA GARCÍA MARTÍNEZ

DIRECTORA

DRA. JANNET RODRÍGUEZ RUÍZ

COORDINADORA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

LIC. DEYSI GUADALUPE HERNÁNDEZ GONZÁLEZ

COORDINADORA DE DOCENCIA

MTR. RIGOBERTO GARCÍA CUPIL

COORDINADOR DE ESTUDIOS BÁSICOS

LIC. AURELIO RAMÓN GARCÍA

COORDINADOR DE ESTUDIOS TERMINALES

MTRA. YOANA DEL CARMEN FUENTES FRÍAS

COORDINADORA ADMINISTRATIVA

COMISION CURRICULAR

DRA. DORA MARÍA FRIAS MÁRQUEZ

PRESIDENTA

MTRA. LETICIA DEL CARMEN LÓPEZ DÍAZ

SECRETARIA

MTRA. PERLA KARINA LÓPEZ RUÍZ

VOCAL

MTRA. CAROLINA GONZÁLEZ CONSTANTINO

VOCAL

MTRA. THELMA LETICIA RUÍZ BECERRA

VOCAL

MTRA. MARÍA GUADALUPE AZUARA FORCELEDO

VOCAL

MTRO. JUAN DE DIOS GONZÁLEZ TORRES

VOCAL

**COMISIÓN DE PLANES Y PROGRAMAS DE LA LICENCIATURA EN
COMUNICACIÓN**

DRA. ANGÉLICA MARÍA FABILA ECHAURI

DRA. FLOR DE LIZ PÉREZ MORALES

MTRA. MARIOLA DEL JESÚS ORTEGA JIMÉNEZ

Coordinadores de Líneas Curriculares

Línea Comunicación Convergente

Dra. Flor de Liz Pérez Morales

Lic. Ángel Valdivieso Cervantes

Línea Comunicación Organizacional

Mtra. Mariola del Jesús Ortega Jiménez

Dra. Maritza Baños Everardo

Línea Publicidad y Diseño

Dra. Consuelo Rodríguez García

Dra. María Guadalupe Sobrino Mendoza

Línea Comunicación Emergente

Dra. Jannet Rodríguez Ruiz

Dra. Aurora Kristell Frías López

Línea Fundamentos de la Comunicación

Mtra. Martha Libny Xicoténcatl Valencia

Mtro. Hugo Angulo Fuentes

Línea Comunicación y Lenguaje

Dr. Sergio Ricardo Arenas Martínez

Dra. Elia Margarita Cornelio Marí

Línea de Metodología

Dra. Angélica María Fabila Echauri

Dra. Gabriela Hidalgo Quinto

ÍNDICE

1. PRESENTACIÓN.....	10
2. CONTEXTO INSTITUCIONAL	11
Misión.....	23
Visión	24
3. EVALUACIÓN DEL PLAN ANTERIOR.....	24
La opinión de los estudiantes.....	27
Resultados de los Programas Institucionales.....	28
Fortalezas y Debilidades del Plan de Estudios	29
4. METODOLOGIA DEL DISEÑO CURRICULAR.....	30
5. FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS	34
5.1. Análisis de necesidades sociales.....	34
5.2. Análisis de la disciplina	37
5.3. Análisis del mercado ocupacional	44
5.4. Análisis de las ofertas afines.....	48
Análisis de objetivos de formación:	49
Análisis de los perfiles de egreso:.....	51
Análisis de la Estructura de los Planes.	54
Áreas de Formación	55
6. OBJETIVOS DEL PLAN DE ESTUDIOS.....	56
Objetivos específicos:	56

7. PERFIL DE INGRESO	57
8. PERFIL DE EGRESO.....	58
9. ESTRUCTURA CURRICULAR DEL PLAN DE ESTUDIOS.	61
Descripción de las Áreas de Formación.....	61
Malla Curricular	74
Descripción de las Líneas Curriculares.....	76
Seriación Explícita e Implícita	82
Asignaturas Comunes.....	84
Consideraciones de la Estructura Curricular	85
Distribución de porcentajes de créditos por Áreas de Formación	85
Distribución de Créditos SATCA	86
Trayectorias Curriculares	87
Actividades de Aprendizaje Independiente.	88
Asignaturas de Carácter Obligatorio y Optativo.	88
Niveles de Inglés.....	88
Asignaturas en modalidad presencial y a distancia.....	89
Ciclos Cortos.....	89
Servicio Social y Práctica Profesional	93
Titulación.....	93
Emprendedores.....	94
10. IMPLEMENTACION DEL PLAN DE ESTUDIO	94
10.1 Plan de transición	94

10.2 Tabla de equivalencias.	95
10.3 Límites de tiempo para la realización de los estudios y créditos mínimos y máximos por ciclo escolar.	98
10.4 Ciclos largos y cortos.	98
10.5 Examen de Competencia, a Título de Suficiencia y Extraordinarios.	99
10.6 Movilidad estudiantil.	99
10.7 Servicio Social y Práctica Profesional.	100
10.8 Otros requisitos de Egreso.	100
11. EVALUACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS.	100
REFERENCIAS.	111
ANEXOS.	113

1. PRESENTACIÓN.

Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, Institución pública de Educación Superior; Tabasco, México.

- **Nombre de la Licenciatura**

Comunicación

- **División Académica donde se imparte**

Educación y Artes

- **Título que se otorga**

Licenciado en Comunicación

- **Modalidad en que se imparte**

Escolarizada

- **Total en créditos = 280**

Conforme a Sistema de Acreditación y Transferencia de Créditos Académicos (SATCA)

2. CONTEXTO INSTITUCIONAL

En Tabasco, la educación se considera como el detonador de la formación del desarrollo humano para que niños, jóvenes y adultos accedan a más oportunidades; por lo que la política educativa estatal parte de la idea de generar un modelo educativo genuino para transformar el medio y garantizar una relación estrecha entre la escuela, sociedad y producción, sin olvidar la visión humanista y la formación en valores.

De acuerdo al Plan Estatal de Desarrollo (PED 2013- 2018), la educación de calidad debe estar sustentada en lo siguiente¹:

- Establecer servicios de calidad que aseguren el desarrollo integral de las personas, sus capacidades, competencias y habilidades, para su incorporación a la vida productiva.
- Ampliar el conocimiento de la cultura y manifestaciones artísticas entre la población para contribuir en su desarrollo y bienestar social.
- Incrementar el capital humano de alto nivel que consolide el Sistema Estatal de Ciencia, Tecnología e Innovación para responder con pertinencia a las necesidades del desarrollo de Tabasco hacia una Sociedad del Conocimiento.
- Incrementar la creación de redes de colaboración e intercambio del conocimiento mediante el fortalecimiento de grupos de investigación científica y tecnológica.
- Lograr que los tabasqueños apliquen la ciencia, la tecnología y la innovación a la solución de problemas económicos, de salud, energía, alimentación, ambiental y cultural.

¹ Gobierno del Estado de Tabasco. Plan Estatal de Desarrollo 2013-2018. México.

- Lograr que las empresas establecidas en el Estado utilicen el conocimiento científico, tecnológico y de innovación para generar nuevas tecnologías y alcanzar mayor competitividad.
- Incrementar la generación del conocimiento científico necesario para la atención de problemáticas relacionadas con los fenómenos sociales y naturales mediante el desarrollo de nuevas líneas de investigación.
- Implementar mecanismos de fomento de la cultura de apropiación de la ciencia, la tecnología y la innovación en la sociedad tabasqueña.
- Identificar políticas públicas que potencialicen las acciones de ciencia, tecnología e innovación para propiciar el desarrollo productivo, económico y social del Estado.

En lo que se refiere a ciencia y tecnología, el PED 2013-2018 establece que la producción y el uso del conocimiento, en particular el procedente de la ciencia y la tecnología, se han convertido en el factor fundamental de la generación de riqueza y en el motor del cambio social.

El *Programa Sectorial de Educación 2013-2018*, de Tabasco como documento de trabajo contiene los lineamientos de política al que habrá de ajustarse el quehacer del sector educativo, para dar cumplimiento a su misión de brindar un servicio de calidad en todos sus tipos, niveles y modalidades, propiciando con ello la formación del capital humano para la transformación de Tabasco. Este programa tiene como base tres objetivos estratégicos²:

- Asegurar que la prestación de los servicios educativos en todos los niveles responda a las demandas de la sociedad, con equidad e igualdad de oportunidades.
- Asegurar que los alumnos matriculados en el Sistema Educativo Estatal adquieran, en el tiempo previsto, las competencias, habilidades y capacidades consideradas en el perfil de egreso para cada grado y nivel.

² Gobierno del Estado de Tabasco. Programa Sectorial de Educación 2013-2018. México.

- Garantizar que el Sistema Educativo Estatal responda con eficiencia a las demandas de la sociedad.

El *Programa Sectorial de Educación* refleja que la vinculación de la generación y aplicación del conocimiento en todas y cada una de las actividades económicas, sociales y culturales son proyectos que ayudarán a buscar soluciones a la situación presente para lo que la capacidad transformadora de la gente se hace cada vez más necesaria. De ahí que uno de los objetivos del plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación que promueva en la formación académica multidisciplinaria, la capacidad técnica para transformar el medio y garantizar una relación estrecha de la universidad con el sector productivo, privilegiando el humanismo y la formación de valores.

Derivados de las políticas internacionales, nacionales y estatales, la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT) asume el compromiso actual inherente a la universidad pública, encaminada a generar conocimientos que posibiliten la pertinente intervención y constitución de la sociedad y sus diferentes sectores.

En este rumbo es que la Universidad traza su actuar en dos documentos que orientan y conducen su quehacer actual y proyección a futuro, el *Plan de Desarrollo a Largo Plazo 2028 (PDLP 2028)*³ y el *Plan de Desarrollo Institucional 2016-2020 (PDI 2016-2020)*

En concordancia con los principios de la ONU para integrar una agenda hacia el año 2030, que dé atención a los desafíos del mundo global, la UJAT presenta el documento *Plan de Desarrollo a Largo Plazo 2028*, donde se trazan dos perspectiva de largo alcance de la educación superior, y con ello contribuir de manera significativa a la

- ³ Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT) (2015). *Plan de Desarrollo a Largo Plazo 2028*. Ed. UJAT. Colección Justo Sierra.

transformación de la sociedad y al desarrollo del país, con particular interés en el Estado de Tabasco, tal como lo expone su misión institucional. Estas perspectivas se dan sobre dos escenarios referenciales en los que se explica un contexto que orienta los desafíos futuros de la institución. Las citadas perspectivas se explican de la siguiente manera:

Perspectiva Internacional

Busca impulsar la internacionalización a través del apoyo a la movilidad y cooperación académica entre centros educativos, fomenta la creación de redes, tanto en la enseñanza como en la investigación; asimismo, con ella se incrementan las oportunidades de empleo para los egresados.

Escenario Nacional

Con el propósito de contribuir al bienestar y la prosperidad colectiva, la universidad debe de concentrarse en asegurar la calidad y pertinencia de la educación superior considerando lo siguiente:

- Incrementar la cobertura con equidad asegurando la inclusión de todos los grupos de la población para la construcción de una sociedad más justa. Formar profesionistas y emprendedores con alto sentido de responsabilidad y compromiso, capaces de hacer frente a la diversidad de requerimientos sociales y económicos del país. Favorecer la flexibilidad curricular mediante un sistema de créditos y equivalencias que impulse la colaboración entre instituciones de todo el mundo, para facilitar el intercambio y la movilidad estudiantil nacional y con alcance internacional.
- Lograr mayores índices de retención estableciendo estrategias que permitan a los alumnos concluir sus estudios en el tiempo y la forma determinados, incrementando así los índices de eficiencia terminal; además de diversificar las opciones de titulación a fin de mejorar los valores de este indicador.

- Fortalecer la carrera académica con el objeto de contar con personal docente calificado, en constante preparación, agrupados en cuerpos académicos y desarrollando su profesión en condiciones laborales dignas.
- Ofrecer programas educativos de posgrado de calidad para formar una masa crítica de investigadores, así como generar la capacidad de producir y aplicar conocimientos que coadyuven a la solución de los problemas sociales, contribuyendo a impulsar mejores niveles de desarrollo de forma sostenible que favorezcan un contexto democrático, de justicia social, paz y soberanía.
- Promover y difundir el arte, la cultura y el deporte como recursos formativos para impulsar la educación integral de los estudiantes y de la población en general para contribuir en su desarrollo y bienestar social.
- Llevar a cabo la vinculación con los sectores sociales y productivos, tanto para la inserción laboral como para el progreso de la ciencia, tecnología e innovación, así como la cooperación académica internacional.
- Optimizar la planeación, abatir rezagos urgentes, promover la corresponsabilidad de los involucrados en ella, y mejorar la eficiencia, eficacia, transparencia y rendición de cuentas en la aplicación de los recursos públicos.
- Mantener la seguridad en las instalaciones para que alumnos, profesores y administrativos desarrollen sus actividades en un ambiente libre de violencia.

Estos escenarios colocan a la institución con diversos Desafíos Institucionales, y se constituyen en retos alcanzables para el 2028. Las acciones propuestas son transversales y se plantean en los siguientes rubros:

- *Calidad educativa*

Se promoverán elevados estándares de calidad en todos los Programas Educativos (PE) mediante un Modelo Educativo con enfoque innovador y una planta académica altamente calificada, orientados a procesos de enseñanza aprendizaje que formen

profesionales e investigadores capaces de afrontar la complejidad de los escenarios globales.

- *Investigación de Impacto*

Se demostrará la excelencia en la investigación, con prioridad en las áreas de especialización institucionales, impulsando el desarrollo científico y tecnológico, principalmente basado en conocimientos de vanguardia, en un marco de cooperación e intercambio académico local, nacional e internacional, para coadyuvar a la solución de los problemas devenidos en el país.

- *Vinculación para el desarrollo*

Se promoverá una estrecha y sólida relación con los sectores sociales y productivos que favorezca la transferencia e intercambio de conocimientos, productos y resultados de la investigación, en forma creativa, para convertirlos en la innovación que sustenta el crecimiento y la prosperidad de nuestro estado y nación.

- *Internacionalización*

Se consolidarán las alianzas estratégicas con instituciones académicas, empresas y organizaciones regionales e internacionales a fin de compartir conocimientos y experiencias relativas a los diversos campos disciplinares y el ámbito cultural, buscando beneficios mutuos que redunden en alcanzar prestigio como universidad mundial.

- *Responsabilidad social*

Se contribuirá al bienestar social, en particular de los sectores más desprotegidos de la entidad, propiciando una conducta transparente y ética en la comprensión y generación de respuestas innovadoras para las múltiples dimensiones de la vida en sociedad, incluyendo el cuidado del medio ambiente y la equidad de género.

- *Gestión Moderna*

Se fortalecerá el sistema de gestión de carácter moderno, democrático y participativo, que disponga el mejor ambiente laboral para el personal académico y administrativo, provea de servicios de calidad a los estudiantes y promueva condiciones óptimas de gobernabilidad.

En el Plan de Desarrollo Institucional 2016-2020 (PDI)⁴ se encuentran plasmados los argumentos de planeación administrativa que dan forma y sustento a todas las actividades de la gestión académica y administrativa para lograr las metas y propósitos a mediano plazo; este documento complementa con Plan de Desarrollo a Largo Plazo 2028. De estos dos instrumentos de planeación se desprende el plan de trabajo de la actual administración, en donde se pone principal énfasis a cinco ejes estratégicos relacionados con las funciones universitarias: Calidad educativa, Investigación de impacto, Extensión y Difusión de la cultura, Vinculación para el desarrollo y Gestión moderna.

Los ejes estratégicos anteriormente citados, se complementan con dos ejes transversales - la Internacionalización y la Responsabilidad Social – mismas que incidirán en las funciones universitarias. Para una mejor comprensión de cada uno de los ejes estratégicos, a continuación, detallamos la importancia de cada uno de ellos:

- *Calidad educativa:*

La Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, entiende la calidad educativa, como un concepto multidimensional que comprende a todas las funciones y actividades de la educación superior; y distingue tres piezas fundamentales que le permiten reafirmar su compromiso con la sociedad de formar profesionistas que incidan en el progreso de su entorno: Los programas educativos, el docente y los estudiantes.

⁴ Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (2016) Plan de desarrollo Institucional 2016- 2020. UJAT Colección Justo Sierra en http://www.archivos.ujat.mx/2016/rectoria/PDI_FINAL2020.pdf (05/08/2016)

En relación a los programas educativos el PDI 2016-2020 considera la necesidad de asegurar que estos programas educativos de nivel superior cumplan con los estándares de los organismos evaluadores o acreditadores nacionales, lo cual implica, entre otros aspectos, ofrecer servicios de apoyo académico, infraestructura y equipamiento acordes a los planes y programas de estudio.

Otra pieza fundamental son los docentes a quienes se considera impulsar en su formación y habilitación con el propósito de consolidar la calidad en la labor académica, a través de programas de superación en los cuales las necesidades de actualización disciplinar y pedagógica se cubran cabalmente atendiendo lo establecido en el Modelo Educativo.

Finalmente, pero no menos importantes, los estudiantes quienes representan la razón de ser de la Institución y la esencia de la calidad educativa por cuanto su formación integral los convertirá en profesionales capaces de desempeñarse en diversos contextos laborales con alto sentido de la ética, la excelencia y la proactividad, al igual que puedan incidir en la solución de problemas, siendo ciudadanos globales respetuosos de sus semejantes, con una amplia cultura de la sostenibilidad y el cuidado de la salud.

- *Investigación de impacto*

Bajo esta perspectiva, el PDI planea consolidar el trabajo de investigación que se realiza en la Institución, dirigiendo la elaboración de proyectos hacia la innovación y el desarrollo científico, tecnológico, humanístico y social, partiendo de una detección expedita de las necesidades sociales y económicas del estado, para las cuales se realicen propuestas de solución que contribuyan al avance de la competitividad y desarrollo sostenible de los distintos sectores de la sociedad.

Asimismo, es importante configurar una masa crítica de capital humano altamente calificado, incentivando la participación comprometida de profesores-investigadores y estudiantes, en el desarrollo de estudios y proyectos de investigación. De igual

manera, es preciso incrementar la habilitación académica, incorporar a más académicos en el Sistema Nacional de Investigadores, consolidar las redes de investigación y lograr niveles más altos de calidad de los cuerpos académicos.

- *Extensión y difusión de la cultura*

Como parte de las funciones sustantivas de las instituciones de educación superior, no solo contribuyen a la formación integral de los estudiantes, sino que coadyuvan a la cohesión social, la afirmación de identidades y la construcción de una sociedad incluyente. En este sentido, la UJAT realiza variados eventos culturales y artísticos en los cuales se involucra a estudiantes, profesores, administrativos, creadores y público en general, con los que busca consolidar las actividades de difusión emprendidas por las áreas implementando una agenda que contemple la multiplicidad de expresiones y de públicos; asimismo, impulsará su labor respecto al fomento a la lectura y la promoción del Fondo Editorial Universitario y de la Librería Universitaria.

- *Vinculación para el desarrollo*

La vinculación es la función sustantiva mediante la cual esta Casa de Estudios se compromete a la relación con su entorno, es decir, se visualiza como una organización que comparte la responsabilidad de buscar el bien común de su área de influencia. En ella, las funciones de Docencia e Investigación tienen una vía para extenderse a la población, en los ámbitos público, privado y gubernamental, proponiendo alternativas de acción respecto a sus necesidades o demandas.

En este sentido, se concibe como una labor que involucra a toda la comunidad universitaria y que se concreta en la firma de diversos convenios generales y específicos que permiten formalizar los acuerdos realizados con diversas organizaciones estatales, nacionales e internacionales.

Por ello, se busca incrementarlos en aras de realizar trabajos bilaterales y multilaterales, así como de transferir productos y servicios desarrollados por académicos y estudiantes. Además, se pretenden fortalecer las habilidades y

conocimientos del recurso humano de instituciones y empresas, nacionales y extranjeras, mediante la educación continua. Igualmente, se proseguirá impulsando la cultura del emprendimiento en los alumnos y en la población en general, reflejada en el aumento de proyectos de negocio viables que contribuyan a la generación de empleos y el incremento de la productividad.

- *Gestión moderna.*

La prioridad es garantizar la gobernabilidad, a fin de ser una administración que apoye y propicie la labor coordinada de las diferentes áreas y divisiones académicas para el cabal desarrollo de las funciones sustantivas; igualmente, se propone asegurar su autonomía, calidad y presencia en el estado, el país y el extranjero.

En este tenor, son de importancia la consolidación de la estructura organizacional y el quehacer normativo, considerando que de este último se han derivado el Código de Ética y la Defensoría de los Derechos Universitarios, cuya promoción y práctica son fundamentales a efectos de proceder conforme a los valores y la legislación institucional.

En la atención a estos ejes sustantivos radica la posibilidad de la institución de consolidarse como una Universidad con alto sentido de la responsabilidad social y que contribuya con acciones concretas al progreso del estado y la región.

Es a través de los retos y ejes sustantivos como nuestra Alma Mater traza el rumbo hacia la Universidad del siglo XXI, reiterando su alto compromiso de responsabilidad social con el Mundo, el País y el Estado.

Un eje transversal de las nuevas políticas institucionales se orienta a la inserción de la dimensión internacional en todas las funciones sustantivas, así como al fortalecimiento de la cooperación entre instituciones de educación superior nacionales y extranjeras, lo que conlleva a reconsiderar la *flexibilidad* no sólo como uno de los principales ejes del modelo de estudios que caracteriza a los planes y programas curriculares, sino también como un concepto que involucra a las estructuras administrativas y

disposiciones legales y normativas en su capacidad para responder a un entorno en constante cambio; de ahí que la flexibilidad se constituya como un elemento clave de movilidad académica, incidiendo además en procesos internos, tales como la certificación, titulación, intercambio académico, movilidad estudiantil, entre otros, situación que plantea la necesidad de un sistema de reconocimiento de estudios relativamente universal y aceptado por y entre las IES, que dé respuesta no solo a una demanda de organismos que marcan directrices en la educación superior, como la UNESCO, ANUIES y el Consorcio de Universidades Mexicanas (CUMex), entre otros, sino además, que facilite la movilidad y la optimización de recursos.

La Licenciatura en Comunicación en la UJAT

El acelerado desarrollo en todos los órdenes de la vida social, política, económica y cultural, que el estado de Tabasco experimentó en las últimas décadas del siglo XX fue el marco donde se gestó la demanda de la formación de profesionales en el campo de la comunicación a fin de atender las necesidades derivadas de una entidad federativa con un alto índice de crecimiento, en donde se registraba un creciente número de diarios, revistas, estaciones de radio y televisoras, así como un incremento de instituciones públicas y privadas, cuyas actividades requerían los servicios del personal especializado en el área de la comunicación.

La Licenciatura en Comunicación surge en este contexto para constituirse como factor de incidencia en el proceso concreto de la transformación del entorno socioeconómico del Estado y la región, al vincularse a él de manera congruente como resultado y respuesta de sus propias necesidades.

La Licenciatura en Comunicación se suma a su oferta educativa Universidad Juárez Autónoma de Tabasco en Septiembre de 1991, con un Plan de Estudios “diseñado y concebido con base a las necesidades concretas del Estado de Tabasco y la región Sureste, sobre la demanda de empresas públicas y privadas, medios de comunicación e instituciones educativas y culturales que requieren gente capacitada para manejar

sus diversas formas de comunicación con la sociedad” (UJAT, 1991, 23). Este plan permitió la formación de profesionales de la comunicación durante 13 años.

La primera reestructuración del Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación se realizó durante el año de 2003 y entró en vigor en Febrero de 2004. Con esta reestructuración se migraba de un modelo rígido a uno flexible, haciendo eco del modelo educativo entonces de reciente adopción por la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, soportado en tres ejes estratégicos: formación integral del estudiante, centrado en el aprendizaje y flexibilidad curricular.

En 2005, durante el periodo de transición entre estos dos planes (1991 y 2004), la Licenciatura fue evaluada por los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior A. C. (CIEES) logrando la certificación con el nivel 1.

El proceso de maduración y las observaciones derivadas de la evaluación de CIEES propiciaron una segunda reestructuración en la que tuvo lugar un ajuste en los créditos totales de la Licenciatura, mismos que se redujeron de 449 créditos del plan 2004 a 425 en la reestructuración del 2007, respetándose tanto la estructura como los planteamientos generales; este plan fue aprobado en noviembre de 2007 por el H. Consejo Universitario y entró en operación en febrero de 2008. En ese mismo año la Licenciatura en Comunicación fue evaluada por el Consejo de Acreditación de la Comunicación A.C. (CONAC), obteniendo la acreditación del programa ante ese organismo.

En 2010, tiene lugar la tercera reestructuración del Plan de estudios de la Licenciatura, misma que atendió no solo las recomendaciones del organismo acreditador CONAC, sino las políticas institucionales en las que se proponía una reducción de créditos a las licenciaturas, así como una redistribución de los mismos en las asignaturas, lo que permitió generar estrategias que permitieran a los estudiantes trazar trayectorias de egreso entre 3.5 y siete años, conforme sus necesidades y posibilidades. Esta reestructuración incorporó como elemento obligatorio, aunque sin créditos, las prácticas profesionales (320 horas) a la Licenciatura. El plan resultante de esta

reestructuración modificó significativamente la oferta de asignaturas de 100 a 75 y los créditos de 425 a 367, incluidos los relativos al servicio social. Las asignaturas se integraron en los campos de disciplinarios de: Comunicación y Lenguaje, Fundamentos de la Comunicación, Publicidad y Diseño, Comunicación Organizacional, Comunicación Emergente, Divulgación y Metodología.

En octubre de 2013, la Licenciatura se sometió nuevamente a evaluación por el CONAC, obteniendo la reacreditación por un período de cinco años, 2013-2018. Producto de esta evaluación se recibieron algunas recomendaciones para el fortalecimiento del programa educativo⁵.

Haciendo eco de los apartados anteriores, el Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación (PELC) reconoce como Misión y Visión:

Misión

Formar profesionales en comunicación, emprendedores, comprometidos, críticos y reflexivos, capaces de atender, participar y crear estrategias comunicativas en entornos diversos y cambiantes, mediante procesos de enseñanza y aprendizaje colaborativos e interactuantes; para coadyuvar al desarrollo sustentable del país y sus regiones, aplicando teorías, métodos y técnicas acordes y pertinentes a las circunstancias sociales, económicas y/o políticas, que le permitan convivir y transformar escenarios multiculturales a través de procesos interdisciplinarios y multidisciplinarios.

⁵ Las recomendaciones pueden ser consultadas en el Informe de Evaluación del Programa de Licenciatura en Comunicación de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. CONAC, Octubre, 2013 (documento oficial).

Visión

La Licenciatura en Comunicación de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, se proyecta como un programa que promoverá la participación internacional de su comunidad académica, y fortalecerá su excelencia, calidad y presencia social; reconocido en la región por su diferencial único en el abordaje de la disciplina; identificado por la formación distintiva de profesionistas competentes, cuyas actitudes, valores, conocimientos y habilidades permitirán intervenir con rectitud en los diferentes ámbitos comunicativos del entorno local y mundial.

3. EVALUACIÓN DEL PLAN ANTERIOR

El Plan de Estudios 2010 fue objeto de evaluación por el órgano acreditador de la disciplina en septiembre de 2013, producto de dicha evaluación se recibieron algunas recomendaciones para el fortalecimiento de la Licenciatura, entre ella la revisión de encuadres por una academia para verificar el cumplimiento de los mismos así como la realización de reuniones de academia para acordar procesos de evaluación del aprendizaje.

Para fortalecer los procesos de retención, el organismo evaluador estima necesario generar un proceso de seguimiento cuantitativo a la trayectoria de los estudiantes por cohorte, que permita detectar las causas y generar planes de acción para detener los índices de abandono, rezago y reprobación. Así como generar un análisis de las opciones de titulación más adecuadas para el programa educativo fin de incrementar los índices de este indicador.

Por otra parte y en relación a la demanda de los alumnos de un acompañamiento durante toda su trayectoria escolar, se sugiere asegurar el seguimiento a la trayectoria del estudiante a través del proceso de tutoría a partir del cuarto semestre y con ello

mejorar las posibilidades que ofrece el currículum flexible, mejorar la eficiencia terminal y el índice de titulación.

En relación a las condiciones y recursos para la operación del plan, el organismo acreditador estimó necesario:

- Ampliar la infraestructura de los talleres de radio (cabinas más amplias), construir un espacio para producción televisiva (foro) y adquirir el equipo tecnológico necesario, incrementar el equipo para producción multimedia, así como el horario para su uso.
- Adquirir bibliografía reciente para atender los estudiantes del Programa Educativo, así como suscripción a revistas nacionales e internacionales.

En relación a la pertinencia social del plan la recomendación recibida fue para incentivar la participación de empleadores con la comunidad académica a través de conferencias, visitas, concursos, reuniones y focus groups para la mejora del programa y el incremento de propuesta de educación continua, así como fortalecer la vinculación entre la academia y las empresas.

Con respecto al Modelo Educativo (ME) y el Plan de Estudios (Capítulo III), el organismo acreditador recomendó la homologación del perfil de ingreso que oficialmente se describe. Así como realizar reuniones de maestros por academia para llegar a acuerdos sobre la evaluación del proceso de enseñanza – aprendizaje. Y sugiere que los métodos de enseñanza- aprendizaje que se presentan en los encuadres de las asignaturas sean revisados por la academia, para verificar la efectividad de éstos.

Los aspectos directamente relacionados con el Plan de Estudios tuvieron como única recomendación el rediseño de las asignaturas de idiomas y revisarse la metodología de enseñanza para que atienda las necesidades específicas de los alumnos de la Licenciatura en Comunicación.

En materia de infraestructura la observación del Consejo de Acreditación de la Comunicación (CONAC) revela que el programa educativo dispone de infraestructura de tecnología de información y comunicación limitada.

En este sentido la presente reestructuración fortalece los contenidos de las asignaturas de inglés y las orienta a las necesidades específicas de la profesión, tal como se describe más adelante.

La Licenciatura en Comunicación (2010) registra, de acuerdo con datos proporcionados por la Coordinación de Docencia de la División Académica de Educación y Artes, un decremento en la matrícula por dos causas, una contracción en la demanda de estudiantes de bachillerato a la licenciatura (tendencia general para la profesión) y la deserción y bajas temporales.

En el último año escolar agosto 2015 – agosto 2016, 26 alumnos desertaron y 2 causaron baja temporal. A los que se les suman 87 con estatus de *No inscrito*. El abandono del programa educativo puede atribuirse a diversas causas desde problemas de salud hasta falta de recursos económicos para sostener los estudios y la falta de vocación especialmente en los primeros ciclos.

El seguimiento de las cohorte 201201- 201601 realizado por la Dirección General de Planeación y Evaluación Institucional⁶ indica que la eficiencia terminal de esa cohorte fue del 10.6% (9 egresados), mientras que el índice de deserción registrado en el mismo período representó el 29.4% (25 desertores).

La disminución en la matrícula referida anteriormente, cobran mayor importancia en la operación de los ciclos dos últimos de la trayectoria escolar, en los que, de acuerdo al Plan de Estudios, el estudiante debe optar por una de las cuatro áreas de énfasis profesional posibles. De acuerdo con los reportes de la Coordinación de Docencia el número de estudiantes que alcanzan los últimos tres ciclos no permite abrir las 4 áreas

⁶ UJAT. Seguimiento Curricular de las Cohortes Generacionales. División Académica de Educación y Artes. Dirección General de Planeación y Evaluación Institucional. Agosto 2016. Documento oficial.

de énfasis diseñadas para la Licenciatura, debido a que el número mínimo de alumnos requerido por la institución para la apertura de grupos es de 10. Esta situación ha sido denunciada recurrentemente por los estudiantes. Lo que da cuenta de que las diversidad de opciones que el plan ofrece no es operativamente pertinente dadas las condiciones actuales de la Licenciatura.

Esta situación reclama una revisión de las áreas de énfasis en su oferta académica para hacerlas viables en la operación, sin que se demerite el contenido de las mismas.

Los datos que se presentan en los párrafos anteriores se constituyen en indicadores indirectos del Plan de Estudios 2010 y su forma de operación.

La opinión de los estudiantes

El punto de vista y valoración del Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación por parte de los estudiantes se obtuvo mediante la realización de 23 entrevistas personales a cargo de profesores y tutores a estudiantes de diferentes ciclos que cursan el programa; sus reflexiones se centran sobre cuatro asuntos esenciales:

- La oferta académica que presenta el plan está sujeta a la disponibilidad de horario en la que se ofrecen las asignaturas, lo que de muchas maneras limita la posibilidad real de estudiante para llevar una trayectoria acorde con sus intereses.
- Los perfiles de los profesores no siempre corresponden a la designación de asignaturas, situación que impide un abordaje adecuado y preciso de los contenidos, los estudiantes detectan con facilidad esta situación que se refleja en la dinámica en las clases.
- La infraestructura y equipo para el desarrollo de actividades de producción son obsoletos para el desarrollo de la práctica educativa. Lo que constituye una constante desilusión para el alumno que siente limitados sus aprendizajes en áreas tan importantes como la producción de medios.

- Los estudiantes denuncian la necesidad hacer ajustes y cambios de manera frecuente debido a que la profesión está en constante transformación tecnológica, rasgo que es difícil de atender por las instituciones educativas. Dadas las características de asociación de la Licenciatura con esta naturaleza tecnológica cambiante, la profesión demanda una actualización constante, no de los programas, sino de la planta docente que permita incorporar la actualización en el aula, por lo que los programas deben considerar conceptos y contenidos abiertos y adaptables a los cambios sociales en los que tiene lugar lo tecnológico.

Resultados de los Programas Institucionales.

La operatividad de estudios de comunicación se apoya en tres programas institucionales que de manera transversal inciden en la formación de los estudiantes (Tutorías, Emprendedores y Seguimiento de Egresados), sin embargo los resultados hasta ahora obtenidos no son claramente visibles en el impacto que tienen. Las dinámicas al interior de los equipos de trabajo que conforman las comisiones han sido cambiantes impidiendo constituirse en un apoyo con resultados fiables para el programa.

El programa de Seguimiento de Egresados realiza anualmente actividades de recopilación de información de los sujetos de interés son limitados en su alcance y poco difundidos. El acompañamiento que ofrece el programa de Tutorías no ha redundado en el alcance de sus objetivos, si bien es cierto conduce al estudiante hasta lograr el 45 % de su avance curricular, este acompañamiento es superficial. Por su parte el programa de Emprendedores no ha logrado consolidarse como una comisión que genere acciones precisas para el impulso del espíritu emprendedor en los estudiantes.

Fortalezas y Debilidades del Plan de Estudios

Para la evaluación del Plan de Estudios 2010 en su consistencia interna se convocó a los profesores que participan del programa a reuniones por campos disciplinares, en las que se analizó los contenidos de los campos disciplinares que conforman la Licenciatura y sus asignaturas. Posteriormente se organizó una reunión general de los coordinadores de los campos disciplinares en la que se presentaron los resultados del análisis realizado y se contrastaron los contenidos, temáticas y abordajes de los campos y sus respectivas asignaturas.

De manera genérica se abstrae las siguientes fortalezas:

1. Se cuenta con una planta docente fortalecida con el grado de maestrías y doctorados.
2. Todos los campos disciplinares que configuran el Plan de Estudios, están encaminados a desarrollar competencias de investigación y de conocimiento de la realidad social y comunicativa.
3. Se aprecia que en su totalidad el diseño de los programas de estudios está justificado y guardan relación de contenidos congruentes con las diferentes asignaturas del mapa curricular.
4. Una de las fortalezas del plan es la inclusión de un campo de Comunicación Emergente que permite atender las problemáticas comunicativas y sociales del contexto.

Con relación a las debilidades del Plan de Estudios, se reflexionaron los siguientes puntos:

1. Necesidad de actualizar contenidos en las diferentes asignaturas de los distintos campos disciplinares.
2. Escasa capacitación a los docentes en temáticas relacionadas con la tecnología que se está utilizando en los diferentes contextos sociales y comunicativos.

3. No existen mecanismos de evaluación y seguimiento al desarrollo de contenidos de las asignaturas.
4. Aun cuando el programa cuenta con un cuerpo académico habilitado con la formación para impartir las asignaturas de los campos. La asignación de cargas académicas no corresponde a los perfiles.
5. El campo emergente, pese a ser una innovación para la formación en la profesión, éste no ha logrado una estrategia pedagógica que cumpla cabalmente con las finalidades e intenciones del campo.
6. Las áreas de énfasis profesional no siempre se ofertan en la diversidad que describe el Plan de Estudios.

4. METODOLOGIA DEL DISEÑO CURRICULAR

Una de las características del Siglo XXI es el valor que se le atribuye a la generación y aplicación del conocimiento, ya que se le considera como un elemento estratégico para el desarrollo y competitividad de los países. Esto determina la necesidad de cambios estructurales en cuanto a los paradigmas que explican y permiten operar el proceso de aprendizaje en la mayoría de los campos del conocimiento.

Bajo esta perspectiva, uno de los referentes significativos para la actualización del PELC sigue siendo el *Proyecto Tuning de la Unión Europea y la propuesta para América Latina*, que refieren al desarrollo de las competencias bajo cuatro grandes líneas⁷:

- Competencias (genéricas y específicas de las áreas temáticas);
- Enfoques de enseñanza, aprendizaje y evaluación;

⁷ Proyecto Tuning-América Latina. 2004 .Revista Iberoamericana de Educación Núm. 35, citado en el Modelo Educativo de la UJAT.

- Créditos académicos y
- Calidad de los programas.

Otro referente considerado es la propuestas de la ANUIES planteada en el documento “*La Educación Superior en el siglo XXI: Líneas estratégicas de desarrollo*”, que subraya la necesidad de una transformación urgente de las IES, para convertirse en verdaderas comunidades de aprendizaje que, incorporando las nuevas tecnologías en los programas, se transformen espacios donde los estudiantes desplieguen su capacidad para aprender. Lo anterior implica no solamente actualizar los contenidos de la currícula, sino incorporar modificaciones sustanciales que proporcionen las herramientas necesarias para construir de manera continua y permanente el aprendizaje independiente, y que las formas de organizaciones académicas sean más flexibles para permitir una operación más eficiente y eficaz.⁸

El viraje reciente de las políticas que orientan la Educación Superior, ha colocado en el centro los temas de generación del conocimiento, ciencia, tecnología, calidad y pertinencia del quehacer universitario, lo que se constituye en un reclamo para fortalecer la capacidad de análisis crítico y de visión prospectiva de los profesionistas para elaborar propuestas alternativas de desarrollo para enfrentar a mediano y largo plazo, las problemáticas surgidas de un contexto social de continuo cambio.

En consonancia con lo anterior el Modelo Educativo (ME)⁹ de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco está fundamentado en la concepción pedagógica constructivista humanista y constructivista de aprendizaje. La perspectiva constructivista se basa en la premisa de que el conocimiento no es algo que pueda transferirse a una persona a otra sino que se construye por el propio individuo.

⁸ ANUIES. La ES en el Siglo XXI: Líneas estratégicas de desarrollo. Una propuesta de la ANUIES. México. 1999

⁹ UJAT. Modelo Educativo. Colección Justo Sierra. México. 2009

El ME también establece que el objetivo esencial de este esquema es la construcción de significados por parte del estudiante a través de dos tipos de experiencias: el descubrimiento, la comprensión y la aplicación del conocimiento a situaciones o problemas y la interacción con los demás, donde, por medio de distintos procesos comunicativos el estudiante comparte el conocimiento adquirido lo profundiza, domina y perfecciona.

La perspectiva constructivista que fundamenta el ME de la UJAT, presenta como alternativa viable para su concreción el enfoque por competencias, mismo que implica, de acuerdo con Concepción Barrón¹⁰, una educación profesional donde se replantea la relación entre teoría y práctica y desagrega los saberes en teóricos, prácticos y valorativos.

Los saberes teóricos, explica Barrón, están relacionados con los conocimientos disciplinares, los prácticos se estructuran a partir de los contenidos procedimentales y técnicos, ligados al desarrollo de habilidades y operaciones prácticas, y los valorativos, a las actitudes, a la capacidad para relacionarse con los otros y para resolver problemas.

En consonancia a las exigencias y compromisos de la Educación Superior y a los 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.

Para el cumplimiento de estos propósitos se desarrolló un proceso académico para revisar la pertinencia, congruencia y vigencia del PELC, que acorde con la naturaleza

¹⁰ Barrón, C. Currículos Innovadores y prácticas académicas para una evaluación alternativa. En Proyectos Educativos Innovadores. Construcción y Debate. México: IISUE. UNAM. 2009

de su comunidad y las condiciones institucionales permitieron la actualización del Plan en las siguientes fases:

- En una primera etapa se realizó una investigación documental que permitió la revisión de las políticas y normatividades institucionales en el contexto nacional e internacional, en la que se consideraron los escenarios internos y externos que contextualizan el desarrollo del programa educativo. De manera paralela se recabaron, a través de entrevistas personales y grupales, las perspectivas de los diferentes actores que inciden y operan en el Plan de Estudios.
- La información extraída en la primera etapa dio lugar a la formulación de un análisis matricial sobre la pertinencia social y congruencia interna del plan en las condiciones actuales, lo que develó las transformaciones necesarias para el mismo. Así, en esta segunda etapa se detectaron las fortalezas y debilidades y se formularon propuestas para la actualización del PELC.
- La tercera etapa fue de toma de decisiones; a partir de reuniones colegiadas con los coordinadores de las líneas curriculares y cuerpo docente, se plantearon los ajustes a la estructura y dinámica curricular incluyéndose innovaciones en asignaturas, sus contenidos y metodologías. Y se generaron los documentos que reflejan dichos ajustes.

Como resultado de las etapas anteriormente descritas y para dar respuesta a las exigencias planteadas por los diversos organismos internacionales, nacionales y locales, se introducen cambios significativos en el plan de estudios y los programas educativos de la Licenciatura en Comunicación, encaminados a su fortalecimiento atendiendo a las siguientes características:

- La adopción del Enfoque por Competencias, que acorde con el Modelo Educativo de la UJAT, procura el desarrollo de competencias genéricas y específicas con programas pertinentes, flexibles, y centrados en el estudiante.

- La migración al Sistema de Acreditación y Transferencia de Créditos Académicos (SATCA), que bajo la homologación con otras instituciones educativas posibilita la movilidad estudiantil y el intercambio académico.
- La formación del estudiante es integral y armónica, con la que se procura estudiantes críticos, emprendedores, competitivos, comprometidos con la sociedad y satisfechos de su formación.
- El PELC propicia la vinculación e interacción con el entorno estatal, regional, nacional e internacional.
- Orientado a formar individuos que garantizan su valía en la calidad de su desempeño profesional.
- Un programa educativo que pueda ser acreditado por los organismos correspondientes.

5. FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

Cuando el conocimiento, la ciencia y tecnología se toman como factores principales de incidencia para el crecimiento y desarrollo de los países, resulta ineludible tomar a la educación como uno de los principales motores para provocar los cambios en las diferentes sociedades.

De ahí, que nuestra Alma Mater retome todas y cada una de las posturas asumidas en los distintos organismos internacionales, nacionales y regionales para actuar en concordancia en cualquiera de las nuevas propuestas curriculares. En este sentido, la reestructuración del Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación retoma estos planteamientos para actuar acorde a estas nuevas exigencias del entorno educativo.

5.1. Análisis de necesidades sociales

Desde que la productividad y la competitividad empezaron a ser preocupación tanto del sector público como del privado, las IES se vieron en la necesidad de desarrollar

una amplia política de vinculación con ellos, atendiendo a la misión de formar cuadros profesionales altamente especializados y ofrecer los conocimientos tecnológicos y científicos que demanda la sociedad.

En Tabasco y la región Sur-Sureste de México, la UJAT encuentra hoy un campo fértil para hacer viable la *pertinencia de la educación superior*¹¹ y, particularmente, el papel de la carrera de comunicación como motor articulador del desarrollo.

Tabasco tiene una población que supera los 2 millones 238 mil habitantes, de los cuales la mitad tiene 25 años o menos. De cada 100 personas de 12 años y más, 45 participan en las actividades económicas; de estas últimas, el 95 por ciento tiene alguna ocupación.¹²

La vocación petrolera de Tabasco sigue siendo la columna vertebral de la economía local, aunque en la última década se muestra un posicionamiento gradual del sector terciario, representado por las actividades comerciales, restauranteras, hoteleras, servicios financieros e inmobiliarios, servicios educativos, transportes e información en medios masivos. Este repunte le ha permitido aportar cerca del 30 por ciento al Producto Interno Bruto Estatal.¹³

El auge paulatino de las actividades terciarias o de servicios está reconfigurando la relación de la UJAT con la sociedad tabasqueña, toda vez que el perfil de programas académicos deber ser cada vez más amplio y diverso. La universidad ha dado respuesta a ese desafío extendiendo su presencia en tres de las cuatro regiones de

¹¹ De acuerdo con el documento Educación superior en el siglo XXI, visión y acción (París, 1998) la UNESCO considera primordialmente la pertinencia de la educación superior en función de su cometido y su puesto en la sociedad con respecto a la enseñanza y la investigación y servicios conexos en función de sus nexos con el mundo del trabajo, el estado, la financiación pública y sus interacciones con otros niveles y formas de educación.

¹² INEGI. Censo de Población y Vivienda, 2010.

¹³ INEGI. Sistema de Cuentas Nacionales de México. Producto Interno Bruto por Entidad Federativa, 2005-2009.

Tabasco-Centro, Chontalpa y Los Ríos-, con la finalidad de responder a las necesidades de desarrollo sustentable y superar desequilibrios y desigualdades.

Además, las tareas de vinculación adquieren un perfil especial: por una parte se trata de un esfuerzo por estrechar las relaciones con los sectores productivos de bienes y servicios, organismos públicos y privados, instituciones educativas de los diferentes niveles y sociedad civil en general, aportando soluciones, asistencia técnica y asesoría en materia de docencia, investigación y tecnología en diversos campos del conocimiento; por otro lado, al procurar que tanto estudiantes como docentes participen en actividades extramuros para enriquecer sus experiencias y formación integral, se retroalimenta el Modelo Educativo de la Universidad, de tal modo que responda oportunamente a las demandas y necesidades sociales.

En este marco, es importante procurar que los nuevos profesionistas cuenten con una sólida formación académica, con destrezas y habilidades desarrolladas a lo largo de sus estudios universitarios para que, al integrarse al mundo laboral, respondan a las expectativas del entorno económico y social.

Indistintamente de la formación profesional de que se trate, en la agenda actual destacan temáticas puntuales que deben ser abordadas desde distintos ángulos, como desarrollo sustentable, conservación del medio ambiente, reducción de condiciones de vulnerabilidad social, construcción de ciudadanía, calidad de la democracia, fomento de la paz, promoción de la diversidad cultural, fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas, impulso al emprendimiento, aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información y de los espacios interactivos de aprendizaje.

La participación de los profesionales en un espectro tan variado de asuntos como los anteriores, implica un proceso de redefinición de los saberes y supone también el desarrollo de competencias inter, trans y multidisciplinares. Es imperativo, asimismo, que los papeles de docente y estudiante se redefinan, propiciando entre ambos actores una relación menos jerárquica y más colaborativa e interactuante.

Los escenarios de la sociedad tabasqueña actual proyectan áreas de atención e intervención para el profesional de la comunicación que suman, al tradicional campo mediático, otras instancias sociales como las gubernamentales y no gubernamentales para atender procesos comunicativos que requieren de diversas prácticas desarrollando acciones en la administración de redes, análisis y generador de flujos comunicativos en escenarios en conflicto, estrategias de la comunicación para promover el posicionamiento de organizaciones, productos y personas como marcas sociales. Lo que señala que las funciones del profesional de la comunicación apuntan a la creación de contenidos en nuevos soportes tecnológicos, a la gestión de canales sociales e *influenciadores* con los usuarios de nuevos medios (*bloggers, youtubers, storytelling* y periodismo de marca).

A la par que se redefine la relación de la universidad con la sociedad, se delinear nuevas perspectivas en los estudios de comunicación, y en ambos casos parece que las causas son las mismas: modificación del entorno económico, acentuación de lo global, diversificación de los fenómenos comunicativos y el auge de lo digital.

La formación de profesionales que cubran esas expectativas; que comprendan la realidad y contribuyan a transformarla con el uso de canales acordes a los desafíos mediáticos impuestos por un entorno en permanente cambio, es el propósito del presente Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación.

5.2. Análisis de la disciplina

El estudio de la comunicación en el ámbito mundial vislumbra escenarios múltiples, diversos y polémicos para este complejo campo, lo que exige la revisión tanto del terreno hasta ahora recorrido, como de las direcciones (múltiples y diversas) por las que se ha optado para el desarrollo de una profesión y la consolidación de un verdadero ámbito disciplinar y profesional.

De las múltiples posturas adoptadas por los interesados (investigadores y académicos, sobre todo) se pueden focalizar algunas constantes que permiten ubicar de manera general las preocupaciones, problemas, alcances, retos y perspectivas que se tendrán que repensar en cada ámbito en el que se pretenda dar forma a la comunicación como una disciplina o un eje de estudio y conocimiento.

El futuro para el estudio de la comunicación se asoma retador. El profesional del campo debe tener las competencias (entendidas como un conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que conforman un desempeño integral en una situación determinada) para gestionar procesos de comunicación en escenarios cada vez más complejos, aprovechando los nuevos medios y plataformas como las redes sociales y la telefonía móvil.

A decir de Francisco Ficarra¹⁴ - teórico y estudioso de la comunicación social –no se trata de una inclusión de contenidos sin ninguna justificación, por el contrario, se tienen que considerar asignaturas bien planeadas y no un menú de ítems extraídos anárquicamente de planes y programas de estudio de muy diversa índole.

Derivado de los párrafos anteriores se desprende la necesidad de actualización de asignaturas y contenidos que incorporen y atiendan las condiciones actuales que contextualizan y rigen los procesos comunicativos en la sociedad, especialmente en el cambio inminente de lo analógico a lo digital y las implicaciones que esta circunstancia tiene para la profesión.

De la atención que se dé para cubrir esta necesidad, dependerá en gran medida la consolidación de la comunicación como un ámbito de estudio. Para hacer frente a los retos de la profesionalización se vislumbran dos tendencias:

¹⁴ Ficarra, Francisco. Siglo XXI ¿Qué deben enseñar las escuelas de comunicación? Revista Chasqui No.74 .Junio 2001. Ciespal, Ecuador, 2001

- La que apunta hacia la profesionalización del sujeto sobre una formación general, más humanística y socio – cultural, donde subyace el aprender a aprender.
- La segunda que privilegia la *especialización de la práctica profesional*; en esta última se pueden advertir dos vertientes:
 - Una especialización “dirigida” (definida por la institución) que se orienta al uso técnico de los medios, donde se prioriza el saber hacer (dominio de la tecnología) como una atractiva oferta.
 - Una especialización más flexible donde se ofrece la optatividad para el alumno (en él recae la decisión de la construcción de su propia formación).

La revisión que aquí se expone intenta ser una muestra de los aspectos que exigen ser definidos, bajo el riesgo de ver desvanecerse la profesión de la comunicación en una indefinición académica y una desvaloración social. Destacamos en este debate asíncrono pero coincidente: las problemáticas, retos y tendencias de la práctica profesional de la comunicación.

La situación que presenta la disciplina de la comunicación, no sólo en nuestro país, sino en el contexto mundial, es compleja; debates en torno a ella se abren de manera constante y las instituciones de educación superior, así como algunas instancias vinculadas con la enseñanza de la comunicación, como: el Consejo para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), entre otros, no han podido sustraerse de reflexionar sobre aspectos torales, como: Su *práctica educativa*, la *profesionalización* de la misma y la *definición de su objeto de estudio*, para generar acciones que den respuesta a los actuales requerimientos de orden nacional e internacional respecto a la formación del profesional de la comunicación.

El auge en el desarrollo de los medios de comunicación en el que surgen las licenciaturas en torno a la comunicación, definió el imaginario social que aún prevalece hasta nuestros días: la profesión centrada a formar comunicadores masivos (locutores, presentadores, periodistas, publicistas, etcétera); lo que determina que en los estudios sobre comunicación, prevalezca el interés por incursionar en los medios, especialmente en los electrónicos, derivando entonces, en una orientación educativa con tendencia pragmática y estudios de poco rigor científico, situación que genera indefiniciones o posiciones teóricas ambiguas.

Por otro lado, durante más de 50 años de práctica disciplinar la comunicación en México, se ha constituido en terreno fértil para la proliferación de investigaciones, opiniones, reflexiones y críticas poco o nada articuladas provenientes de otras ramas de las Ciencias Sociales que se asumen como autoridad para disertar sobre los fenómenos comunicativos. Esto permitió, por un lado, enriquecer el campo con una visión pluridisciplinar, pero por otro, se extendieron sobremanera los límites de la comunicación. Es innegable que las aportaciones de las diversas disciplinas han mostrado la complejidad de los fenómenos propios de la comunicación y han ampliado los horizontes de la profesión en la búsqueda de explicaciones, de ahí su incursión en ámbitos como la salud, la política, el medio ambiente y la cultura digital.

Otra postura en la evolución de la Licenciatura es la que Fuentes Navarro (1996) reconoce dentro en la historia de la enseñanza de la comunicación, en la que afirma pueden distinguirse “tres modelos de enseñanza” a los que también ha dominado modelos fundacionales (el modelo periodístico, el modelo humanista y el del “científico social”); estos modelos representan en realidad *imaginarios* de lo que en las instituciones entienden lo que el campo laboral demanda en materia de comunicación. Estos “tres modelos” tienen variantes y cruces, además que no puede identificarse independientemente de las instituciones, sus variantes, historias e influencias.

Esto significa que el paradigma ya no responde a la situación actual de una profesión, que ahora incursiona en ámbitos como la gestión de medios, consultorías y

asesoramiento de imagen, producción en redes, comunicación institucional, entre otras.

Todo lo anterior evidencia las particularidades que presenta el estudio de la comunicación, no sólo en el ámbito educativo, sino en todos aquellos que toca la práctica profesional de la misma. Esto conlleva a reflexiones particulares que permitan dimensionar cuáles son las *necesidades disciplinares* que puedan advertirse, y hacia dónde se tienen que encaminar los esfuerzos para poder consolidar la profesión de la comunicación.

Así pues muchos son los requerimientos para generar los cambios en el campo actual de la comunicación; diversos autores (Vasallo de López, 2005¹⁵; Nájera, 2004¹⁶; Galindo y Luna, 1995¹⁷) han señalado que para las transformaciones se requiere de:

- La definición y contextualización del nuevo modelo de sociedad.
- El diseño de nuevas políticas institucionales.
- La infraestructura ad hoc con los tiempos tecnológicos.
- Las transformaciones curriculares.
- La delimitación del objeto de estudio.
- Vinculación de la universidad con los diversos sectores productivos.

Miguel de Moragas¹⁸ considera que se debe empezar por considerar un hecho determinante: estamos en una etapa de tránsito, de la era de la comunicación de masas a una nueva era de la información multimedia y en red. El objeto de estudio de la comunicación y por tanto el referente para la formación profesional trasciende ahora de los medios masivos, a todas las direcciones de la comunicación, desde la

¹⁵ Vasallo de López, María. Comunicación: campo y objeto de estudio. ITESO/ UAA/UdeC. Mexico,2005

¹⁶ Nájera, Ozziel. Las ciencias de la comunicación frente a los nuevos paradigmas científicos. Revista Razón y palabra. No. 36. México, 20014

¹⁷ Galindo, Jesús y Luna, Carlos. Campo académico de la comunicación, hacia una reconstrucción reflexiva. ITESO/Consejo nacional para la cultura y las artes. México, 1995.

¹⁸ Investigador y escritor de innumerables textos sobre diversos temas de la Comunicación; actualmente es Director del Instituto de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona.

comunicación interpersonal, hasta la comunicación interactiva, “online” por Internet. Es la misma definición de sociedad la que ahora está en juego... El modelo de sociedad actual transita de la “sociedad de los medios masivos” a la “sociedad de la información” en lo que algunos autores denominan “comunicación convergente”. Este es el contexto básico para interpretar las nuevas formas de interacción, así como también las nuevas funciones y los nuevos usos de los medios de comunicación y por tanto de la profesión

En los albores del Siglo XXI las acciones de comunicación están enfocadas a medios y soportes online que superan a las enfocadas a medios offline, esta condición socio tecnológica encamina otras funciones en el terreno de la profesión, donde se abren canales y lenguajes comunicativos variados que orientan el debate de la formación hacia la convergencia comunicativa.

En este sentido Mattelart y Mattelart¹⁹ aseguran que nuestra sociedad contemporánea corresponde a un Modelo de Comunicación Cibernético de organización de las relaciones sociales.

En este nuevo esquema, el comunicólogo juega un papel fundamental como un participante en el estudio social de los nuevos medios y formas de comunicación e información que están definiendo a la sociedad actual, es decir, no se puede ahora mismo, concebir a una sociedad sin la utilización de las nuevas tecnologías y sin sujetos que se dediquen a estudiar e investigar los fenómenos inherentes a las transformaciones sociales.

El modelo establecido bajo la dinámica cibernética presenta la urgente necesidad de un conocimiento descentralizado y diversificado y una alta demanda de aprendizajes continuos y masivos, a fin de generar nuevos conocimientos que contribuyan a

¹⁹ Mattelart, A. y Mattelart, M. (1997) *Historia de las Teorías de Comunicación*. México: Paidós.

interpretar y transformar la realidad tal como lo plantea Roger²⁰ cuando retoma a Beltrán Llera y Pozo.

De acuerdo con Schaufler²¹ los estudios de comunicación, al no estar integrados por una disciplina sino por un conjunto de saberes y prácticas presentan dispersiones y amalgamas, por lo que en las discusiones sobre la definición de la identidad de la comunicación social se plantea una zona de encuentro y choque de distintas configuraciones imaginarias' (Caletti²²) en especial entre el "campo académico" y los "diferentes perfiles profesionales", condicionados por las 'demandas' y condiciones laborales locales, regionales, nacionales.

En este sentido cobra particular importancia la Interdisciplinariedad a la que se apuesta en este plan de estudios. La interdisciplina se hace necesaria ya que las problemáticas y modalidades de investigación se anclan fuertemente a los contextos políticos e históricos y a sus acontecimientos. Asimismo, se ven movilizadas y trastocadas por los avances en materias de tecnologías de la comunicación.

En este escenario uno de los retos para los programas de comunicación es la formación de profesionales innovadores y creativos que puedan hacer frente a los requerimientos que demandan los nuevos medios, los nuevos lenguajes y la diversas situaciones emergentes de comunicación haciendo uso de habilidades y recursos

²⁰ Roger S. (2014) Alfabetización digital en los contextos de formación universitaria. Revista Luciérnaga. Año 6, Edición 12. Facultad de Comunicación Audiovisual - Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidad Autónoma de San Luis Potosí: Colombia. 2014.

²¹ Schaufler. M. (2014) Reflexiones sobre el campo de la comunicación social en Argentina. Revista Luciérnaga. Vol. 6 Numero 12. Facultad de Comunicación Audiovisual - Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidad Autónoma de San Luis Potosí: Colombia. 2014.

²² Caletti, S. (1991). Profesiones, historia y taxonomías: algunas discriminaciones necesarias. Diálogos de la Comunicación No. 31. Septiembre 1991. Lima, Perú.

disponibles; esto es, en términos de Jacques Derrida²³ las tendencias apuntan a un bricolaje, entendido como aquel que utiliza <<los medios de a bordo>>, es decir, los instrumentos que encuentra a su disposición alrededor suyo, que están ya ahí, que no habían sido concebidos especialmente con vistas a la operación para la que se hace que sirvan, y a la que se los intenta adaptar por medio de tanteos, no dudando en cambiarlos cada vez que parezca necesario hacerlo. Con este fundamento se abre un horizonte de atención a los lenguajes humanos en interacción con la tecnología, lo que incluye otros sistemas, otros códigos y otras reglas sociales.

Estos matices que caracterizan el estudio y profesionalización de la comunicación han configurado los cambios de esta licenciatura en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco que a 25 años de su creación ha concretado tres procesos de revisión y actualización anterior al presente, lo que dibuja la siguiente cronología.

5.3. Análisis del mercado ocupacional

El campo laboral del profesional de la comunicación presenta, a decir de Claudia Benassini²⁴, enfrentamiento entre el saber obtenido en las aulas y las prácticas profesionales, es decir, existe un desfase entre los aprendizajes áulicos y lo que se demanda del comunicólogo en el mercado laboral: conocimientos sobre nuevas tecnologías (digitalización de la información), habilidades para la resolución de problemas, entre otros, ya que las instituciones educativas no responden a los constantes cambios en la sociedad de la información, sobre todo debido a las

²³ Derrida, J. (1966) *La estructura, el signo y el juego del discurso de las ciencias humanas*. Barcelona: Anthropos

²⁴ Profesora de la Maestría en la Universidad Iberoamericana Santa Fe, México, investigadora del campo profesional de la Comunicación

estructuras tradicionales inflexibles; de hecho, existe plena conciencia de que es imposible la simultaneidad entre las constantes transformaciones del mundo debido al desarrollo científico y tecnológico y las posibilidades formativas de las instituciones de educación superior. Benassini observa que en el imaginario de los empleadores se sigue ubicando a los comunicadores como trabajadores de medios o en el mejor de los casos en la publicidad.

El análisis del mercado de trabajo y la demanda laboral del profesional de la comunicación se realiza teniendo como base los resultados reportados por la Comisión de Seguimiento de Egresados obtenidos de los encuentros de egresados y los foros de empleadores de los tres últimos años (2013, 2014 y 2015), cuyos resultados se describen a continuación.

En los foros de empleadores se recoge la opinión sobre el desempeño laboral de los egresados, sus actitudes, competencias así como las necesidades en términos generales de los Licenciados en Comunicación para el mercado laboral, a partir entrevistas semiestructuradas. En estos foros se reporta la participación de cinco empleadores por cada año.²⁵

Por su parte los encuentros de egresados reportan la participación de cuatro egresados en 2013, seis egresados en 2014 y cuatro egresados en 2015.

Los empleadores consideran muy importante seguir trabajando en la formación de competencias que fortalezcan y apoyen:

- La capacidad de análisis y síntesis de los egresados (especialmente para el sector periodístico).
- El conocimiento de una segunda lengua (todos los empleadores).
- El uso de las TIC (todas las empresas) Comunicación oral y escrita (urgente).

²⁵ López, R y Narváez, L. (2015) Resultados del Foro de empleadores y egresados de la licenciatura en Comunicación en la DAEA. Documento oficial inédito.

- Habilidades de comunicación verbal, dicción, redacción y
- El Uso de las TIC, especialmente aplicadas para la producción audiovisual, y el lenguaje multimedia.

Los empleadores concluyen que los egresados de esta carrera son buenos para trabajar en equipo, han adquirido compromisos reales con las empresas, sin embargo consideran que hay que seguir fortaleciendo estos valores en el educando. Es necesario también trabajar en la seguridad del egresado para desarrollarse profesionalmente ya que en un principio se muestran inseguros y con aparente por lo que es necesario un incentivar el liderazgo, la autoestima y pro actividad.

Los empleadores señalan que es urgente fortalecer el pensamiento crítico y creativo, consideran que les ha tocado trabajar con egresados muy buenos, pero porque ya han estado antes trabajando en medios, por ejemplo, o en pequeñas empresas de tipo comercial, pero que han llegado a solicitar trabajo, sin ningún tipo de práctica profesional o servicio social, relacionado en lo que pretenden desarrollarse.

En la experiencia relatada, los empleadores dedicados al campo laboral de medios de comunicación, consideran urgente innovar desde la escuela una cultura emprendedora.

Los empleadores del ámbito educativo describieron algunas fortalezas de los egresados: Saben organizar y planificar, resolver problemas, son creativos en sus prácticas docentes, dirige y se organiza en equipos de trabajo, cuentan con habilidades en la investigación.

De manera contraria los empleadores del sector empresarial comercial y de servicios concluyen que falta trabajar más un perfil con capacidad de innovación, planeación estratégica, capacidad para adaptarse a nuevas situaciones y valoración por la expresión artística.

Estas son áreas de oportunidad que deben ser vistas como escenarios potenciales en la reestructuración y guían consecuentemente la actualización del plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación.

Perspectiva de los egresados

Los egresados reconocen haber adquirido y/o desarrollado en su formación académica, de acuerdo con lo expresado en los Foros de 2013, 2014, 2015:

- Competencias tales como la comunicación oral, la creatividad, capacidad de innovación, capacidades de adaptarse a nuevas situaciones, la capacidad de organizar y planificar
- Reconocen algunas de las debilidades de su formación al señalar que las competencias que necesitan fortalecer en base a los requerimientos del mercado laboral, entre las que desatacan: Uso de las TIC y conocimiento de una segunda lengua (Inglés), la Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- En cuanto a las asignaturas que ellos identifican que fueron elementales para su desenvolvimiento en el campo profesional son:
- Comunicación no verbal, ética, metodología, comunicación organizacional, logística de eventos y producción radiofónica.
- También señalan las asignaturas que deben fortalecerse:
 - Inglés,
 - Redacción,
 - Fotografía,
 - Diseño
 - Edición de audio y video,
 - Elaboración de proyectos,
 - Cine

- Así como las relacionadas con el manejo de equipo y tecnologías de comunicación.

En términos generales los egresados comentan la necesidad de tener asignaturas donde se privilegie la práctica debido a que en el momento que compiten por un espacio laboral, les pide experiencia en el manejo de equipos. Los egresados proponen que la universidad oferte cursos de especialización en algunas áreas, tanto para estudiantes próximos a egresar así como a los que ya han concluido sus estudios. (Educación Continua).²⁶

Empleadores y Egresados reconocen que el comunicador no está dotado de los conocimientos, competencias y habilidades que requiere su desarrollo en las empresas, como aprovechamiento de las tecnologías, el manejo adecuado de diferentes lenguajes y la capacidad de gestión de la información, por lo que habrá que trabajar en ello.

Los escenarios descritos por egresados y empleadores, así como la proyección del mercado laboral sugieren en lo más significativo que la profesión de la comunicación está requiriendo de una transformación de formas para abordar las alternativas tecnológicas y sus nuevos lenguajes y con ello las funciones hacia donde se debe orientar la profesión.

5.4. Análisis de las ofertas afines

El estudio comparativo de los planes de estudio de las Licenciaturas en Comunicación, en sus diferentes denominaciones y afines, realizado con miras a la reestructuración, se centró en identificar las tendencias de formación de los egresados, considerando el

²⁶ López, R y Narváez, L. (2015) Resultados del Foro de empleadores y egresados de la licenciatura en Comunicación en la DAEA. Documento oficial inédito.

objetivo, campo laboral, perfil de egreso y áreas de formación en el contexto regional, nacional e internacional.

El análisis consideró 13 universidades nacionales, 4 latinoamericanas (Colombia, Argentina y Chile) y 3 españolas, en las que se encontró lo siguiente:

Análisis de objetivos de formación:

La tendencia predominante de la formación de profesionales en comunicación en el contexto nacional sigue siendo la comunicación social, con miras a la aplicación en diferentes contextos a través de estrategias cuya pertinencia deriva de la aplicación de solida de conocimientos y manejo de técnicas de investigación que permitan al profesional intervenir en la realidad; destacan como ámbito de aplicación de habilidades comunicativas el empresarial, institucional gubernamental y educativo-cultural.

En formación de profesionales en Comunicación se suma la relevancia de atender, comprender y manejar los nuevos escenarios de la comunicación pública y los cambios socioculturales producidos por las nuevas tecnologías de la información.

Una premisa constante en objetivos de la Licenciatura es la convicción de propiciar conocimientos, habilidades, valores y actitudes, que permitan evaluar y aprovechar los componentes de los actos comunicativos para diseñar, crear, valorar, asesorar y realizar propuestas que generen un beneficio social. Una constante encontrada en este análisis es que la mayoría de los programas tiene un enfoque basado en competencias.

Finalmente se destaca la asociación de la formación de este profesional con el campo de la investigación como herramienta que le facultará para intervenir con pertinencia en ámbitos como la opinión pública, la mercadotecnia y la publicidad, así como en los procesos de la educación, la ciencia y la cultura.

En el plano internacional, se encontró que las universidades hispanoamericanas tienen como principal objetivo la formación de comunicadores sociales, que manejen los medios audiovisuales, multimedia y su aplicación en las TIC, como en periodismo digital e hipermedios, centrados principalmente en el periodismo y en campos como la publicidad, relaciones públicas y educación. Los programas son manejados por horas de trabajo no por créditos. En el caso de España el aprendizaje está centrado más en el estudiante, ya que los estudiantes pueden complementar su formación básica con las asignaturas de su interés, llegando a tener más de un grado de especialización.

OBJETIVOS	
NACIONAL	INTERNACIONAL
<p>En el contexto nacional, tomando como referencia universidades ubicadas en el norte, centro y sur del país, las IES con programas de Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social coinciden en</p> <p>Formar profesionales de la Comunicación con capacidad de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar y comprender los entornos y contextos locales, globales y digitales. • Realizar propuestas de comunicación en medios masivos, redes mediáticas / digitales para la difusión en las organizaciones, la mercadotecnia, la ciencia, la cultura, la política y la sociedad. • Hacer trabajos con calidad, ética y considerando el desarrollo sustentable • Capaces de solucionar problemas de comunicación 	<p>Desde el contexto internacional latinoamericano se busca:</p> <p>Formar profesionales de la Comunicación con capacidad de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manejar las herramientas mediáticas e informáticas • Construir y difundir mensajes diversos • Investigar y trabajar en torno a la comunicación • Tener un sentido de crítico y de responsabilidad social • Capaz de entender los fenómenos de interacción comunicativa, cultura de masas y de existencia trans y cibercultural • Producir contenidos digitales, multimedia e interactivos en empresas públicas, privadas y sociales

<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar, producir analizar y evaluar mensajes y estrategias comunicativas desde una perspectiva crítica e interdisciplinaria. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar productos y servicios comunicacionales a partir de la formulación, generación y gestión de proyectos de comunicación periodística, multimedia y audiovisual
<p>En este contexto, la diferencia está en el enfoque hacia el rescate de la identidad cultural que predomina en el sureste del país.</p>	<p>Ambos perfiles toman en consideración el aspecto de la responsabilidad social, así como el análisis en el campo de lo digital y/o cibercultura.</p>

Cuadro 1 Análisis de Objetivos de Programas de Estudio nacionales e internacionales para Licenciatura en Comunicación o equivalentes. (Elaboración: Comisión de Planes y Programas de la Licenciatura en Comunicación de la DAEA)

Análisis de los perfiles de egreso:

Las Licenciaturas en Comunicación apuntan a formar individuos con capacidades profesionales y éticas para atender necesidades de comunicación en diversos ámbitos con base en el diagnóstico y análisis de las realidades vigentes en el país y el mundo; profesionales que propongan y gestionen estrategias de comunicación a partir elementos teórico-metodológicos y técnicos tanto de los procesos comunicativos, como de los fenómenos sociales, políticos, económicos y culturales implicados en el contexto local, nacional e internacional. Se desarrolla conocimiento enfocado al diseño de estrategias multimedia digitales y la animación.

Se perfila también un profesional con habilidades para la producción de mensajes con diversos lenguajes y el manejo técnico organizativo de las diversas modalidades de la comunicación (grupal, interpersonal y masiva) en sus diversos formatos (electrónica, convencional y digital).

Se distinguen tres esferas de formación prioritarias que las IES comprometen en la formación de profesionales de la comunicación: el conocimiento y pensamiento crítico del contexto social donde se desenvuelve (el egresado debe ser un conocedor y estudioso de la sociedad y sus circunstancias); el manejo técnico de herramientas y medios de comunicación y la investigación como condición para su intervención en la realidad.

En las universidades latinoamericanas el perfil de egreso se va sobre la comunicación social y el desarrollo comunitario y regional, se presentan algunas nuevas áreas como el periodismo digital y cibermedios.

En el caso de las universidades españolas se centra en el manejo de herramientas multimedia diseñados para los contextos en los cuales se inserta el profesional, ya que el grado obtenido principalmente es el de Comunicador Audiovisual, que le permita insertarse en organizaciones públicas o privadas, a través del diseño de productos audiovisuales y en campos como el periodismo, relaciones públicas, publicidad y mercadotecnia.

PERFIL DE EGRESO	
NACIONAL	INTERNACIONAL
En el contexto nacional, el egresado de Comunicación es un profesionista con: Conocimientos con un alto nivel teórico-metodológico e instrumental que le permita realizar sus tareas con eficiencia, y responsabilidad social en los campos de la Comunicación Organizacional, la Comunicación para el Desarrollo, la Publicidad, la Mercadotecnia, la Industria Mediática y digital.	En el contexto internacional, el egresado de Comunicación debe ser un profesionista Capacitado para la formulación, generación, desarrollo y gestión de comunicación periodística, multimedial, audiovisual y organizacional. Diseño de arquitectura de información, procesos de interactividad en proyectos digitales y para la web. Investigar asuntos y fenómenos relacionados con la

<p>Conocimiento de los sistemas de comunicación en el contexto histórico sociocultural de nuestro país, conscientes de los problemas sociales y capaces de asumir una actitud crítica en la construcción colectiva del conocimiento y la integración de contenidos a través de métodos de apropiación y transformación de la realidad, que permita la toma de decisiones, el funcionamiento y desarrollo de la calidad de organizaciones y/o instituciones públicas y privadas.</p> <p>Con actitudes y valores éticos de servicio a la sociedad, tolerancia y respeto hacia las opiniones ajenas, apertura hacia los cambios y transformación de la sociedad, crítica hacia la información e indagación permanente.</p> <p>Con habilidades de identificar problemas de comunicación en el contexto nacional, en las organizaciones y dependencias gubernamentales.</p> <p>Aplicar la metodología de la investigación en comunicación en proyectos sociales, difundir los resultados de dichas investigaciones,</p> <p>Integrar y coordinar grupos de trabajo eficientes,</p> <p>Analizar la información con sentido crítico,</p> <p>Desarrollar el ejercicio permanente del aprendizaje y estudio independiente</p>	<p>comunicación mediada por las nuevas tecnologías,</p> <p>Con una formación integral en áreas del saber socio – humanístico y áreas de especialidad como cibermedios, comunicación política y periodismo digital, para desempeñarse como asesor y/o consultor de empresas y entidades públicas y privadas, capaz de reflexionar y proponer alternativas de análisis alrededor de los medios de comunicación como espacios de solución a la vida política del región y el país.</p> <p>Con habilidades para las nuevas formas de comunicación que le permitan desempeñarse como analista de medios, redactor y editor de hipertextos, audios y videos para internet, como profesional versado en la integración de contenidos de usuarios y moderación de foros bajo criterios de la filosofía de la Web 2.0.</p>
--	---

<p>Proponer proyectos e iniciativas desde la comunicación para el desarrollo social y comunitario.</p> <p>Diseñar estrategias de comunicación oral, escrita y audiovisual en lengua materna y extranjera.</p> <p>Diseñar materiales audiovisuales como apoyo a la capacitación y formación del recurso humano de empresas e instituciones públicas y privadas, con base en los nuevos paradigmas de educación y del análisis del contexto, para el desarrollo de las competencias laborales y profesionales de los trabajadores de manera que contribuyan al crecimiento, productividad y sustentabilidad de las instituciones, empresas y de la sociedad.</p>	
<p>En el contexto nacional, los egresados en comunicación deben aplicar los métodos de investigación en comunicación escrita, audiovisual y digital en contextos nacionales y organizacionales y haciendo uso de la lengua materna y extranjera.</p>	<p>En ambos contextos se hace énfasis en el desarrollo de habilidades para el diseño de estrategias digitales como videos y páginas web.</p>

Cuadro 2. Análisis de perfiles de Egreso de Licenciaturas en Comunicación. (Elaboración: Comisión de Planes y Programas de la Licenciatura en Comunicación de la DAEA)

Análisis de la Estructura de los Planes.

La organización y distribución de trayectorias de las Licenciaturas de Comunicación contemplan entre 7 y 9 ciclos semestrales o su equivalente (en el caso de universidades que trabajan por cuatrimestres); los créditos fluctúan entre 200 y 430, sin embargo predominan los programas educativos cuyos créditos están alrededor de 330 unidades.

Una tendencia registrada en los planes de estudios nacionales es la identificación de Áreas o bloques de especialización que orientan y proyectan el desempeño profesional del egresado (ver anexo 1. Análisis Comparativo de Planes de Estudios).

En el caso de Latinoamérica se trabajan las asignaturas por horas, no créditos. Las universidades españolas por su parte manejan sus grados en créditos ECTS (European Credit Transfer and Accumulation System) es un sistema de equivalencias y reconocimiento de los estudios cursados en otros países, se pudo observar que utilizan menos número de materias y el tiempo de permanencia del estudiante es de un promedio de 4 años. El número de ECTS es generalmente de 240 y varía entre 39 a 55 materias, este sistema la movilidad estudiantil entre universidades del mismo país e incluso de varios países europeos que conforman el Espacio Europeo de Educación Superior.

Áreas de Formación

Las Áreas de Formación identificadas en los diferentes Programas de Estudios de la Licenciatura en Comunicación coinciden con ámbitos de desempeño profesional, destacando la tendencia a contextualizar la comunicación en ámbitos y situaciones específicos, en lo que algunas IES reconocen como comunicación aplicada. Se distinguen así áreas de formación tradicionales y áreas asociadas a la finalidad y exigencia de cada región.

Áreas Tradicionales de Formación
Periodismo
Medios audiovisuales
Publicidad
Relaciones publicas
Mercadotecnia

Áreas Tradicionales de Formación
Áreas de Comunicación Aplicada
Comunicación organizacional o corporativa
Comunicación educativa
Comunicación Política
Comunicación para la Salud
Comunicación para el desarrollo
Comunicación para las ciencias y divulgación
Dirección cinematográfica
Animación por medios digitales

Cuadro 3. Áreas de Formación y desempeño para Comunicación

6. OBJETIVOS DEL PLAN DE ESTUDIOS

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.

Objetivos específicos:

- Estimular y fortalecer el estudio riguroso del contexto nacional e internacional tanto en aspectos culturales, sociales, políticos y comunicativos.

- Fomentar los principios y valores que permitan comprender y ejercer la actividad comunicativa con ética y compromiso, asumiendo el sentido de responsabilidad de los medios de comunicación con la sociedad.
- Desarrollar competencias para el estudio y la comprensión de públicos y mercados que permitan el diseño y elaboración de estrategias en diversos medios de comunicación, que impacten el entorno social.
- Fortalecer el campo de acción de la comunicación para intervenir en procesos formativos, de orientación y difusión dentro de las organizaciones e instituciones públicas y privadas y en la sociedad misma, a través del estudio y uso de los modernos soportes de la información.
- Propiciar a través del aprendizaje autogestivo y la formación continua, el desarrollo personal y profesional incrementando la calidad de vida.
- Desplegar capacidades propicias para la investigación, la toma de decisiones, el trabajo en equipo que permitan intervenir en los contextos donde se desarrolla profesionalmente.

7. PERFIL DE INGRESO

La naturaleza de la profesión derivada del Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación requiere de sujetos interesados en la observación y estudio de la sociedad y los fenómenos que en ella se presentan, que guste de la lectura de temas diversos, y maneje de manera adecuada la expresión oral y escrita. Adicionalmente se sugiere que el aspirante posea las siguientes características:

- Facilidad para establecer comunicación oral y escrita.
- Hábitos de estudio.
- Aptitudes para el trabajo en equipo.
- Disposición para aprender constantemente.
- Habilidad para la búsqueda y recuperación de información.

- Capacidad para comprender e interpretar textos académicos.
- Capacidad para responder a problemas prácticos, generar propuestas y soluciones.
- Manejo básico de herramientas computacionales.
- Tener un proyecto de vida.
- Poseer valores y principios de ética y moral.
- Conocimientos elementales del idioma Inglés.
- Creatividad.

8. PERFIL DE EGRESO

El egresado de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco desarrollará conocimientos, habilidades y actitudes que aluden a una formación integral sobre la base de las competencias genéricas institucionales que se establecen como principios reguladores de su formación. Estas se enuncian en siguiente cuadro:

Competencias Genéricas		
Instrumentales	Interpersonales	Sistémicas
Institucionales		
1. Capacidad de análisis y síntesis.	5. Capacidad de trabajar en equipos interdisciplinarios.	8. Pensamiento crítico y creativo.
2. Conocimiento de una segunda lengua.	6. Habilidad de trabajar en contextos internacionales.	9. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
3. Uso de las TIC.	7. Compromiso ético.	10. Cultura emprendedora.
4. Comunicación oral y escrita en la propia lengua.		
Complementarias		

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacidad de organizar y planificar. ▪ Habilidades de gestión de información. ▪ Resolución de problemas. ▪ Toma de decisiones. ▪ Capacidad de innovación. ▪ Planeación estratégica. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Trabajo en equipo. ▪ Valoración por la diversidad y multiculturalidad. ▪ Liderazgo. ▪ Filosofía humanista y ética profesional. ▪ Valoración por la expresión artística. ▪ Autonomía intelectual y moral. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Habilidades de investigación. ▪ Capacidad para adaptarse a nuevas situaciones. ▪ Trabajo autónomo. ▪ Diseño y gestión de proyectos. ▪ Gestión de la calidad. ▪ Compromiso por la sustentabilidad.
--	---	--

Cuadro 4. Competencias Institucionales.

El desarrollo y fortalecimiento de las competencias genéricas institucionales y la formación disciplinar, perfilan un profesional con las siguientes características:

El egresado de la Licenciatura en Comunicación será un profesional especializado en planear, aplicar y evaluar procesos de comunicación, preparado para intervenir interdisciplinariamente en los distintos ámbitos comunicativos, sociales y culturales, teniendo como principios la conciencia social y la integración armónica, a fin de contribuir al desarrollo humano y social, a partir de la formación de competencias específicas como:

1. Implementar procesos de intervención en la realidad en áreas relativas a la profesión de manera sistemática, para promover cambios sociales.
2. Usar el lenguaje oral y escrito, apropiada, eficaz y eficientemente para su aplicación profesional y social.
3. Exaltar y asumir el sentido de responsabilidad social de los medios de comunicación en la dinámica social para actuar éticamente en ellos.

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.
5. Evaluar los cambios, escenarios sociales así como los formatos y herramientas digitales, para mediar e intervenir responsablemente en ellos.
6. Investigar, acopiar, analizar y seleccionar información de interés público a través de diferentes medios para difundirla de manera pertinente a diversas audiencias.
7. Diagnosticar necesidades comunicativas en diversos ámbitos para generar áreas de oportunidad personal y profesional congruentes con las necesidades del contexto.
8. Formar recursos humanos para producir materiales comunicativos innovadores y creativos que sean aplicados en distintos sectores sociales.
9. Producir, conducir y analizar mensajes mediáticos de diversa naturaleza para atender con pertinencia las demandas comunicativas del entorno.
10. Manejar estratégicamente diversos medios y formatos comunicativos para planear, diseñar, producir y evaluar campañas de publicidad, propaganda e imagen.
11. Evaluar procesos de comunicación interna y externa para intervenir de manera eficiente y eficaz en la cultura de las organizaciones.
12. Diseñar estrategias de comunicación para asesorar profesional y éticamente el desarrollo de imagen pública.
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.

9. ESTRUCTURA CURRICULAR DEL PLAN DE ESTUDIOS.

La estructura curricular del Plan, acorde con los Lineamientos Institucionales, se integra por cuatro Áreas de Formación con 280 créditos SATCA en total, comprendidos en Docencia frente a grupo, trabajo de campo supervisado y actividades aprendizaje independiente.

Los créditos totales de la Licenciatura se encuentran distribuidos de la siguiente manera en las áreas de formación:

Áreas de Formación	Porcentajes de Crédito	Créditos
General	24	68
Sustantiva Profesional	51	143
Integral Profesional	16	43
Transversal	9	26
Total	100	280

Tabla 1. Distribución de Créditos por Área.

Descripción de las Áreas de Formación

La descripción de las áreas de formación en las que se distribuyen las asignaturas del Plan de Estudios acorde con SATCA, se ilustra a partir de tablas en las que la nomenclatura usada expresa lo siguiente:

HCS	Horas Clase a la Semana
HPS	Horas Prácticas a la Semana

HTCS	Hora de Trabajo de Campo Supervisado
TH	Total de Horas
C	Créditos
TC	Total de Créditos

Área de Formación General

Esta área tiene como propósito la comprensión del entorno y la construcción de competencias que propician la integración al estudio de la Comunicación. Está conformada por 14 asignaturas con un valor de 68 créditos que representan el 24% del total. El Área de Formación General incluye 21 créditos de las 5 asignaturas institucionales de la UJAT y 9 asignaturas de iniciación a la disciplina.

Área de Formación : General						
Clave	Nombre de la Asignatura	HCS	HPS	TH	TC	Carácter de la asignatura
C0100001	Filosofía y Ética Profesional	2	2	4	4	Obligatoria
C0100002	Derechos Humanos, Sociedad y Medio Ambiente	3	1	4	4	Obligatoria
C0100003	Comunicación Oral y Escrita	2	2	4	4	Obligatoria
C0100004	Habilidades del Pensamiento	2	3	5	5	Obligatoria
C0100005	Tecnologías de la Información y Comunicación	2	2	4	4	Obligatoria

Área de Formación : General						
Clave	Nombre de la Asignatura	HCS	HPS	TH	TC	Carácter de la asignatura
C0110106	Inteligencia Emocional Social	2	2	4	4	Obligatoria
C0110107	Genealogía de la Comunicación	3	2	5	5	Obligatoria
C0110108	Creatividad y Diseño	2	3	5	5	Obligatoria
C0110109	Métodos de Investigación	2	3	5	5	Obligatoria
C0110110	Comunicación y Sociedad	4	2	6	6	Obligatoria
C0110111	Lenguaje y Realidad Social	4	2	6	6	Obligatoria
C0110112	Redacción de Textos Académicos	2	4	6	6	Obligatoria
C0110113	Mundialización y Regionalización	3	2	5	5	Obligatoria
C0110114	Política y Sociedad Contemporánea	3	2	5	5	Obligatoria
	TOTAL	36	32	68	68	

Tabla 2. Asignaturas del Área General.

Área de Formación Sustantiva Profesional

Los créditos que se cursan en esta Área promueven la formación que otorga identidad al profesional de Comunicación y se orienta al desarrollo de competencias para su aplicación en experiencias prácticas de la disciplina. Esta Área de Formación está

integrada por 28 asignaturas obligatorias que suman 143 créditos y representan el 51% del total de los mismos.

Área de formación : Sustantiva Profesional						
Clave	Nombre de la Asignatura	HCS	HPS	TH	TC	Carácter de la asignatura
C0110115	Proceso Administrativo	2	2	4	4	Obligatoria
C0110116	Teoría Organizacional	2	2	4	4	Obligatoria
C0110117	Comunicación Organizacional	2	2	4	4	Obligatoria
C0110118	Emprendedores	2	2	4	4	Obligatoria
C0110119	Relaciones Públicas	2	2	4	4	Obligatoria
C0110120	Producción Sonora	2	4	6	6	Obligatoria
C0110121	Producción Audiovisual	2	4	6	6	Obligatoria
C0110122	Guion y Narrativas Audiovisuales	2	3	5	5	Obligatoria
C0110123	Arquitectura de la Comunicación	2	2	4	4	Obligatoria
C0110124	Periodismo Informativo	2	4	6	6	Obligatoria
C0110125	Periodismo de Opinión	2	4	6	6	Obligatoria
C0110126	Periodismo de Investigación	2	3	5	5	Obligatoria
C0110127	Fotografía	2	3	5	5	Obligatoria
C0110128	Diseño por Computadora 1	2	3	5	5	Obligatoria
C0110129	Diseño por Computadora 2	2	3	5	5	Obligatoria

Área de formación : Sustantiva Profesional						
Clave	Nombre de la Asignatura	HCS	HPS	TH	TC	Carácter de la asignatura
C0110130	Mercadotecnia	3	2	5	5	Obligatoria
C0110131	Publicidad	2	3	5	5	Obligatoria
C0110132	Metodología Cualitativa y Cuantitativa	3	3	6	6	Obligatoria
C0110133	Responsabilidad de los Medios	3	2	5	5	Obligatoria
C0110134	Semiología	3	2	5	5	Obligatoria
C0110135	Cultura Digital	3	2	5	5	Obligatoria
C0110136	Teorías Clásicas de la Comunicación	3	2	5	5	Obligatoria
C0110137	Enfoques Teóricos Contemporáneos	3	2	5	5	Obligatoria
C0110138	Estética de la Comunicación	4	2	6	6	Obligatoria
C0110139	Comprensión del Discurso Literario	4	2	6	6	Obligatoria
C0110140	Expresión Escrita Creativa	2	4	6	6	Obligatoria
C0110141	Expresión Oral	2	4	6	6	Obligatoria
C0110142	Modelos Estratégicos de Intervención Social	3	2	5	5	Obligatoria
TOTAL		68	75	143	143	

Tabla 3. Asignaturas del Área Sustantiva Profesional

Área de Formación Integral Profesional

El estudiante de la Licenciatura en Comunicación, al cursar los créditos del Área de Formación Integral Profesional, profundiza en el aprendizaje de ámbitos específicos de la disciplina y orienta el desarrollo de competencias profesionales hacia la definición de un énfasis profesional, que lo prepare particularmente para los cambios socio-productivos que se dan en el mercado laboral.

El Área de Formación Integral Profesional se conforma por 9 asignaturas con las cuales se obtienen 43 créditos (16% del total del plan). Los créditos de esta Área de Formación se obtienen al cursar 3 asignaturas obligatorias (13 créditos), y seis asignaturas más de uno de los dos bloques optativos que se ofrecen (30 créditos); cada bloque ofrece 9 asignaturas optativas de las cuales el estudiante elegirá 6.

La asignatura Aprendizaje Independiente, comprende otras actividades de aprendizaje independiente de acuerdo con el sistema SATCA y tiene un valor de tres créditos. Todas ellas están encaminadas a fortalecer un perfil de énfasis profesional de acuerdo a las características disciplinares, a las necesidades contemporáneas y a las preferencias de formación profesional de los estudiantes.

Área de Formación : Integral Profesional						
Clave	Nombre de la Asignatura	HCS	HPS	TH	TC	Carácter de la asignatura
C0110143	Estadística para Comunicación	2	3	5	5	Obligatoria
C0110144	Diseño de Proyectos de Investigación	3	2	5	5	Obligatoria
	Optativa 1	2	3	5	5	Obligatoria
	Optativa 2	2	3	5	5	Obligatoria

Área de Formación : Integral Profesional						
Clave	Nombre de la Asignatura	HCS	HPS	TH	TC	Carácter de la asignatura
	Optativa 3	2	3	5	5	Obligatoria
	Optativa 4	2	3	5	5	Obligatoria
	Optativa 5	2	3	5	5	Obligatoria
	Optativa 6	2	3	5	5	Obligatoria
	Aprendizaje Independiente	-	-	-	3	Optativa
	Total	17	23	40	43	

Tabla 4 Asignaturas del Área Integral Profesional

El Área de Formación Integral Profesional comprende 2 bloques, donde se agrupan las asignaturas optativas de la 1 a la 6. Los bloques son Gestión Comunicativa e Imagen y Medios e Intervención Social; de éstos, el estudiante elegirá uno para dar énfasis a las Líneas de Comunicación Organizacional e Imagen o bien a las Líneas de Comunicación Convergente y Comunicación Emergente, respectivamente.

El estudiante deberá elegir sólo un bloque de los dos mencionados y cursar seis asignaturas de 9 posibilidades que ofrece cada bloque bajo la siguiente lógica:

La optativa 1 define la elección del bloque con el que el estudiante continuará su trayectoria; la asignatura **Consultoría y Diagnóstico Organizacional** ubica al estudiante en el bloque de *Gestión Comunicativa e Imagen*; mientras que la asignatura de **Significación de Escenarios Emergentes** lo sitúa en el bloque de *Medios e Intervención Social*.

Las Optativas 2 y 3 se elegirán de una oferta de tres asignaturas para cada bloque. De *Gestión Comunicativa e Imagen* se ofrecen: Fotografía Publicitaria, Organización de Eventos y Comportamiento Organizacional; mientras que el bloque de *Medios e Intervención Social* ofrece las siguientes asignaturas: Periodismo en Hipermedia, Recursos Gráficos de Periodismo y, Proceso de Mediación y Resolución de Conflictos.

Las Optativas 4, 5 y 6 serán elegidas de cinco posibilidades: cuatro asignaturas ofertadas por bloque; y una asignatura de elección libre que el estudiante podrá tomar de la oferta de optativas del otro bloque, o bien de otros programas educativos institucionales o de intercambio.

Las asignaturas Optativas 4,5 y 6 del Bloque de *Gestión Comunicativa e Imagen* son: Imagen e Identidad, Diseño de Campañas Publicitarias, Formatos Digitales y Planeación Estratégica y Asignatura de Elección Libre. Por su parte, las asignaturas Optativas 4,5 y 6 del Bloque *Medios e Intervención Social* son: Periodismo Especializado, Comunicación para Escenarios Emergentes, Periodismo Literario, Convivencia y Participación Social y Asignatura de Elección Libre.

La elección del bloque de formación podrá realizarse siempre y cuando el estudiante haya alcanzado el 55 % de avance curricular. Por lo que la oferta de las asignaturas Consultoría y Diagnóstico Organizacional y Significación de Escenarios Emergentes, que determinan la elección de los Bloques Terminales, se hará al lograr este avance curricular. La elección de una u otra de estas asignaturas liberará, a través del Sistema de Servicios Escolares, el menú de optativas del bloque respectivo.

Idealmente el estudiante deberá cursar asignaturas de uno solo de los bloques, sin embargo si el estudiante, una vez seleccionado el bloque y cursado una o más asignaturas del mismo, decide cambiar su elección, solo le serán revalidados 5 cinco créditos de una asignatura con la asignatura de Elección Libre (Optativa 4,5 o 6). Los demás créditos tendrán que recursarse en su nueva elección de bloque.

Área de Formación : Integral Profesional						
Asignaturas del Bloque: Gestión Comunicativa e Imagen						
Clave	Nombre de la Asignatura	HCS	HPS	TH	TC	Carácter de la asignatura
Optativa 1						
C0110146	Consultoría y Diagnóstico Organizacional	2	3	5	5	Optativa
Optativas 2 y 3						
C0110147	Fotografía Publicitaria	2	3	5	5	Optativa
C0110148	Organización de Eventos	2	3	5	5	Optativa
C0110149	Comportamiento Organizacional	2	3	5	5	Optativa
Optativas 4,5 y 6						
C0110150	Planeación Estratégica	2	3	5	5	Optativa
C0110151	Imagen e Identidad	2	3	5	5	Optativa
C0110152	Diseño de Campañas Publicitarias	2	3	5	5	Optativa
C0110153	Formatos Digitales	2	3	5	5	Optativa
C0110154	Asignatura de elección libre	2	3	5	5	Optativa

Tabla 5 Asignaturas del Bloque de énfasis profesional en Gestión Comunicativa e Imagen

Área de Formación : Integral Profesional						
Asignaturas del Bloque: Medios e Intervencion Social						
Clave	Nombre de la Asignatura	HCS	HPS	TH	TC	Carácter de la asignatura
Optativa 1						
C0110155	Significación de Escenarios Emergentes	2	3	5	5	Optativa
Optativas 2 y 3						

Área de Formación : Integral Profesional						
Asignaturas del Bloque: Medios e Intervención Social						
Clave	Nombre de la Asignatura	HCS	HPS	TH	TC	Carácter de la asignatura
C0110156	Proceso de Mediación y Resolución de Conflictos	2	3	5	5	Optativa
C0110157	Periodismo en Hipermedia	2	3	5	5	Optativa
C0110158	Recursos Gráficos de Periodismo	2	3	5	5	Optativa
Optativas 4, 5 y 6						
C0110159	Periodismo Especializado	2	3	5	5	Optativa
C0110160	Convivencia y Participación Social	2	3	5	5	Optativa
C0110161	Periodismo Literario	2	3	5	5	Optativa
C0110162	Comunicación para Escenarios Emergentes	2	3	5	5	Optativa
C0110163	Asignatura de elección libre	2	3	5	5	Optativa

Tabla 6. Asignaturas del Bloque de énfasis profesional en Medios e Intervención Social.

El Área de Formación Integral Profesional incluye los asignatura denominada *Aprendizaje Independiente* y que se refiere a Otras Actividades de Aprendizaje Independiente, cuyo valor es de tres créditos, mismos que el estudiante podrá obtener al realizar alguna de las siguientes actividades:

- Participar en un foro, congreso, coloquio o algún evento académico en el que presente avances o resultados de una investigación o producto del ámbito de la comunicación.

- Realizar una publicación arbitrada en la que divulgue una experiencia académica.
- Realizar intercambio académico a través una asignatura de Movilidad Estudiantil o Verano Científico de la Investigación. Una asignatura cursada en movilidad es homologable para la la asignatura Aprendizaje Independiente cuando no se de una equivalencia con las asignaturas del plan. En caso de que el estudiante curse otras asignaturas en movilidad éstas serán validadas con otras asignaturas del Plan.

Cualquiera de las tres opciones anteriores representa un total de 60 horas de trabajo para el estudiante por lo que al realizar cualquiera de ellas obtendrá 3 créditos de acuerdo con el sistema SATCA.

La acreditación de esta actividad, se validará ante las instancias que determine la institución en la operación del plan de estudios, con la constancia de participación en el evento académico; o con la carta de aceptación del texto a publicar en el medio de divulgación seleccionado, o bien con la constancia de acreditación de la asignatura seleccionada para cursar en movilidad, o en su caso la constancia de participación en el Verano Científico. Dada la naturaleza de la asignatura Aprendizaje Independiente, ésta no se inscribirá previamente para ser cursada, únicamente se validara una vez realizada la actividad.

Área de Formación Transversal

El Área de Formación Transversal está integrada por 26 créditos que representan el 9% del total del Plan de estudios; y comprenden, 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 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 desarrollará un proyecto de investigación relativa

al bloque terminal que eligió, por lo que la elección de estas dos optativas dependerá del bloque.

El Servicio Social y la Práctica Profesional se realizarán conforme lo establece la reglamentación Universitaria vigente.

Área de Formación: Transversal										
Clave	Nombre de la Asignatura	Docencia frente a Grupo según SATCA				Trabajo de campo supervisado según SATCA				Carácter de la asignatura (obligatoria u optativa)
		HCS	HPS	TH	C	HTCS	TH	C	TC	
	Optativa 7	2	3	5	5	0	0	0	5	Obligatoria
	Optativa 8	2	3	5	5	0	0	0	5	Obligatoria
C0100006	Servicio Social	0	0	0	0	20	480	10	10	Obligatoria
C0100008	Práctica Profesional	0	0	0	0	20	320	6	6	Obligatoria
	Total	4	6	10	10	40	800	16	26	

Tabla 7. Asignatura del Área Transversal.

Las asignaturas Optativas 7 y 8 correspondientes al bloque de Medios e Intervención Social, tal como se ilustra en la tabla 8 son: Proyectos de Investigación en Medios e Intervención Social I y Proyectos de Intervención Social II (Tabla 8); mientras que para el Bloque de Gestión Comunicativa e Imagen las Optativas 7 y 8 son: Proyectos de

Investigación en Gestión Comunicativa e Imagen I y Gestión Comunicativa e Imagen II (ver Tabla 9).

Área de Formación Transversal						
Asignaturas Optativas del Bloque: Medios e Intervención Social						
Clave	Nombre de la Asignatura	HCS	HPS	TH	TC	Carácter de la asignatura
Optativa 7						
C0110164	Proyectos de Investigación en Medios e Intervención Social I	2	3	5	5	Optativa
Optativa 8						
C0110165	Proyectos de Investigación en Medios e Intervención Social II	2	3	5	5	Optativa

Tabla 8. Asignaturas Optativas 7 y 8 para el Bloque Medios e Intervención social.

Área de Formación Transversal						
Asignaturas Optativas del Bloque: Gestión Comunicativa e Imagen						
Clave	Nombre de la Asignatura	HCS	HPS	TH	TC	Carácter de la asignatura
Optativa 7						
C0110166	Proyectos de Investigación en Gestión Comunicativa e Imagen I	2	3	5	5	Optativa
Optativa 8						
C0110167	Proyectos de Investigación en Gestión Comunicativa e Imagen II	2	3	5	5	Optativa

Tabla 9 Asignaturas Optativas 7 y 8 para el Bloque Gestión Comunicativa e Imagen.

Conformación de las Líneas Curriculares en las Áreas de Formación

Las Áreas de Formación están constituidas por siete Líneas Curriculares que contribuyen a la formación del profesional de la Comunicación y una línea general institucional que fortalece los procesos de formación y construcción de culturas en los estudiantes universitarios. Estas líneas son componentes transversales en la Licenciatura.

Líneas Curriculares	CRÉDITOS SATCA		PORCENTAJE	
	OBLIGATORIOS	OPTATIVOS	OBLIGATORIOS	OPTATIVOS
Comunicación y Lenguaje	40	0	14.3	0
Fundamentos de la Comunicación	31	0	11.1	0
Publicidad y Diseño	30	30	10.7	10.7
Comunicación Organizacional	24		8.6	
Comunicación Emergente	23		8.2	
Comunicación Convergente	47		16.7	
Metodología	26	10	9.3	3.6
Servicio Social	10	0	3.6	0
Práctica Profesional	6	0	2.1	0
Otras Actividades de Aprendizaje Independiente		3	1.1	0
TOTALES	237	43	84.6 %	15.4 %
	280		100%	

Tabla 8. Distribución de créditos por Líneas Curriculares y Bloques de Formación de la Licenciatura en Comunicación 2017

Descripción de las Líneas Curriculares

Las Líneas Curriculares que definen este Plan de Estudios fueron determinadas por dos referentes esenciales para la comunicación; por un lado los estudios realizados que permiten definir los campos de acción profesional y, por el otro, el debate de la profesionalización del comunicador que conceptualmente determina las finalidades de los procesos de formación en el contexto disciplinar. Lo anterior define las siete Líneas Curriculares y dos bloques optativos de énfasis profesional, denominados: *Gestión Comunicativa e Imagen y Medios e Intervención Social*, sobre los que el estudiante puede transitar de acuerdo a sus intereses. Cada bloque demanda cursar seis asignaturas de una oferta total de ocho.

Las líneas y bloques se describen de la siguiente manera:

Línea curricular de Comunicación Convergente

Esta línea se constituye en el sustento básico en la formación del profesional de la comunicación permeando cualquier otro ámbito donde se presente el proceso comunicativo. El estudiante en formación podrá adquirir conocimientos teóricos y prácticos de los medios de comunicación tradicionales y de los nuevos formatos digitales en los que converge la información, entendiéndolos como procesos tecnológicos que fortalecen sus competencias comunicativas.

Los conocimientos aquí propiciados tienen como fin proporcionar al estudiante el aprendizaje de los lenguajes mediáticos para usarlos adecuadamente en los distintos soportes informativos; es a través de ellos como se diseñarán las estrategias que permitirán poner la información al alcance de los diversos públicos.

La línea Comunicación Convergente es entonces necesaria en la formación del estudiante de comunicación, que le permitirá comprender a los medios comunicativos en su dimensión práctica, pero también en el sentido social que estos adquieren.

Línea Curricular de Comunicación Emergente

La revisión y reflexión sobre las sociedades actuales y sus complejidades, revela la necesidad de un perfil emergente para el profesional de la comunicación, sostenido por la capacidad para comprender la complejidad de la sociedad y sus dinámicas. Esta perspectiva fundamenta la línea de Comunicación Emergente, en la que 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.

Vincularse a los campos y situaciones emergentes que surgen en las sociedades e intervenir en ellos no sólo reclama profesionales que dimensionen su ejercicio comunicacional como factor potencializador de cambio social y desarrollo, creador de espacios de diálogo, reflexión y entendimiento entre sectores y comunidades. Por tanto esta línea apunta a formar sujetos que puedan comprender sensiblemente la mutabilidad de los lenguajes del mundo social y crear modelos comunicativos de participación social, para dialogar y colaborar con otros campos de saberes en atención a los asuntos emergentes de su entidad y la intersección que estos sostienen con el mundo.

Línea Curricular de Comunicación Organizacional

Las empresas y las organizaciones están experimentando significantes transformaciones en el siglo XXI, estos cambios propician la necesidad de comprender y entender los procesos comunicativos que se gestan en los individuos que se desarrollan en entornos laborales con diversidad cultural.

Esta oportunidad laboral puede ser atendida y comprendida por los profesionistas de la comunicación *al generar estrategias, asesorías y evaluación de procesos de comunicación interna y externa. Así como generar conocimientos que coadyuven a la capacitación y el desarrollo de estrategias comunicativas que permitan la asesoría relativa a la imagen interna y externa de las organizaciones.*

Esta línea curricular permite la formación de profesionales *emprendedores*, capaces de diagnosticar, planear y producir estrategias de comunicación e información para la realización de tareas, logro de metas y objetivos organizacionales mediante el diseño de mensajes y uso de medios idóneos dentro del contexto organizacional.

La Comunicación Organizacional dota al estudiante de conocimientos y habilidades para la toma de decisiones en los distintos contextos relacionados con el desarrollo y la cultura organizacional, lo que le permitirá estimular eficientemente la productividad, así como crear y/o fortalecer la imagen de una empresa.

Línea Curricular de Publicidad y Diseño

La Línea de Publicidad y Diseño permite al futuro profesional de la comunicación responder a necesidades de promoción y posicionamiento de productos y servicios de diversa índole, en sectores específicos de la población, a través de la planeación, organización, dirección y diseño de estrategias comunicativas, conjugando múltiples medios y recursos tecnológicos.

Con esta línea el estudiante adquiere competencias para la elaboración de campañas de comunicación, identificando y analizando problemáticas de imagen lo que le permitirá incorporarse profesionalmente a las distintas organizaciones del sector público y privado. Además permite articular diversos contenidos con el propósito de crear, diseñar y producir mensajes pertinentes que tengan impacto y logren llegar a la audiencia deseada.

Línea Curricular de Fundamentos de la Comunicación

Esta Línea Curricular tiene como preocupación entender la esencia de la disciplina; por ello las asignaturas que la integran precisan en los fundamentos teóricos y conceptuales sociológicos, psicológicos y antropológicos que explican y dan soporte al proceso comunicativo, que se manifiesta en diferentes contextos, situaciones y/o tiempos.

La formación académica del estudiante de comunicación constituye un proceso multidisciplinar cuya fortaleza habrá de consistir en el orden del abordaje disciplinar con una metodología estructurada dosificada, y congruente con perspectivas teóricas, que permitan al estudiante analizar, reflexionar y criticar acontecimientos contemporáneos como fenómenos comunicativos.

Un programa de Licenciatura como el que ofrece la DAEA de la UJAT, además de su planteamiento práctico y técnico define un plano de estudio de la comunicación desde un enfoque teórico y metodológico que fomenta la sensibilización profunda y científica de los procesos comunicacionales. Esta Línea constituye los fundamentos que le dan soporte a la disciplina y dotan al estudiante de perspectivas que le permiten asumir e intervenir en los procesos comunicativos de manera ética, razonada y con sentido social.

Línea Curricular de Metodología

La investigación representa una actividad sustantiva, integradora y transversal que todo estudiante de cualquier programa educativo debe realizar. Es por ello menester incorporar la línea de Metodología (de la investigación) en el Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación, a fin de desarrollar en los jóvenes las habilidades para problematizar los fenómenos comunicacionales, estudiarlos con métodos y técnicas con rigor científico que le faculten para generar conocimientos y proponer soluciones para mejorar las condiciones del entorno social.

Esta Línea Curricular ofrece las posibilidades de interiorizar en el estudiante un espíritu crítico, ampliar su capacidad analítica y dotarlo de las herramientas y elementos necesarios para comprender y transformar la realidad. Por otro lado, la disciplina de la comunicación, requiere del esfuerzo de profesionales que se acerquen a los fenómenos comunicacionales para estudiarlos con métodos y técnicas propios de las Ciencias Sociales, que posibiliten la generación de conocimientos, con miras a contribuir a la cientificidad de la disciplina, por lo que la línea de Metodología, ha de desplegarse de manera transversal en el Plan de Estudios, ya que, además permite que el alumno construya conocimientos y desarrolle competencias, actitudes y valores que sirven de apoyo a asignaturas de otros campos disciplinares.

Línea Curricular de Comunicación y Lenguaje

El lenguaje es uno de los elementos básicos y primarios de articulación, conservación, producción y transmisión de la cultura, puesto que conforma el mundo socio-cultural que transmite. En este orden, es un sistema modelizante primario, porque a partir de él se conforman otros sub-sistemas culturales como el mito, el arte verbal (oral o escrito), el mediático o el conocimiento. Sin embargo, el lenguaje también "recibe", a

su vez, la influencia de estos sub-sistemas para la constitución de sus valores. Así, se establece un circuito comunicativo de incuestionable importancia en la vida de las sociedades. El lenguaje, es una articulación de sentido manifestada en discursos o textos, lo que hace posible su función comunicativa, es en tanto, un sistema de comunicación, que se sirve de signos, y estos signos están organizados.

Desde esta línea curricular el profesional de la comunicación comprender 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. De igual manera y dada la cada vez más fluida conversación entre las culturas y los pueblos.

Se destaca como primordial para el estudioso de la comunicación, conocer la función comunicativa del lenguaje humano y comprender y desarrollar habilidades para la creación de discursos en diferentes géneros con fundamentos en el dominio de la expresión oral y la escrita, cuya correcta verbalización permite la construcción pertinente de textos.

Bloque de Gestión Comunicativa e Imagen.

Gestión Comunicativa e Imagen, es un bloque de conocimientos que propicia en los estudiantes de comunicación el abordaje y solución de problemas en contextos organizacionales, pues trata de manera amplia y sistematizada tópicos relacionados con el desenvolvimiento de las organizaciones. Considera de manera significativa aspectos publicitarios que tratan a detalle la descripción y explicación de procedimientos, estrategias y técnicas publicitarias que propician la construcción de identidades individuales, grupales y organizacionales.

Bloque de Medios e Intervención Social.

Este núcleo de conocimientos proporciona al estudiante los saberes teóricos, metodológicos y habilidades prácticas que le permiten plantear el uso de medios comunicativos y la cibertecnología como recursos con los cuales puede propiciar ámbitos y diálogos en los diversos escenarios socio-culturales. El bloque de énfasis profesional articula así los diferentes escenarios socio-culturales y el uso de los recursos comunicativos como un puente que busca dar respuesta a los problemas sociales, lo que se asienta como un desafío esencial en los tiempos actuales.

La conjunción de estas asignaturas fortalece un perfil profesional que tiende a la humanización de la práctica profesional, con la asistencia de los medios y tecnologías digitales de la comunicación, en los distintos espacios de la vida social. Con ello se contribuye a la comprensión de la naturaleza de los medios tecnológicos y sus alcances creativos, pero también a la significación de los problemas emergentes de la sociedad contemporánea, en un marco donde la mediación y colaboración favorecen la concordia y convivencia social.

Seriación Explícita e Implícita

La consistencia formativa del Plan de Estudios se articula por la continuidad de los contenidos de las asignaturas. Esta articulación se manifiesta de dos formas: la seriación implícita, que es aquella en la que los contenidos se interrelacionan de manera subyacente. En el caso de las asignaturas en las que los contenidos deben mantener un orden que permita la congruencia de la formación de los saberes, se denominan como asignaturas con seriación explícita. En el PELC estas asignaturas que mantienen seriación explícita se detallan en la siguiente tabla:

Clave	Asignatura antecedente	Clave	Asignatura	Clave	Asignatura consecuente
	Ninguna	C0110124	Periodismo Informativo	C0110125	Periodismo de Opinión

Clave	Asignatura antecedente	Clave	Asignatura	Clave	Asignatura consecuente
C0110125	Periodismo de Opinión	C0110126	Periodismo de Investigación		Ninguna
	Ninguna	C0110122	Guion y Narrativas Audiovisuales	C0110120	Producción Sonora
C0110120	Producción Sonora	C0110121	Producción Audiovisual		Ninguna
	Ninguna	C0110114	Política y Sociedad Contemporánea	C0110113	Mundialización y Regionalización
	Ninguna	C0110115	Proceso Administrativo	C0110116	Teoría Organizacional
C0110116	Teoría Organizacional	C0110117	Comunicación Organizacional		Ninguna
	Ninguna	C0110130	Mercadotecnia	C0110131	Publicidad
	Ninguna	C0110136	Teorías Clásicas de la Comunicación	C0110137	Enfoques Teóricos Contemporáneos
C0110137	Enfoques Teóricos Contemporáneos	C0110134	Semiología		Ninguna
	Ninguna	C0110144	Diseño de Proyectos de Investigación		Optativa 7
	Optativa 7		Optativa 8		Ninguna

Tabla 9. Asignaturas con seriación explícita.

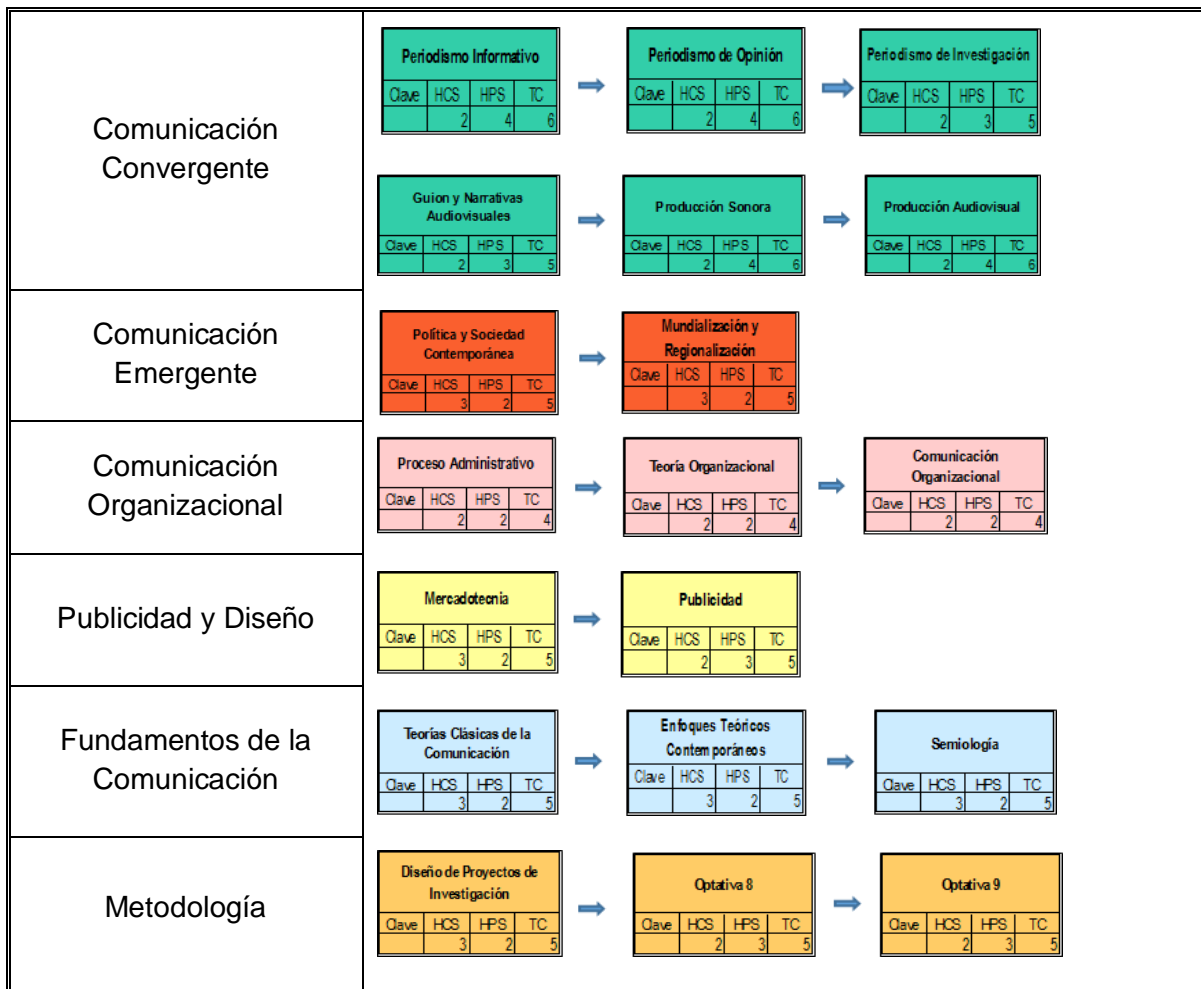


Ilustración 3. Detalle de asignaturas con Seriación Explícita.

Las asignaturas con seriación explícitas se ilustran en el contexto de la malla curricular en el Anexo 2.

Asignaturas Comunes

El plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación incluye cinco asignaturas obligatorias comunes que institucionalmente se cursan en todos los planes de licenciatura de la UJAT.

Asignaturas Comunes		
Clave	Asignatura	Programas Educativos dónde se imparte
C0100001	Filosofía y Ética Profesional	Todas las licenciaturas
C0100002	Derechos Humanos, Sociedad y Medio Ambiente	Todas las licenciaturas
C0100003	Comunicación Oral y Escrita	Todas las licenciaturas
C0100004	Habilidades del Pensamiento	Todas las licenciaturas
C0100005	Tecnologías de la Información y Comunicación	Todas las licenciaturas

Tabla 10. Asignaturas comunes

Consideraciones de la Estructura Curricular

Distribución de porcentajes de créditos por Áreas de Formación

Acorde con el Lineamiento para el Diseño y Reestructuración Curricular de Planes y Programas de Licenciatura y Técnico Superior Universitario (UJAT, 2016), el Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación cuenta con un total de 280 créditos, por lo que se ubica en el rango de los 240 a 300 indicado por la normatividad institucional mismos que se distribuyen porcentualmente siguiente manera:

Áreas de Formación			
General	Sustantiva Profesional	Integral Profesional	Transversal

24%	51%	16%	9%
-----	-----	-----	----

Tabla 11. Distribución de créditos por Áreas de Formación.

Distribución de Créditos SATCA

Para la distribución de los créditos se utiliza el Sistema de Asignación y Transferencias de Créditos Académicos (SATCA), el cual es un conjunto de criterios simples y unívocos para asignar valor numérico a todas las actividades de aprendizaje del estudiante contempladas en el Plan de Estudios, con la finalidad de acumular y transferir créditos académicos.

TIPO	Actividad	Criterio
Actividades de aprendizaje mediante instrucción frente a grupo de modo teórico, práctico, a distancia o mixto (docencia).	Clases, seminarios, talleres, cursos en línea.	16 horas= 1 crédito
Trabajo de Campo Supervisado.	Prácticas Profesionales, Servicio Social.	50 horas= 1 crédito
Otras Actividades de Aprendizaje Independiente.	<ul style="list-style-type: none"> Foros, Congreso, Coloquio Evento Académico en el que presente avances o resultados de una investigación o producto del ámbito de la comunicación. Publicación Arbitrada en la que se divulgue una experiencia académica. Intercambio Académico a través de una asignatura de Movilidad Estudiantil o la participación en el programa de Verano Científico de la Investigación. 	20 horas= 1 crédito Es necesario contar con un producto que permita verificar la actividad

Tabla 12. Distribución de Créditos por Tipo de Actividades según SATCA.

Trayectorias Curriculares

El Plan de Estudios podrá cursarse en un tiempo mínimo de 4 años y en un tiempo máximo de 7 años, equivalente a 14 ciclos. Para dar Flexibilidad al estudiante los créditos mínimos y máximos a cursar por ciclo son 17 y 39 créditos respectivamente.

El tiempo ideal para cursar la Licenciatura en Comunicación es de 4 años (ocho ciclos largos), en los que la revisión de contenidos incluidos en las asignaturas conducirán paulatinamente al desarrollo de las competencias descritas en el perfil de egreso; sin embargo la flexibilidad del programa ofrece diversas posibilidades de trayectoria que el estudiante puede trazar de acuerdo a sus posibilidades e intereses.

En los anexos 3, 4 y 5 se ilustran las trayectorias recomendadas para cursar la Licenciatura en cuatro, cinco y siete años, respectivamente. Las propuestas que se ilustran solo consideran ciclos largos (de 16 semanas) y sirven de guía para la dosificación de la oferta de asignaturas, sin embargo el estudiante podrá trazar y modificar, de acuerdo a sus necesidades y condiciones académicas su trayectoria personal, optando también por ciclos cortos:

Actividades de Aprendizaje Independiente.

Acorde con los Lineamientos Reestructuración Curricular de Planes y Programas de Estudio de la UJAT, el Plan de Estudio de la Licenciatura en Comunicación contempla la obtención de tres créditos a través de Actividades de Aprendizaje Independiente, mismas que pueden ser cubiertas con la participación del estudiante en una de las siguientes opciones académicas: Foros, Congresos, Coloquios o Eventos Académicos en el que presente avances o resultados de una investigación o producto del ámbito de la comunicación. Estos créditos también pueden ser obtenidos mediante una Publicación Arbitrada en la que se divulgue una experiencia académica, o bien con un Intercambio Académico como Movilidad Estudiantil o Verano Científico de la Investigación.

Asignaturas de Carácter Obligatorio y Optativo.

El Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación está integrado por un total de 53 asignaturas de las cuales 43 son de carácter obligatorio y 10 de carácter optativo (ver Tablas 2, 3, 4, 5 y 6).

Niveles de Inglés

El Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación incluye cuatro niveles de inglés con carácter obligatorio, sin valor crediticio y como requisito de egreso. Es recomendable que el estudiante curse estos niveles de inglés a partir del segundo ciclo. Los cursos y alternativas para alcanzar estos niveles se determinan a partir de los parámetros que la institución ofrezca para ello.

La oferta de asignaturas de la estructura curricular del Plan de la Licenciatura en Comunicación contempla la posibilidad de impartir la asignatura de *Organización de Eventos* en inglés.

Asignaturas en modalidad presencial y a distancia

Todas las asignaturas que integran el Plan de Estudios serán ofrecidas en modalidad presencial, sin embargo para dar mayor oportunidad a la flexibilidad académica, el plan de estudios considera la posibilidad de ofrecer a distancia, además de las cinco asignaturas institucionales, otras seis del PELC (Tabla 13).

Clave	Asignaturas a Distancia
C0110116	Teoría Organizacional
C0110107	Genealogía de la Comunicación
C0110108	Creatividad y Diseño
C0110144	Diseño de Proyectos de Investigación
C0110140	Expresión Escrita Creativa
C0110135	Cultura Digital

Tabla 13. Asignaturas a Distancia

Ciclos Cortos

De acuerdo con las necesidades y demanda educativa, la disposición de maestros e infraestructura y las adecuaciones necesarias del calendario escolar se podrán ofrecer cursos en ciclo corto, así como estancias de los estudiantes en otras instituciones.

La inscripción a los cursos para ciclo corto estará regulada por la normatividad vigente de la Universidad. Para cuidar la calidad de los procesos de formación de la Licenciatura en Comunicación, estos cursos se ofrecerán atendiendo la demanda potencial de los estudiantes.

La elección de los cursos y la determinación de los profesores estarán mediadas por la Administración y la Coordinación de Docencia en acuerdo con la Academia de Comunicación.

Las asignaturas obligatorias y optativas que integran el plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación y que podrán ser ofertadas en ciclo corto, se detallan en la Tabla 14; las que no aparecen en la tabla referida no podrán ser ofrecidas para cursarse en ciclo corto.

Línea/Bloque	Clave	Asignatura
Institucionales	C0100003	Comunicación Oral y Escrita
Institucionales	C0100004	Habilidades del Pensamiento
Institucionales	C0100005	Tecnologías de la Información y Comunicación
Institucionales	C0100002	Derechos Humanos, Sociedad y Medio Ambiente
Institucionales	C0100001	Filosofía y Ética Profesional
Comunicación y Lenguaje	C0110111	Lenguaje y Realidad Social
Comunicación y Lenguaje	C0110141	Expresión Oral
Comunicación y Lenguaje	C0110138	Estética de la Comunicación
Comunicación y Lenguaje	C0110139	Comprensión del Discurso Literario
Comunicación Convergente	C0110107	Genealogía de la Comunicación
Comunicación Convergente	C0110122	Guion y Narrativas Audiovisuales
Comunicación Convergente	C0110123	Arquitectura de la Comunicación

Línea/Bloque	Clave	Asignatura
Fundamentos de la Comunicación	C0110110	Comunicación y Sociedad
Fundamentos de la Comunicación	C0110133	Responsabilidad de los Medios
Fundamentos de la Comunicación	C0110136	Teorías Clásicas de la Comunicación
Fundamentos de la Comunicación	C0110137	Enfoques Teóricos Contemporáneos
Fundamentos de la Comunicación	C0110134	Semiología
Fundamentos de la Comunicación	C0110135	Cultura Digital
Metodología	C0110109	Métodos de Investigación
Metodología	C0110132	Metodología Cualitativa y Cuantitativa
Metodología	C0110144	Diseño de Proyectos de Investigación
Comunicación Organizacional	C0110106	Inteligencia Emocional Social
Comunicación Organizacional	C0110115	Proceso Administrativo
Comunicación Organizacional	C0110116	Teoría Organizacional
Comunicación Organizacional	C0110119	Relaciones Públicas
Comunicación Organizacional	C0110117	Comunicación Organizacional
Publicidad y Diseño	C0110108	Creatividad y Diseño
Publicidad y Diseño	C0110127	Fotografía
Publicidad y Diseño	C0110131	Publicidad

Línea/Bloque	Clave	Asignatura
Publicidad y Diseño	C0110128	Diseño por Computadora I
Publicidad y Diseño	C0110129	Diseño por Computadora II
Comunicación Emergente	C0110114	Política y Sociedad Contemporánea
Comunicación Emergente	C0110113	Mundialización y Regionalización
Comunicación Emergente	C0110142	Modelos Estratégicos de Intervención Social
Gestión Comunicativa e Imagen	C0110147	Fotografía Publicitaria
Gestión Comunicativa e Imagen	C0110149	Comportamiento Organizacional
Gestión Comunicativa e Imagen	C0110151	Imagen e Identidad
Gestión Comunicativa e Imagen	C0110153	Formatos Digitales
Gestión Comunicativa e Imagen	C0110150	Planeación Estratégica
Medios e Intervención Social	C0110158	Recursos Gráficos de Periodismo
Medios e Intervención Social	C0110159	Periodismo Especializado

Tabla 14. Asignaturas que pueden ofrecerse en Ciclo Corto.

Servicio Social y Práctica Profesional

El cumplimiento satisfactorio del Servicio Social será acorde con lo dispuesto por el Reglamento de Servicio Social y Práctica Profesional de la UJAT. En la Licenciatura en Comunicación el Servicio Social tiene un valor curricular de 10 créditos.

Se establece la necesidad de procurar que las actividades realizadas durante la prestación del Servicio Social sean acordes con los Planes y Programas de Estudios de la Licenciatura, teniendo como objetivo el desarrollo de las capacidades adquiridas por los estudiantes y la posibilidad de aportar a la sociedad los beneficios de su formación profesional.

La Práctica Profesional es una actividad de carácter obligatorio y de acuerdo con el Reglamento de Servicio Social y Práctica Profesional de la UJAT; el estudiante debe realizar 320 horas de actividades fuera del aula, en el campo de trabajo propio de la profesión. Estas actividades tendrán una duración de cuatro meses y el estudiante las deberá realizar una vez concluido el Servicio Social. Esta actividad aporta 6 créditos al Programa Educativo-

Titulación

El proceso de titulación para la Licenciatura en Comunicación se rige por lo dispuesto en el Reglamento de Titulación de los Planes y Programas de Estudios de Licenciatura y Técnico Superior Universitario de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco vigente, mismo que puntualiza los requisitos, tiempos y formas de titulación. En lo referente a las opciones de titulación relacionadas con la tesis, el Plan de Estudios contempla como parte de la Línea Metodológica, las asignaturas de Diseño de Proyectos de Investigación y las Optativas 7 y 8 con el fin de apoyar la realización de una investigación que permita al egresado considerar como opción de titulación la modalidad de presentación de Tesis.

Emprendedores

Como apoyo al fortalecimiento de la cultura emprendedora el Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación incluye en su estructura curricular la asignatura denominada *Emprendedores* con la cual se contribuye al desarrollo de estrategias, actitudes y acciones transversales con las que el estudiante se inserta al campo profesional y enriquece su formación integral.

10. IMPLEMENTACION DEL PLAN DE ESTUDIO

10.1 Plan de transición

El plan de transición, es el mecanismo alternativo que permite a los alumnos matriculados en el Plan de Estudios 2010 su reingreso y regulación en la estructura curricular del presente Plan de Estudios, mientras el primero continúa vigente. Periodo que tendrá la duración que señale el Reglamento Escolar del Modelo Educativo Flexible, a partir de la fecha en la que inicie en el Plan Reestructurado. Este mecanismo permitirá que los alumnos matriculados en el Plan 2010 que se hayan dado de baja temporal o mantengan una situación irregular, concluyan o se regularicen con el presente Plan de Estudios acorde con los Reglamento Escolar del Modelo Educativo Flexible Vigente, donde se establecen criterios para cada situación. De acuerdo con el Reglamento Escolar del Modelo Educativo Flexible las bajas temporales no deben exceder los dos años de ausencia.

La transición de la modalidad de Plan 2010 a la instauración definitiva con este Plan para la Licenciatura Comunicación tiene el propósito de que los alumnos que estén cursando el plan 2010, aún vigente, lo terminen y los alumnos con asignaturas rezagadas se regularicen una vez iniciada la trayectoria del nuevo Plan de Estudios. Las consideraciones en el proceso de transición se fundamentan en lo establecido en el Reglamento Escolar del Modelo Educativo Flexible vigente de la Universidad.

Basándose en la situación académica del estudiante el Plan de Estudios se ajustará de acuerdo a lo siguiente:

- En los casos específicos en donde los estudiantes se hayan dado de baja temporal en el Plan anterior, y de acuerdo al Reglamento Escolar vigente, y su ausencia no exceda los dos años, podrán solicitar su incorporación a este Plan considerando que tendrán que cursar las asignaturas que no cuenten con equivalencia (ver Tabla 15).
- Todo alumno que esté en la situación antes descrita a partir de su incorporación deberá cumplir con todos los requisitos de egreso y permanencia que establece el nuevo Plan.
- Los casos de estudiantes con rezago del plan en transición serán revisados y atendidos de forma particular con apego a la normatividad vigente de la Institución.

10.2 Tabla de equivalencias.

El programa académico de la Licenciatura en Comunicación presenta la equivalencia de asignaturas de acuerdo al lineamiento vigente. Sus contenidos deberán coincidir en un 85% o más con los contenidos de las asignaturas del plan reestructurado. Las asignaturas equivalentes en la presente reestructuración queda de la siguiente forma:

PLAN DE ESTUDIOS FLEXIBLE 2010 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN			PLAN DE ESTUDIOS FLEXIBLE 2017 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN		
CLAVE	ASIGNATURA(S)	CRÉDITOS	CRÉDITOS	ASIGNATURA(S)	CLAVE
JF1317	Expresión Oral	8	6	Expresión Oral	C0110141
JF1316	Expresión Escrita	8	6	Expresión Escrita Creativa	C0110140

PLAN DE ESTUDIOS FLEXIBLE 2010 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN			PLAN DE ESTUDIOS FLEXIBLE 2017 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN		
CLAVE	ASIGNATURA(S)	CRÉDITOS	CRÉDITOS	ASIGNATURA(S)	CLAVE
JF1304	Lenguaje y Realidad Social	8	6	Lenguaje y Realidad Social	C0110111
JF1308	Comprensión del Discurso Literario	8	6	Comprensión del Discurso Literario	C0110139
JF1302	Desarrollo de los Medios de Comunicación en México	7	5	Genealogía de la Comunicación	C0110107
JF1323	Periodismo Informativo	6	6	Periodismo Informativo	C0110124
JF1324	Periodismo Interpretativo	6	5	Periodismo de Investigación	C0110126
JF1322	Periodismo de Opinión	6	6	Periodismo de Opinión	C0110125
JF1315	Estudio Integral de Producción Televisiva	8	6	Producción Audiovisual	C0110121
JF1314	Estudio Integral de Producción Radiofónica	8	6	Producción Sonora	C0110120
JF1327	Semiología	8	5	Semiología	C0110134
JF1311	Derecho a la Información	7	5	Responsabilidad de los Medios	C0110133
JF1301	Comunicación Humana	8	6	Comunicación y Sociedad	C0110110
JF1328	Sociología de la Comunicación	8			

PLAN DE ESTUDIOS FLEXIBLE 2010 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN			PLAN DE ESTUDIOS FLEXIBLE 2017 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN		
CLAVE	ASIGNATURA(S)	CRÉDITOS	CRÉDITOS	ASIGNATURA(S)	CLAVE
JF1331	Teorías de la Comunicación Enfoque Clásico	8	5	Teorías Clásicas de la Comunicación	C0110136
JF1330	Enfoques Teóricos Contemporáneos	8	5	Enfoques Teóricos Contemporáneos	C0110137
JF1320	Mercadotecnia	8	5	Mercadotecnia	C0110130
JF1325	Publicidad	7	5	Publicidad	C0110131
JF1310	Comunicación y Diseño	6	5	Creatividad y Diseño	C0110108
JF1318	Fotografía	6	5	Fotografía	C0110127
JF1312	Diseño por Computadora	6	5	Diseño por Computadora I	C0110128
JF1306	Política y Sociedad Contemporánea	8	5	Política y Sociedad Contemporánea	C0110114
JF1313	Estrategia Multimedia Social	7	5	Modelos Estratégicos de Intervención Social	C0110142
JF1305	Mundialización y Nuevos Escenarios Regionales y Locales	8	5	Mundialización y Regionalización	C0110113
JF1303	Inteligencia Emocional	6	4	Inteligencia Emocional Social	C0110106
JF1309	Comunicación Organizacional	7	4	Comunicación Organizacional	C0110117
JF1332	Teoría Organizacional	7	4	Teoría Organizacional	C0110116

PLAN DE ESTUDIOS FLEXIBLE 2010 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN			PLAN DE ESTUDIOS FLEXIBLE 2017 LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN		
CLAVE	ASIGNATURA(S)	CRÉDITOS	CRÉDITOS	ASIGNATURA(S)	CLAVE
JF1319	Fundamentos de Administración	7	4	Proceso Administrativo	C0110115
JF1326	Relaciones Públicas	7	4	Relaciones Públicas	C0110119
JF1321	Metodología Cuantitativa y Cualitativa	8	6	Metodología Cualitativa y Cuantitativa	C0110132
JF1335	Análisis Estadístico en Fenómenos Comunicacionales	7	5	Estadística para Comunicación	C0110138
JF1336	Diseño de Proyectos de Investigación	7	5	Diseño de Proyectos de Investigación	C0110144

Tabla 15. Asignaturas equivalentes del Plan de Estudio 2010 y del Plan Reestructurado.

10.3 Límites de tiempo para la realización de los estudios y créditos mínimos y máximos por ciclo escolar.

Acorde con los lineamientos institucionales, el tiempo mínimo para la realización de los estudios de esta licenciatura es de 8 ciclos largos, es decir 4 años, y como máximo 14 ciclos, o bien 7 años. Los créditos máximos a cursar en cada ciclo largo son 37 y los mínimos 18. Este rango de créditos permite al estudiante administrar su trayectoria acorde a sus intereses y circunstancias siguiendo las secuencias recomendadas en la revisión de contenidos.

10.4 Ciclos largos y cortos.

El programa de la Licenciatura en Comunicación es un programa presencial escolarizado, por lo que cada año escolar, acorde con los lineamientos institucionales,

se compone de dos ciclos largos (de 16 semanas) y uno corto (de 4 a 6 semanas). Las asignaturas que se ofrezcan en ciclo corto deberán cubrir con los contenidos íntegros del curso por lo que el número de horas clase a la semana deberá ser suficiente para el desarrollo de las actividades indicadas en el programa de estudios. Por la naturaleza de las actividades que se demandan en los Programas de Estudios, son 41 asignaturas las que podrán ser ofertadas y cursadas en ciclo corto (Tabla 14 de este documento).

10.5 Examen de Competencia, a Título de Suficiencia y Extraordinarios.

Para facilitar el tránsito eficiente de los estudiantes en su trayectoria escolar y favorecer la operatividad del Modelo Educativo el Plan de Licenciatura ofrece la posibilidad de presentar exámenes de competencia, extraordinarios y a título de suficiencia, proceso que debe guiarse acorde con lo estipulado la normatividad vigente.

10.6 Movilidad estudiantil

Acorde con las políticas y principios institucionales que rigen a la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, el estudiante de este plan de estudios puede cursar asignaturas en Movilidad Estudiantil con apego a lo indicado en la normatividad vigente.

El Programa en Comunicación ofrece la oportunidad de incluir una asignatura de movilidad, independientemente de las equivalentes del programa, en la Optativa 6. Asimismo ofrece la posibilidad de cubrir con una asignatura extra de movilidad los créditos correspondientes a Otras Actividades de Aprendizaje Independiente. Esto es, los tres créditos, de estas actividades el estudiante los puede obtener, entre otras maneras, al cursar una asignatura complementaria, acorde a sus intereses, al participar en el

programa de movilidad, aun cuando la asignatura seleccionada no tenga una correspondencia o equivalencia específica con alguna asignatura del Plan.

10.7 Servicio Social y Práctica Profesional

El plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación, contempla la realización de Servicio Social de 480 horas, y Prácticas Profesionales por 320 horas, ambos con valor crediticio. Acorde con el sistema SATCA, estas actividades son consideradas como trabajo de campo supervisado, criterio según el cual 50 horas equivale a un crédito, por lo que el Servicio Social aportará a la trayectoria del estudiante 10 créditos y las Prácticas Profesionales 6.

La naturaleza y realización de estas actividades están sujetas a lo dispuesto en el Reglamento de Servicio Social y Prácticas Profesionales vigente.

10.8 Otros requisitos de Egreso.

El egreso de la Licenciatura en Comunicación exige, además de la cobertura total de los 280 créditos del plan, la acreditación de 4 niveles de inglés obligatorios sin valor crediticio, mismos que pueden cursarse en la División Académica dónde se imparte la Licenciatura o en el Centro de Enseñanza de Lenguas Extranjeras (CELE) de la UJAT.

11. EVALUACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

De acuerdo con lo establecido en el Lineamiento para el Diseño y Reestructuración Curricular de Planes y Programas de Licenciatura y Técnico Superior Universitario (2016); los planes de estudios requieren en su diseño la identificación de los aspectos a los cuales se les dará seguimiento, con fines de evaluación y de actualización. Por lo tanto, en este apartado se presenta una conceptualización de la operatividad de un plan de estudios, en términos de lo que se denomina gestión curricular, así como los elementos a considerar como parte de una evaluación externa e interna; y finalmente

se mencionan las instancias participantes en el proceso de evaluación del Plan de Estudios.

Gestión Curricular

La gestión curricular se entiende como la capacidad para organizar el proyecto educativo, académico, curricular y pedagógico de la institución, en el marco de una oferta de estudios, donde se ha explicitado, el objetivo, el perfil de egreso y la malla curricular la cual contiene las asignaturas cuyos Programas de Estudio se concretaran en las aulas a fin de lograr el desarrollo de las competencias que demanda la formación integral de un egresado del nivel de Licenciatura.

El término gestión proviene del desarrollo teórico de la administración de las empresas, y supera al de administración porque reconoce la complejidad de la organización y la analiza en una perspectiva holística y sistémica.

La gestión no se refiere a la administración, sino al conjunto de acuerdos colegiados de la planta docente sobre tres aspectos: la formación integral del estudiante que según el Modelo Educativo de la UJAT es intelectual, profesional, humana y social; el desarrollo y evaluación de las competencias genéricas y específicas; y sobre el aprendizaje significativo. Lo anterior, en el marco de lo establecido en el Plan de Estudios.

La tensión o contradicción entre el diseño curricular y el Plan de Estudios contra la operación o instrumentación, pone en evidencia las diferencias entre el currículum formal y el real, entre el escrito y el vivido. Diferencias que son resueltas a través de la gestión curricular, entendida como la capacidad de organización, de operatividad del Plan de Estudios.

Respecto de la gestión curricular, el papel de los directivos académicos es determinante, porque tienen como responsabilidad central la calidad de la educación o la formación de los estudiantes. En ello, también son responsables todos los profesores que componen la planta docente. La formación integral no la pueden lograr los docentes de manera aislada o individualmente, de allí la importancia del trabajo en equipo, de la organización y el funcionamiento de la institución en las instancias académicas previstas, como es el caso de las academias.

En resumen, la gestión curricular es el proceso que garantiza la mejora continua, el avance permanente hacia la calidad de la educación, la cual se concreta a través de la formación del estudiante, con el logro de las competencias establecidas en el perfil de egreso.

Sin duda, la conceptualización de la gestión curricular implica que después del diseño, ya en el proceso de instrumentación del plan de estudios, en la dimensión del “currículum vivido”, se considere un sistema de aseguramiento de la calidad, a partir del seguimiento y evaluación de cada uno de los procesos instrumentados.

El seguimiento y evaluación del Plan de Estudios es un proceso permanente y sistemático de recopilación y análisis de información de la realidad educativa de la institución, para valorarla y contrastarla con lo establecido en el currículum formal o escrito. “No sólo es un ejercicio de medición de resultados o determinación del nivel de cumplimiento de los objetivos, sino una tarea de descubrimiento, de acercamiento a una realidad para conocerla, entenderla y reorientarla hacia niveles más altos de calidad” (Cuevas, 2003).

La evaluación es uno de los aspectos más conflictivos y complejos del planteamiento y desarrollo curricular. Lo es porque implica estudiar y reflexionar acerca de la evaluación de todas las prácticas pedagógicas que tienen lugar en la institución; y por

lo tanto, involucra y compromete a todos sus integrantes y a las condiciones contextuales (Brovelli, 2001).

Por ello, el proceso de evaluación curricular consiste en instrumentar estrategias para reconocer, registrar e identificar las formas en que se lleva a cabo el currículum; y concretamente el Plan de Estudios, con el fin de emitir juicios de valor al respecto. Se trata de construir puentes entre currículum prescrito y el currículum en acción; de mejorar las prácticas en el sentido de las intenciones formativas de la institución (Cuevas, 2003). Lo anterior, a partir de lo establecido en la misión y visión de la UJAT; y concretamente del Modelo Educativo que establece la flexibilidad curricular, la formación integral y centrado en el aprendizaje, como sus ejes rectores.

Evaluación Externa

La evaluación externa tiene el propósito de analizar información sobre el plan de estudios a partir de organismos o actores externos a la universidad y que de manera directa o indirecta proporcionan información susceptible de ser usada en la mejora continua del proceso de formación de los estudiantes.

Las políticas educativas de la educación superior, referentes a la evaluación de las instituciones y de los Programas Educativos, han constituido comités y organismos los cuales a través de diversas categorías e indicadores dan cuenta del nivel de calidad del Programa Educativo. Ellos serán una de las fuentes para la evaluación externa de los planes de estudios; además de la opinión de los empleadores y egresados. Los primeros porque desde las características del mercado laboral pueden valorar el nivel de competencias profesionales alcanzadas. Los segundos, los egresados, están en la posibilidad de aportar información sobre su propio proceso formativo.

Por lo anterior, la evaluación externa del Plan de Estudios de la Licenciatura se realizará a partir de la información y análisis que se realice de las siguientes instancias:

1. CIEES
2. COPAES
3. EMPLEADORES
4. EGRESADOS

Los CIEES y la COPAES tienen sus propios mecanismos, instrumentos y periodicidad de aplicación con lo cual se obtendrá la evaluación externa del plan de estudios. Para los empleadores y egresados se diseñaran encuestas de carácter específico.

Sin duda, los organismos acreditadores, en sus procesos de evaluación de programas educativos, tienden a ser formales, dado los instrumentos y evidencias que se tienen que presentar, pero también son participativos. Y la evaluación con fines de acreditación comparte algunos supuestos o elementos con la evaluación interna (Díaz Barriga, 2005), que se presenta a continuación, aunque las diferencias radican en la conceptualización y propuesta técnica de los tipos de evaluación.

Evaluación Interna

La evaluación interna del plan de estudios tiene el propósito de generar juicios de valor a partir de información cuantitativa o cualitativa obtenida de manera *ex profeso* respecto de la operatividad del Programa Educativo. La instrumentación del Plan de Estudios se objetiviza a partir de la presencia de los estudiantes en los momentos de ingreso, permanencia y egreso, los cuales constituyen lo que se ha denominado trayectoria académica. A continuación se presenta un esquema referente a los dos tipos de evaluación, interna y externa.

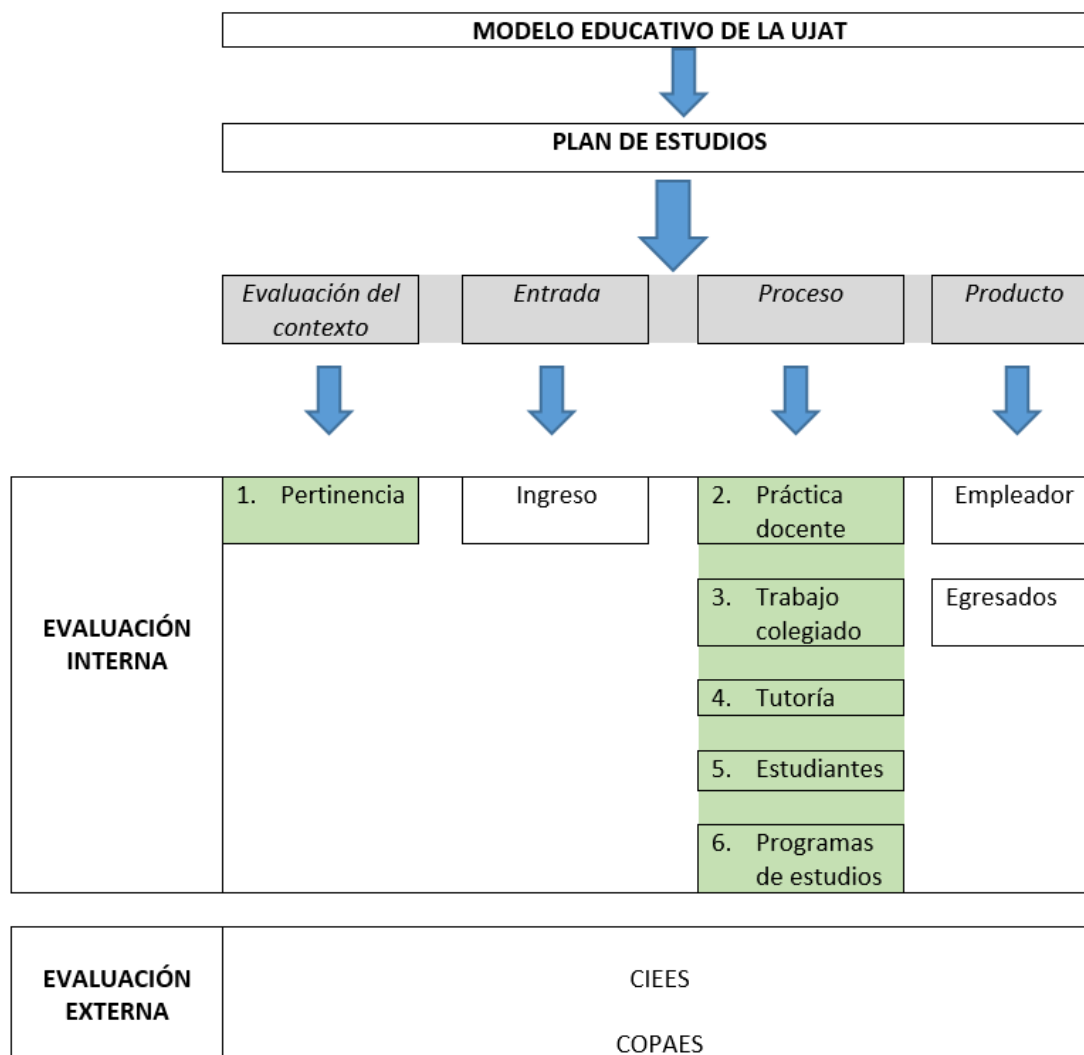


Ilustración 6. Tipos de Evaluación. Dirección de Fortalecimiento Académico de la UJAT

“Comenzar a pensar en la evaluación curricular no es más que pensar en uno de los aspectos propios del currículum concebido como proceso, como proyecto a realizar en la práctica en determinadas condiciones, ya sean estas contextuales más globales e institucionales particulares. Esto nos lleva a proponer la evaluación curricular como continua y situada, de modo tal que permita abordar al currículum en su dinamismo propio, atendiendo sus aspectos cambiantes y a sus múltiples adaptaciones a los diferentes contextos”(Brovelli: 2001).

Para la evaluación interna del Plan de Estudios existen diversas propuestas, con categorías e indicadores, como las identificadas por Díaz Barriga (2005), a partir de las cuales, para el caso de la UJAT, se han identificado seis categorías cuya descripción se presenta a continuación, con una sugerencia de instrumentos susceptible de ser diseñados para obtener la información correspondiente:

Categorías	Descripción	Instrumentos
Pertinencia	Es el análisis del entorno local-regional, nacional e internacional de la profesión. Las interacciones entre la oferta y la demanda. Las características del mercado laboral y su impacto en los objetivos, perfil de egreso y líneas formativas o curriculares.	Encuestas
Práctica docente	Abarca el proceso de formación disciplinar y docente de los profesores, su participación en el aula como responsable de promover el desarrollo de competencias. Los ejes de centrado en el aprendizaje y la formación integral planteada en el Modelo Educativo serán centrales.	Questionarios de evaluación docente Portafolio de evidencias
Trabajo colegiado	Se refiere a la valoración del momento de encuentro de los docentes, con el fin de analizar el logro del perfil de egreso, de la participación de los docentes en los trabajos de academias que generan productos concretos; o en la realización de proyectos formativos con los estudiantes de manera multi o interdisciplinaria.	Portafolio de evidencias
Tutoría	En virtud de lo central de esta función docente para la instrumentación del plan de estudios, sobre todo en lo referente a la flexibilidad curricular, en la dimensión administrativa y académica, el seguimiento y evaluación son claves en el logro de las competencias establecidas en el perfil de egreso.	Encuestas
Estudiantes	Analiza la trayectoria académica de los estudiantes a través de indicadores tales como: aprovechamiento escolar, reprobación, deserción, eficiencia terminal, titulación. La trayectoria académica de los estudiantes comprende los momentos de ingreso, permanencia y egreso.	Matriz de datos estadísticos Escalas de autoevaluación
Programas de estudios	Evalúa el diseño de los programas de estudios y su instrumentación, por parte de los docentes y de los estudiantes. El epicentro de los programas de estudios son las competencias genéricas y específicas del perfil de egreso.	Encuestas Rúbricas para evidencias de desempeño

Tabla 16. Categorías para la evaluación Interna del Plan de Estudio.

La parte central de la gestión curricular la conforma la instrumentación del plan de estudios, donde la evaluación interna se realizará con la intención de promover el desarrollo institucional, académico y curricular. Es decir, la evaluación interna no se concibe como la recolección de información para tomar decisiones en el futuro, cuando se realice una nueva actualización del Plan de Estudios, sino para lograr la calidad de la educación, construir procesos de mejora continua. Por ello, los momentos de evaluación interna del plan de estudios serán los de inicio, desarrollo y término de cada periodo escolar.

Se trata de conformar un itinerario donde se evalúa cada periodo escolar para dar pauta a la planeación del siguiente, conformando círculos virtuosos hacia la calidad. En cada semestre se evalúa el funcionamiento académico, para diseñar estrategias de mejora, con la intervención de los directivos, las academias, los docentes y los estudiantes. Esta evaluación interna se realiza para conocer cómo se han desarrollado los Programas de Estudios, el desarrollo de las competencias del estudiante y las competencias de los docentes. En la ilustración siguiente se representan los aspectos centrales de la evaluación del Plan de Estudios.

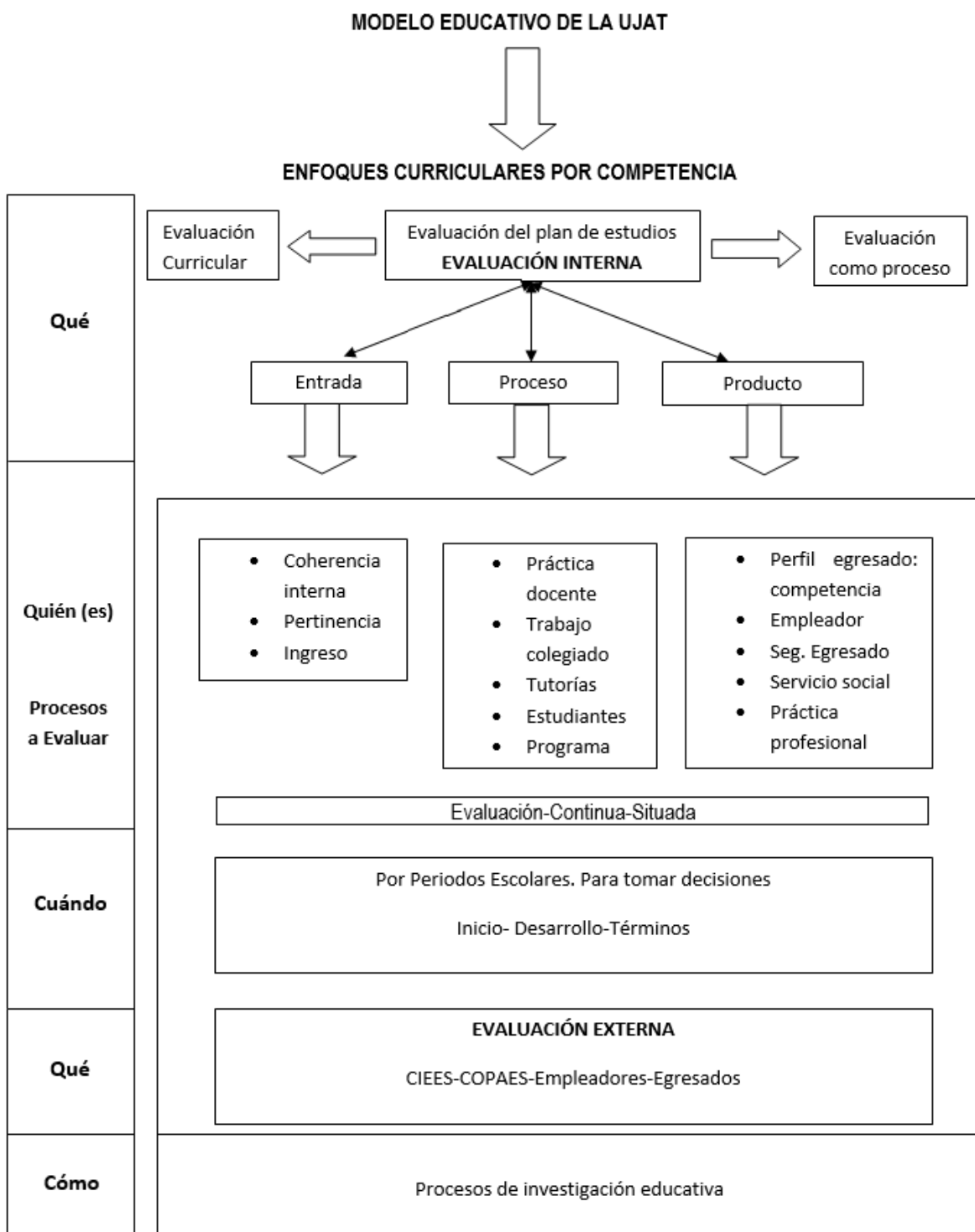


Ilustración 7. Aspectos centrales de la Evaluación del Plan de Estudio.

Recapitulando, en todo el proceso de reestructuración del Plan de Estudios se identificaron las problemáticas cotidianas propias de su instrumentación, de la operación, las cuales sirvieron de base para la toma de decisiones en el diseño, pero también para la formulación de la propuesta de evaluación que aquí se ha presentado con la finalidad, no sólo de recabar información con fines de una futura actualización, sino en términos de un seguimiento continuo, de un aseguramiento de la calidad, para que la diferencia entre el currículum escrito y el vivido sea a favor de los estudiantes, del logro de lo establecido en el perfil de egreso, es decir, de su formación integral.

Instancias Participantes

Conforme a la normatividad establecida en la UJAT, la Comisión de Evaluación Curricular es la responsable de la evaluación de los Planes y Programas de Estudios, cuya finalidad será la obtención de información del desarrollo de los mismos para la toma de decisiones, en el marco del Modelo Educativo.

Dicha Comisión estará integrada por:

- Director(a) de División Académica
- Coordinador (a) de Docencia
- Coordinador (a) de Programa Educativo de Licenciatura o Técnico Superior Universitario
- Tres profesores(as) que integran la Comisión de Planes y Programas por Programa Educativo.
- Un representante de la Dirección de Fortalecimiento Académico
- Un representante de la Dirección de Servicios Escolares
- Un representante de la Dirección de Educación a Distancia
- Un representante de la Dirección de Servicios Estudiantiles

Las funciones que deberá cumplir La Comisión de Evaluación Curricular son las siguientes:

- Analizar la pertinencia del Plan de Estudios, en la lógica de valorar su impacto en la solución de la problemática del entorno social identificado;
- Evaluar los elementos curriculares del Plan de Estudios a partir del diseño de un proceso de seguimiento a su instrumentación; y
- Señalar oportunamente modificaciones que sólo requieren la autorización por parte de la Comisión Curricular y el Consejo Divisional en su caso.

Sin duda, se coincide con Brovelli (2001) cuando plantea que evaluar el currículum desde una perspectiva global como la que aquí se ha propuesto, es una tarea compleja que implica no sólo hacerlo desde sus aspectos explícitos, sino también en lo referente a los supuestos que fundamentan el Plan de Estudios.

REFERENCIAS

ANUIES. (1999) La ES en el Siglo XXI: Líneas estratégicas de desarrollo. Una propuesta de la ANUIES. México.

Barrón, C. Currículos Innovadores y prácticas académicas para una evaluación alternativa. En Proyectos Educativos Innovadores. Construcción y Debate. México: IISUE. UNAM. 2009

Brovelli, M., (2001). Evaluación Curricular. Fundamentos en Humanidades. Vol. II. Número 4, 101-122. Universidad Nacional de San Luis. Argentina. Recuperado desde: <http://www.redalyc.org/pdf/184/18400406.pdf>

Caletti, S. (1991). Profesiones, historia y taxonomías: algunas discriminaciones necesarias. Diálogos de la Comunicación No. 31. Septiembre 1991. Lima, Perú.

CONAC, (2013) Informe de Evaluación del Programa de Licenciatura en Comunicación de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. CONAC, Octubre, 2013 (documento oficial).

Cuevas, M. S., (2003). Pautas para instrumentar un Programa Institucional de Evaluación Curricular en Instituciones de Educación Superior. Revista DIDAC. Núm. (42) 51-55. Universidad Iberoamericana. México.

Derrida, J. (1966) La estructura, el signo y el juego del discurso de las ciencias humanas. Barcelona: Anthropos.

Díaz Barriga, A., (2005). Evaluación curricular y evaluación de programas con fines de acreditación. Cercanías y desencuentros. Congreso Nacional de Investigación Educativa. Sonora, México.

Ferres, J. (2007) "La competencia en comunicación audiovisual: dimensiones e indicadores". Revista Comunicar, nº 29, v. XV, 2007, Revista Científica de Comunicación y Educación; ISSN: 1134-3478; páginas 100-107. www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=29&articulo=29

Ficarra, Francisco. (2001) Siglo XXI ¿Qué deben enseñar las escuelas de comunicación? Revista Chasquí No.74 .Junio 2001. Ciespal, Ecuador.

Galindo, Jesús y Luna, Carlos, (1995). Campo académico de la comunicación, hacia una reconstrucción reflexiva. ITESO/Consejo nacional para la cultura y las artes. México.

Gobierno del Estado de Tabasco. (2013). Plan Estatal de Desarrollo 2013-2018. México.

Gobierno del Estado de Tabasco. (2013). Programa Sectorial de Educación 2013-2018. México.

Gutiérrez, F., Islas, O. Campo, N. (2002). Por el accidentado sendero de la comunicación productiva en México: Sphera pública: Revista de ciencias sociales y de la comunicación, Nº. 2, 2002, págs.31-64

INEGI. (2010) Censo de Población y Vivienda 2010.

INEGI, (2010) Sistema de Cuentas Nacionales de México. Producto Interno Bruto por Entidad Federativa, 2005-2009.

López, R y Narváez, L. (2015) Resultados del Foro de empleadores y egresados de la licenciatura en Comunicación en la DAEA. Documento oficial inédito.

Mattelart, A. y Mattelart, M. (1997) Historia de las Teorías de Comunicación. México: Paidós.

Nájera, Ozziel. (2014) Las ciencias de la comunicación frente a los nuevos paradigmas científicos. Revista Razón y palabra. No. 36. México,

Proyecto Tuning-América Latina. (2004) .Revista Iberoamericana de Educación Núm. 35, citado en el Modelo Educativo de la UJAT.

Roger S. (2014) Alfabetización digital en los contextos de formación universitaria. Revista Luciérnaga. Año 6, Edición 12. Facultad de Comunicación Audiovisual - Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidad Autónoma de San Luis Potosí: Colombia.

Shaufler. M. (2014) Reflexiones sobre el campo de la comunicación social en Argentina. Revista Luciérnaga. Vol. 6 Numero 12. Facultad de Comunicación Audiovisual - Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidad Autónoma de San Luis Potosí: Colombia. 2014.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, (1991) Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, (2009) Modelo Educativo. Colección Justo Sierra. Documento Oficial. México: UJAT

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, (2016). Lineamiento para el Diseño y Reestructuración Curricular de Planes y Programas de Licenciatura y Técnico Superior Universitario. Documento Oficial.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, (2016) Plan de desarrollo Institucional 2016- 2020. UJAT Colección Justo Sierra en http://www.archivos.ujat.mx/2016/rectoria/PDI_FINAL2020.pdf (05/08/2016)

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, (2015). Plan De Desarrollo a Largo Plazo 2028. Ed. UJAT. Colección Justo Sierra.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, (2016). Seguimiento Curricular de las Cohortes Generacionales. División Académica de Educación y Artes. Dirección General de Planeación y Evaluación Institucional. Agosto 2016. Documento oficial.

Vasallo de López, María. (2005). Comunicación: campo y objeto de estudio. ITESO/ UAA/UdeC. México.

ANEXOS

Anexo 1: Análisis Comparativo de la Planes de Licenciaturas en Comunicación y similares

INSTITUCIÓN ¹	NOMBRE DE LA CARRERA	BLOQUE DELIMITADO			OTRA AREA
		BLOQUE GENERAL	BLOQUE FORMATIVO	BLOQUE ESPECIALIZADO	
1. Universidad Cristóbal Colón Actualizado en 2010	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación			Maneja materias optativas que forman en la especialidad que se elija	
2. Universidad Veracruzana (2004)	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	Básica y de iniciación: 109 créditos / 18 asignaturas	Disciplinar: 202 créditos / 33 asignaturas	Terminal (incluye el Servicio Social): 52 créditos Optativas: 28 créditos	
3. Universidad del Mayab	Licenciatura en Comunicación	Bloque Anáhuac: 48 créditos	Bloque profesional: 219 créditos	Bloque electivo: 93 créditos	Pre-especialidad Dirección de publicidad comunicación corporativa Dirección y producción cinematográfica Dirección y producción de medios

INSTITUCIÓN ¹	NOMBRE DE LA CARRERA	BLOQUE DELIMITADO			OTRA AREA
		BLOQUE GENERAL	BLOQUE FORMATIVO	BLOQUE ESPECIALIZADO	
4. Universidad Autónoma de Yucatán	Licenciatura en Comunicación Social	Teóricas: 92 créditos/ 13 asignaturas	Técnico – prácticas: 80 créditos / 11 asignaturas	Investigación: 48 créditos / 6 asignaturas Servicio social 12 créditos	Optativas libres: 88 créditos/ 11 asignaturas para las áreas de especialidad Comunicación organizacional Industria mediática Publicidad Comunicación para el desarrollo
5. Universidad de Guadalajara	Licenciado en Comunicación Pública	Área básica común obligatoria: 84 créditos/13	Básica particular: 182 créditos/26	Obligatoria: 11 créditos/11 Selectiva: 26 créditos/4 Investigación de la comunicación Intervención social para el cambio Comunicación política Comunicación educativa	Área de formación optativa abierta: 50 créditos Práctica profesional: 4 créditos
6. Universidad Autónoma de Guadalajara	Licenciado en Ciencias de la Comunicación	14 asignaturas	17 asignaturas	25 asignaturas Publicidad Animación por medios digitales Filosofía de la educación Alta dirección	Optativas: 36 créditos/6
7. Universidad Autónoma de Tamaulipas	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	Básico: 9 asignaturas	Disciplinaria: 21 asignaturas	Profesional: 30 asignaturas	

INSTITUCIÓN ¹	NOMBRE DE LA CARRERA	BLOQUE DELIMITADO			OTRA AREA
		BLOQUE GENERAL	BLOQUE FORMATIVO	BLOQUE ESPECIALIZADO	
8. Universidad de Monterrey	Licenciatura en Ciencias de la Información y Comunicación	Área de estudios generales: 7 (42 créditos) 3 optativas 1 de c/bloque: 18 créditos	Área de estudios profesionales: 228 créditos 6 materias a elegir de optativas: 36 créditos c/u	Cinematografía Comunicación empresarial Publicidad 3 materias por área	Área de práctica y evaluación: 2 asignaturas (12 créditos)
9. Universidad de Sonora	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	Común: 4 asignaturas Básico: 18 asignaturas	Profesional: 14 asignaturas	Especializante: 9 asignaturas comunicación educativa organizacional política, cultural periodística producción en medios	integrador: 9 asignaturas
10. Universidad Autónoma Metropolitana	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	Primer nivel: tronco general formación inicial: 32 créditos	Segundo nivel: formación básica: 178 créditos	Tercer nivel: formación profesional: obligatorias 111 créditos optativas 108 min	4 bloques de orientación profesional: comunicación en organizaciones comunicación educativa comunicación de las ciencias y divulgación científica comunicación política

INSTITUCIÓN ¹	NOMBRE DE LA CARRERA	BLOQUE DELIMITADO			OTRA AREA
		BLOQUE GENERAL	BLOQUE FORMATIVO	BLOQUE ESPECIALIZADO	
11. Universidad de Autónoma de Querétaro	Licenciatura en Comunicación y Periodismo	Interdisciplinar: 35 créditos/5 asignaturas	Disciplinar: 35 créditos/5 asignaturas	Profesional: 200 créditos/30 asignaturas	Integradora: 60 créditos/2 asignaturas
12. Universidad de Nayarit	Licenciatura en Comunicación y Medios	Tronco básico universitario: 28 créditos/5 asignaturas	Tronco básico de Área: 43 créditos/ 7 Disciplinarios 224 créditos/ 29	Especializante: 30 créditos	Optativas libres: 30 créditos Servicio social: 15 Práctica profesional: 10
13. Universidad de las Américas	Licenciatura en Comunicación y Producción de Medios	Básico: 72 créditos/ 12 asignaturas	228 créditos / 38 asignaturas		
14. Universidad Externado de Colombia	Comunicación social – periodismo			Periodismo y opinión pública Gestión de la comunicación	Práctica profesional
15. Universidad EAFIT- Colombia	Comunicación social	1° a 4° semestre	5° a 8° semestre	9° semestre 18 créditos Periodismo digital Cibermedios Comunicación política	Práctica profesional

INSTITUCIÓN ¹	NOMBRE DE LA CARRERA	BLOQUE DELIMITADO			OTRA AREA
		BLOQUE GENERAL	BLOQUE FORMATIVO	BLOQUE ESPECIALIZADO	
16. Universidad de Buenos Aires Plan diseñado por horas	Ciencias de la Comunicación	1° cuatrimestre 540 horas	2° a 4° cuatrimestre 1740 horas	5° cuatrimestre 330 horas Periodismo Políticas y planificación de la comunicación Comunicación y procesos educativos Opinión pública y publicidad Comunicación y promoción comunitaria	Taller anual de la orientación 180 horas Idioma 180 horas
17. Universidad de Avellaneda	Periodismo				
18. Universidad de Salamanca	Comunicación audiovisual	BASICO 60 ECTS 10 MATERIAS	OBLIGATORIAS 126 ECTS 21 MATERIAS	OPTATIVAS 24 ECTS 4 MATERIAS	Prácticas externas 15 ECTS Trabajo fin de grado 15 ECTS
19. Universidad Complutense	Comunicación audiovisual	60 ECTS	108 ECTS	66 ECTS 5 MATERIAS	Trabajo de fin de grado 6 ECTS

INSTITUCIÓN ¹	NOMBRE DE LA CARRERA	BLOQUE DELIMITADO			OTRA AREA
		BLOQUE GENERAL	BLOQUE FORMATIVO	BLOQUE ESPECIALIZADO	
20. Universidad de Sevilla	Licenciatura en comunicación audiovisual	178	87	45	Libre configuración 35

Anexo 1. Análisis Comparativo de Planes de Estudios de la Licenciatura en Comunicación o similares

La información sobre los Planes de Estudio ofertados por las IES aquí incluida, fue tomada de las páginas Web Institucionales de cada Universidad, consultadas en octubre de 2015

Anexo 3: Trayectoria a 4 años.

Trayectoria 4 años								
Línea/Ciclo	1	2	3	4	5	6	7	8
Comunicación y Lenguaje	Lenguaje y Realidad Social Clave HCS HPS TC 4 2 6	Estética de la Comunicación Clave HCS HPS TC 4 2 6	Comprensión del Discurso Literario Clave HCS HPS TC 4 2 6	Expresión Escrita Creativa Clave HCS HPS TC 2 4 6				Aprendizaje Independiente Clave TC 3
		Comunicación Oral y Escrita Clave HCS HPS TC 2 2 4	Redacción de Textos Académicos Clave HCS HPS TC 2 4 6	Expresión Oral Clave HCS HPS TC 2 4 6				
Fundamentos de la Comunicación	Comunicación y Sociedad Clave HCS HPS TC 4 2 6	Responsabilidad de los Medios Clave HCS HPS TC 3 2 5	Teorías Clásicas de la Comunicación Clave HCS HPS TC 3 2 5	Enfoques Teóricos Contemporáneos Clave HCS HPS TC 3 2 5	Semiología Clave HCS HPS TC 3 2 5	Cultura Digital Clave HCS HPS TC 3 2 5		
Metodología	Métodos de Investigación Clave HCS HPS TC 2 3 5		Metodología Cualitativa y Cuantitativa Clave HCS HPS TC 3 3 6		Estadística para Comunicación Clave HCS HPS TC 2 3 5	Diseño de Proyectos de Investigación Clave HCS HPS TC 3 2 5	Optativa 7 Clave HCS HPS TC 2 3 5	Optativa 8 Clave HCS HPS TC 2 3 5
			Habilidades del Pensamiento Clave HCS HPS TC 2 3 5					
Comunicación Emergente	Política y Sociedad Contemporánea Clave HCS HPS TC 3 2 5	Mundialización y Regionalización Clave HCS HPS TC 3 2 5			Modelos Estratégicos de Intervención Social Clave HCS HPS TC 3 2 5		Servicio Social Clave HCS HTCS TC 0 20 10	Práctica Profesional Clave HCS HTCS TC 0 20 10
	Filosofía y Ética Profesional Clave HCS HPS TC 2 2 4							Derechos Humanos, Sociedad y Medio Ambiente Clave HCS HPS TC 3 3 4
Comunicación Convergente	Genealogía de la Comunicación Clave HCS HPS TC 3 2 5	Tecnologías de la Información y Comunicación Clave HCS HPS TC 2 2 4		Periodismo Informativo Clave HCS HPS TC 2 4 6	Periodismo de Opinión Clave HCS HPS TC 2 4 6	Periodismo de Investigación Clave HCS HPS TC 2 3 5	Arquitectura de la Comunicación Clave HCS HPS TC 2 2 4	
				Guión y Narrativas Audiovisuales Clave HCS HPS TC 2 3 5	Producción Sonora Clave HCS HPS TC 2 4 6	Producción Audiovisual Clave HCS HPS TC 2 4 6		
Comunicación organizacional	Inteligencia Emocional Social Clave HCS HPS TC 2 2 4	Proceso Administrativo Clave HCS HPS TC 2 2 4	Teoría Organizacional Clave HCS HPS TC 2 2 4	Comunicación Organizacional Clave HCS HPS TC 2 2 4		Relaciones Públicas Clave HCS HPS TC 2 2 4	Emprendedores Clave HCS HPS TC 2 2 4	Optativa 4 Clave HCS HPS TC 2 3 5
Publicidad y Diseño		Creatividad y Diseño Clave HCS HPS TC 2 3 5	Diseño por Computadora 1 Clave HCS HPS TC 2 3 5	Fotografía Clave HCS HPS TC 2 3 5	Mercadotecnia Clave HCS HPS TC 3 2 5	Optativa 1 Clave HCS HPS TC 2 3 5	Optativa 2 Clave HCS HPS TC 2 3 5	Optativa 5 Clave HCS HPS TC 2 3 5
					Diseño por Computadora 2 Clave HCS HPS TC 2 3 5	Publicidad Clave HCS HPS TC 2 3 5	Optativa 3 Clave HCS HPS TC 2 3 5	Optativa 6 Clave HCS HPS TC 2 3 5
Créditos por ciclo	35	33	37	37	37	35	36	30

Ilustración 3. Trayectoria a cuatro años.

Anexo 4: Trayectoria a 5 años

Trayectoria 5 años											
Línea/Ciclo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Comunicación y Lenguaje	Lenguaje y Realidad Social Clave HCS HPS TC 3 2 6	Estética de la Comunicación Clave HCS HPS TC 4 2 6	Redacción de Textos Académicos Clave HCS HPS TC 3 4 6	Comprensión del Discurso Literario Clave HCS HPS TC 4 2 6	Expresión Escrita Creativa Clave HCS HPS TC 2 4 6	Expresión Oral Clave HCS HPS TC 3 4 6				Aprendizaje Independiente Clave TC 3	
		Comunicación Oral y Escrita Clave HCS HPS TC 2 2 4									
Fundamentos de la Comunicación	Comunicación y Sociedad Clave HCS HPS TC 4 2 6		Responsabilidad de los Medios Clave HCS HPS TC 3 2 5	Teorías Clásicas de la Comunicación Clave HCS HPS TC 3 2 5	Enfoques Teóricos Contemporáneos Clave HCS HPS TC 3 2 5	Semiología Clave HCS HPS TC 3 2 5	Cultura Digital Clave HCS HPS TC 3 2 5				
Metodología	Metodos de Investigación Clave HCS HPS TC 2 3 5		Habilidades del Pensamiento Clave HCS HPS TC 2 3 5	Metodología Cualitativa y Cuantitativa Clave HCS HPS TC 3 3 6	Estadística para Comunicación Clave HCS HPS TC 2 3 5			Diseño de Proyectos de Investigación Clave HCS HPS TC 3 2 5	Optativa 7 Clave HCS HPS TC 2 3 5	Optativa 8 Clave HCS HPS TC 2 3 5	
Comunicación Emergente	Política y Sociedad Contemporánea Clave HCS HPS TC 3 2 5	Mundialización y Regionalización Clave HCS HPS TC 3 2 5					Modelos Estratégicos de Intervención Social Clave HCS HPS TC 3 2 5		Servicio Social Clave HCS HPS TC 4 20 10	Práctica Profesional Clave HCS HPS TC 4 20 10	
	Filosofía y Ética Profesional Clave HCS HPS TC 2 2 4						Derechos Humanos, Sociedad y Medio Ambiente Clave HCS HPS TC 3 2 5				
Comunicación Convergente	Genealogía de la Comunicación Clave HCS HPS TC 3 2 5	Tecnologías de la Información y Comunicación Clave HCS HPS TC 2 2 4		Periodismo Informativo Clave HCS HPS TC 2 4 6	Periodismo de Opinión Clave HCS HPS TC 2 4 6	Guion y Narrativas Audiovisuales Clave HCS HPS TC 2 3 5	Producción Sonora Clave HCS HPS TC 2 4 6	Producción Audiovisual Clave HCS HPS TC 2 4 6	Arquitectura de la Comunicación Clave HCS HPS TC 2 2 4		
Comunicación organizacional	Inteligencia Emocional Social Clave HCS HPS TC 3 2 4	Proceso Administrativo Clave HCS HPS TC 2 3 4	Teoría Organizacional Clave HCS HPS TC 2 2 4		Comunicación Organizacional Clave HCS HPS TC 2 2 4			Relaciones Públicas Clave HCS HPS TC 2 3 4	Emprendedores Clave HCS HPS TC 2 3 4	Optativa 4 Clave HCS HPS TC 2 3 5	
Publicidad y Diseño		Creatividad y Diseño Clave HCS HPS TC 2 3 5	Diseño por Computadora 1 Clave HCS HPS TC 3 3 5	Fotografía Clave HCS HPS TC 2 3 5		Diseño por Computadora 2 Clave HCS HPS TC 2 3 5		Publicidad Clave HCS HPS TC 2 3 5	Optativa 2 Clave HCS HPS TC 3 3 5	Optativa 5 Clave HCS HPS TC 3 3 5	
						Mercadotecnia Clave HCS HPS TC 3 2 5		Optativa 1 Clave HCS HPS TC 3 3 5	Optativa 3 Clave HCS HPS TC 2 3 5	Optativa 6 Clave HCS HPS TC 3 3 5	
Créditos por ciclo	35	28	25	28	26	26	25	25	36	26	

Ilustración 4. Trayectoria a cinco años.

Anexo 5: Trayectoria a 7 años

Trayectoria 7 años															
Línea/Ciclo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
Comunicación y Lenguaje	Lenguaje y Realidad Social Clave HCS HPS TC 4 2 6	Comunicación Oral y Escrita Clave HCS HPS TC 2 2 4	Estética de la Comunicación Clave HCS HPS TC 4 2 6	Redacción de Textos Académicos Clave HCS HPS TC 2 4 6	Expresión Escrita Creativa Clave HCS HPS TC 2 4 6		Comprensión del Discurso Literario Clave HCS HPS TC 4 2 6	Expresión Oral Clave HCS HPS TC 2 4 6				Aprendizaje Independiente Clave HCS HPS TC 3			
Fundamentos de la Comunicación	Comunicación y Sociedad Clave HCS HPS TC 4 2 6		Responsabilidad de los Medios Clave HCS HPS TC 3 2 5	Teorías Clásicas de la Comunicación Clave HCS HPS TC 3 2 5		Enfoques Teóricos Contemporáneos Clave HCS HPS TC 3 2 5		Semiología Clave HCS HPS TC 3 2 5	Cultura Digital Clave HCS HPS TC 3 2 5			Servicio Social Clave HCS HPS TC 0 20 10	Práctica Profesional Clave HCS HPS TC 0 20 10		
Metodología	Métodos de Investigación Clave HCS HPS TC 2 3 5			Habilidades del Pensamiento Clave HCS HPS TC 2 3 5			Metodología Cualitativa y Cuantitativa Clave HCS HPS TC 3 3 6	Estadística para Comunicación Clave HCS HPS TC 2 3 5			Diseño de Proyectos de Investigación Clave HCS HPS TC 3 3 6	Optativa 7 Clave HCS HPS TC 2 3 5			Optativa 8 Clave HCS HPS TC 2 3 5
Comunicación Emergente	Política y Sociedad Contemporánea Clave HCS HPS TC 3 2 5	Mundialización y Regionalización Clave HCS HPS TC 3 2 5													
	Filosofía y Ética Profesional Clave HCS HPS TC 2 3 4														
Comunicación Convergente	Genealogía de la Comunicación Clave HCS HPS TC 3 2 5		Tecnologías de la Información y Comunicación Clave HCS HPS TC 2 2 4		Periodismo Informativo Clave HCS HPS TC 2 4 6	Guión y Narrativas Audiovisuales Clave HCS HPS TC 2 3 5	Periodismo de Opinión Clave HCS HPS TC 2 4 6	Periodismo de Investigación Clave HCS HPS TC 2 3 5	Producción Sonora Clave HCS HPS TC 2 4 6	Arquitectura de la Comunicación Clave HCS HPS TC 2 2 4	Producción Audiovisual Clave HCS HPS TC 2 4 6				
Comunicación Organizacional	Inteligencia Emocional Social Clave HCS HPS TC 2 2 4	Proceso Administrativo Clave HCS HPS TC 2 2 4		Teoría Organizacional Clave HCS HPS TC 2 2 4	Emprendedores Clave HCS HPS TC 2 2 4	Comunicación Organizacional Clave HCS HPS TC 2 2 4				Relaciones Públicas Clave HCS HPS TC 2 2 4	Optativa 1 Clave HCS HPS TC 2 3 5	Optativa 2 Clave HCS HPS TC 2 3 5	Optativa 3 Clave HCS HPS TC 2 3 5	Optativa 5 Clave HCS HPS TC 2 3 5	
Publicidad y Diseño		Creatividad y Diseño Clave HCS HPS TC 2 3 5	Diseño por Computadora 1 Clave HCS HPS TC 2 3 5		Fotografía Clave HCS HPS TC 3 3 6	Diseño por Computadora 2 Clave HCS HPS TC 2 3 5			Mercadotecnia Clave HCS HPS TC 3 3 6	Publicidad Clave HCS HPS TC 2 3 5			Optativa 4 Clave HCS HPS TC 2 3 5	Optativa 6 Clave HCS HPS TC 2 3 5	
Créditos por ciclo	35	18	20	20	21	19	18	21	20	18	19	20	16	15	

Ilustración 5. Trayectoria a siete años.

Anexo 6: Programa de Asignatura.



Nombre de la asignatura									Teoría Organizacional	Clave de la asignatura
Área de formación	Docencia frente a grupo según SATCA				Trabajo de Campo Supervisado según SATCA				Carácter de la asignatura	
	HCS	HPS	TH	C	HTCS	TH	C	TC		
Sustantiva Profesional	2	2	4	5	0	0	0	0	(X) Obligatoria	() Optativa

SERIACIÓN

Explícita SI		Implícita
Asignaturas antecedentes	Asignaturas subsecuentes	Conocimientos previos
Proceso administrativo	Comunicación Organizacional	



PROPÓSITO DE LA ASIGNATURA

La asignatura Teoría Organizacional tiene el propósito de presentar al estudiante los contenidos esenciales sobre las teorías organizacionales que buscan explicar los fenómenos sociales que tienen lugar dentro de las organizaciones, mediante el abordaje profundo de las distintas corrientes de pensamiento que tienen a la organización como objeto de estudio, con la finalidad de propiciar en el estudiante una aproximación consolidada al entendimiento de la dinámica organizacional, que le permita trasladar el conocimiento adquirido a nuevos contextos de interpretación.

COMPETENCIAS A DESARROLLAR

Genéricas	Específicas
<p>Instrumentales: <i>Capacidad de análisis y síntesis</i></p> <p>Sistemáticas: <i>Pensamiento crítico y creativo</i></p> <p>Complementarias: <i>Trabajo en equipo</i></p>	<p><i>Sustentar procesos de intervención en la realidad en áreas relativas a la profesión de manera sistemática, para promover cambios sociales.</i></p> <p><i>Evaluar los cambios, escenarios, formatos y herramientas digitales, para intervenir responsablemente en ellos.</i></p> <p><i>Usar el lenguaje oral y escrito, apropiada, eficaz y eficientemente para su aplicación profesional y social.</i></p>



UNIDAD No. 1	PERSPECTIVA CLÁSICA		Horas estimadas para cada unidad
			16
CONTENIDOS			
Conceptuales	Aprendizaje esperado	Evidencias de aprendizaje	
<p>1.1 Frederick Taylor</p> <p>1.1.1 La administración científica</p> <p>1.1.2 El mecanismos administrativo</p> <p>1.1.3 Los principios administrativos</p> <p>1.2 Henri Fayol</p> <p>1.2.1 Las áreas funcionales de la empresa</p> <p>1.3 Max weber</p> <p>1.3.1 La burocracia</p> <p>1.3.2 El tipo ideal</p>	<p>Dominar los distintos enfoques teóricos y sea capaz de distinguir sus diferencias conceptuales</p> <p>Elaborar un reporte de lectura que incluya los temas abordados</p> <p>Identificar los momentos históricos de las distintas aportaciones teóricas abordadas</p>	<p>Ensayo donde el alumno analice y contraste al menos 2 propuestas teóricas de igual número de los autores abordados durante la unidad 1.</p> <p>Línea de tiempo de los temas abordados en la Unidad No. 1</p> <p>Examen escrito</p>	

UNIDAD No. 2	PERSPECTIVA HUMANISTA		Horas estimadas para cada unidad
			16



CONTENIDOS		
Conceptuales	Aprendizaje esperado	Evidencias de aprendizaje
<p>2.1 Elton Mayo</p> <p> 2.1.1. Los experimentos de Hawthorne</p> <p>2.2. Kurt Lewin</p> <p>2.3. Abraham Maslow</p> <p> La teoría de las necesidades humanas</p> <p>2.4 Douglas McGregor</p> <p> 2.5 Las teoría X y la Teoría Y</p> <p>2.5. Rensis Likert</p> <p> 2.5.1 Los sistemas de administración</p>	<p><i>Dominar los distintos enfoques teóricos y sea capaz de distinguir sus diferencias conceptuales</i></p> <p><i>Elaborar un reporte de lectura que incluya los temas abordados</i></p> <p><i>Identificar los momentos históricos de las distintas aportaciones teóricas abordadas</i></p>	<p><i>Ensayo donde el alumno analice y contraste al menos 2 propuestas teóricas de igual número de los autores abordados durante la Unidad 2.</i></p> <p><i>Línea de tiempo de los temas abordados en la Unidad No.2</i></p> <p><i>Examen escrito</i></p>

UNIDAD No. 3	ENFOQUES CONTEMPORÁNEOS	Horas estimadas para cada unidad
		16
CONTENIDOS		



Conceptuales	Aprendizaje esperado	Evidencias de aprendizaje
<p>3.1 Ludwig von Bertalanffy</p> <p>3.1.1 Teoría general de sistemas</p> <p>3.2 Daniel Katz y Robert Kahn</p> <p>3.2.1 La organización como sistema abierto</p> <p>3.3. James G. March</p> <p>3.3.1 La anarquía organizada</p> <p>3.4 Chester Barnard</p> <p>3.4.1 Las funciones del ejecutivo</p> <p>4.5 Chandler, Burns y Stalker</p> <p>4.5 Teoría de la contingencia</p> <p>4.5.1 ambiente general y ambiente de tarea</p> <p>4.6 Teoría del desarrollo organizacional</p> <p>4.6.1 Blake y Mouton</p> <p>4.6.1.1 La malla gerencial</p> <p>4.6.2 el proceso del DO</p>	<p><i>Dominar los distintos enfoques teóricos y ser capaz de distinguir sus diferencias conceptuales</i></p> <p><i>Elaborar un reporte de lectura que incluya los temas abordados</i></p> <p><i>Identificar los momentos históricos de las distintas aportaciones teóricas abordadas</i></p>	<p><i>Ensayo donde el alumno analice y contraste al menos 2 propuestas teóricas de igual número de los autores abordados durante la Unidad 3.</i></p> <p><i>Línea de tiempo de los temas abordados en la Unidad No. 3</i></p> <p><i>Examen escrito</i></p>



Licenciatura en Comunicación

<p>4.6.3 otros autores</p> <p>4.7 La administración de la calidad total</p> <p>4.7.1 los catorce puntos de Edwards W. Deming sobre la calidad total</p> <p>4.7.2 Kaoru Ishikawa. El control total de la calidad</p>		
---	--	--



UNIDAD No. 4	TENDENCIAS ORGANIZACIONALES	Horas estimadas para cada unidad
		16
CONTENIDOS		
Conceptuales	Aprendizaje esperado	Evidencias de aprendizaje
<p>4.1 La organizacional virtual</p> <p>4.1.1 Características y limitantes</p> <p>4.2 Las organizaciones multiculturales</p> <p>4.2.1. Características y limitantes</p> <p>4.3 El sistema de franquicias</p> <p>4.3.1 Características y limitantes</p> <p>4.4 La empresa sustentable</p> <p>4.4.1 Características y limitantes</p>	<p><i>Dominar los distintos enfoques teóricos y ser capaz de distinguir sus diferencias conceptuales</i></p> <p><i>Elaborar un reporte de lectura que incluya los temas abordados</i></p> <p><i>Identificar los momentos históricos de las distintas aportaciones teóricas abordadas</i></p>	<p><i>Ensayo donde el alumno analice y contraste al menos 3 propuestas teóricas de igual número de los autores abordados durante el curso.</i></p> <p><i>Línea de tiempo total de los temas abordados en las Unidad No. 1 a la 4</i></p> <p><i>Examen escrito</i></p>



--	--	--

Contenidos procedimentales	Contenidos actitudinales
<p><i>Analiza y contrasta las propuestas teóricas abordadas en el curso para aplicarlas de manera clara y objetiva en la elaboración del ensayo solicitado.</i></p> <p><i>Organiza la información obtenida en el curso para la realización de la línea de tiempo que ilustre el desarrollo de la disciplina.</i></p> <p><i>Analiza y reflexiona sobre los conocimientos teórico-conceptuales abordados en el curso para responder de manera correcta cada evaluación escrita.</i></p>	<p><i>Manifiesta comportamientos adecuados y congruentes con el buen desempeño de la competencia en cuestión; como por ejemplo: condiciones de ejecución en la elaboración de reportes de lectura, ensayos, líneas de tiempo, así como la participación en clase.</i></p> <p><i>Articula un manejo ético de la información recibida</i></p> <p><i>Asume responsabilidad en la construcción individual y grupal del aprendizaje</i></p>
Metodología para la construcción del conocimiento	
Actividades de aprendizaje con el docente	Actividades de aprendizaje autónomo
<p><i>Preguntas insertadas</i></p> <p><i>Ilustraciones</i></p> <p><i>Mapas y redes conceptuales</i></p>	<p><i>Lectura de los contenidos temáticos</i></p> <p><i>Diseño individual de la línea de tiempo</i></p> <p><i>Diseño, por equipos, de exposición del tema asignado</i></p>



**UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO**

“ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE”

División Académica de Educación y Artes



Licenciatura en Comunicación

Resúmenes