

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION



LOS PERFILES DE EGRESADOS OPTIMOS EN LA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION  
DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON

POR:

ROSA MARGARITA BERNAL ARRIETA  
MARIA CONCEPCION MONTALVO GONZALEZ

COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL GRADO DE  
MAESTRIA EN PLANEACION E INVESTIGACION  
DE LA COMUNICACION

JUNIO, 2000

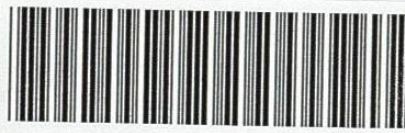
TM

Z5630

FCC

2000

B4



1020133317

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



**LOS PERFILES DE EGRESADOS ÓPTIMOS EN LA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**  
**DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN**

Por:

**ROSA MARGARITA BERNAL ARRIETA**

**MARÍA CONCEPCIÓN MONTALVO GONZÁLEZ**

Como requisito parcial para obtener el Grado de  
**MAESTRÍA EN PLANEACIÓN E INVESTIGACIÓN**  
**DE LA COMUNICACIÓN**

**JUNIO, 2000**

0138-66560

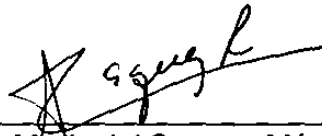
TH  
Z5630  
Fee  
2000  
B4



FONDO  
TESIS

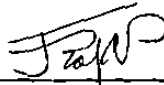
**LOS PERFILES DE EGRESADOS ÓPTIMOS EN LA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN**

Aprobación de la tesis:



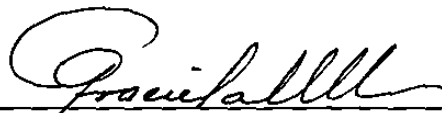
---

M.C. Ana María del Carmen Márquez Rodríguez  
Presidente



---

Dr. José Rafael Rojas Bez  
Secretario



---

Dra. Graciela Monsiváis Marines  
Vocal

# RESUMEN

Lic. Rosa Margarita Bernal Arrieta

Lic. María Concepción Montalvo González

Fecha de Graduación: Junio, 2000

Universidad Autónoma de Nuevo León

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Título del estudio:

LOS PERFILES DE EGRESADOS ÓPTIMOS EN LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

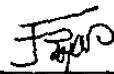
Área de conocimiento: Educación y Comunicación

**Propósito y método del estudio:** La presente investigación analizó los cambios necesarios en el perfil del egresado de la carrera de Ciencias de la Comunicación para cumplir óptimamente con la sociedad actual, a tenor de la **VISION 2006** de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

**Contribuciones y conclusiones:** Logramos establecer los perfiles óptimos para los egresados de Ciencias de la Comunicación: además del **perfil general** de nuestros egresados, comprobamos la necesidad de instituir dos niveles (**Profesional Asociado** y **Licenciado**), los cuales formulamos y describimos.

Al poseer la primera Facultad de Comunicación de México con dichas modalidades, nuestra Universidad se ubica, además, en un alto nivel competitivo, como valor agregado.

ASESOR: Dr. José Rafael Rojas Bez

FIRMA: 

## AGRADECIMIENTOS

A mis padres, Polo y Rosa, por todo lo que me han dado y todo lo que me darán.

### **Gracias**

A mis hermanos Gaby, Perla, Sandra y Polo, por el apoyo y la alegría de ser mi familia.

A los amigos y compañeros de mi vida Gracias por estar siempre a mi lado.

A Dios por ser tan grande y darme tanta fuerza.

### **Gracias**

Rosy Bernal



## AGRADECIMIENTOS

Dios, gracias por darme unos padres maravillosos, Don Luz y Doña Lupe, que aunque ya no están conmigo, siguen en mi corazón. Les doy gracias a ellos por haberme cuidado con mucho amor y enseñarme a amar y respetar a los demás. También le doy gracias a Nabor porque siempre me ha comprendido y sobre todo por haberme dado la dicha de concebir a lo que es y será siempre lo más importante en mi vida, mi pequeña Enya. No me puedo olvidar de mis hermanos, en especial de Mary y Blanca por la fortaleza y entereza que me dan ante situaciones increíbles. Y agradezco infinitamente a Ana Carmen por el apoyo e impulso que me da.

**GRACIAS a todos por todo...**

**GRACIAS, SEÑOR, sin la fe en ti**

**no existiría todo lo demás.**

Connie Montalvo

## TABLA DE CONTENIDO

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	8
<b>2. ANTECEDENTES</b> .....	16
<b>3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA</b> .....	18
3.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA .....	18
3.2 INTERROGANTES, OBJETIVOS, HIPÓTESIS.....	19
3.2.1 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....	19
3.2.2 OBJETIVO GENERAL .....	20
3.2.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	20
3.3 JUSTIFICACIÓN Y RELEVANCIA DE NUESTRA INVESTIGACIÓN.....	21
3.4 HIPÓTESIS.....	24
3.4.1 HIPÓTESIS PRINCIPAL .....	24
3.4.2 HIPÓTESIS SECUNDARIA .....	24
3.4.3 VARIABLES.....	25
3.4.3.1 VARIABLE DEPENDIENTE .....	25
3.4.3.2 VARIABLES INDEPENDIENTES .....	25
3.4.4 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS.....	26
3.4.4.1 PERFIL DEL EGRESADO .....	26
3.4.4.2 NIVELES .....	26
3.4.4.3 ACENTUACIONES.....	27
3.4.5 OPERACIONALIDAD DE LAS VARIABLES .....	27
3.5 MARCO TEÓRICO.....	27
3.6 DELIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN .....	31
3.7 OBSERVACIONES SOBRE LA REVISIÓN DE LA LITERATURA .....	32
3.8 TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	33
3.9 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	34

3.10 UNIVERSO Y MUESTRA.....	34
<b>4. PROCESO DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>35</b>
4.1 RESULTADOS FUNDAMENTALES.....	37
<b>5. CONCLUSIONES.....</b>	<b>45</b>
<b>6. SUGERENCIAS.....</b>	<b>46</b>
<b>7. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>49</b>
<b>8. ANEXOS.....</b>	<b>62</b>
<b>9. GRÁFICAS.....</b>	<b>65</b>
<b>10. CUADRO COMPARATIVO DE RESULTADOS.....</b>	<b>76</b>

## 1. INTRODUCCIÓN

### LOS PERFILES DE EGRESADOS ÓPTIMOS EN LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

Si bien el rol que desempeña la Universidad en la sociedad fue siempre valioso desde el surgimiento de las primeras universidades en el mundo, este papel ha ido cobrando cada día más importancia dada la creciente tecnificación y, en general, el creciente *saber implícito* y demandado en cada una de las esferas sociales.

En específico, la Universidad Autónoma de Nuevo León se propuso devenir una universidad de excelencia, ubicándose en un nivel competitivo y de alto reconocimiento internacional, en consonancia con los más relevantes programas, organizaciones e instituciones globales, tales como la UNESCO (United Nations Educations, Sciences and Cultures Organization), la Fundación Kelloggs, en particular la SACS (Southern Association of Colleges Schools) y otros proyectos de acreditación internacional, además de los nacionales, como el FOMES (Fomento para la Educación Superior), el PROMEP (Programa para el Mejoramiento del Profesorado), el CONACYT (Consejo Nacional de la Ciencia y la Tecnología) y el SIREYES (Sistema de Investigación “Alfonso Reyes”); para lo cual trazó un rico y complejo programa llamado **Visión 2006**, entre cuyos objetivos principales figuran:

I. La defensa y desarrollo de **valores fundamentales** de la

educación y la vida, tales como: Verdad, integridad, honestidad, respeto a la vida y a los demás, responsabilidad, solidaridad y una actitud y espíritu ético general.

II. El logro y fortalecimiento de **atributos institucionales esenciales**, especialmente: Espíritu crítico, pertinencia, liderazgo y multidisciplinariedad.

III. A tenor de todo lo cual, se trabaja por lograr paulatinamente que ya en el 2006 sus trabajadores docentes muestren, con indudable madurez, el siguiente **perfil del docente**:

1. Ser experto en su materia
2. Con vocación de servicio
3. Competente a nivel mundial
4. Comprometido con la Universidad y su entorno
5. Promotor de valores
6. Responsable
7. Con capacidad de liderazgo
8. Humanista
9. Honrado e íntegro; y

10. Ejemplar y respetuoso del alumno.

El logro de estas altas cualidades trae consigo muchas implicaciones generales y *particulares* en el desarrollo del docente, de las que tomaremos como ejemplos unas pocas entre las muchas planteadas:

1. Que el 100% de los docentes de tiempo completo del nivel superior cuente con un posgrado
2. Que el 20% de los docentes de tiempo completo del nivel superior sean investigadores de prestigio internacional
3. Que el 30% de los docentes de tiempo completo del nivel superior publique al menos un artículo en revistas de arbitraje internacional cada año
4. Que el 100% de los profesores participe en programas de formación y sean competentes en la enseñanza y vivencia de valores.

IV. Asimismo y en justa concordancia con todo lo anterior, la Universidad Autónoma de Nuevo León lucha por lograr un **perfil del egresado** que luzca con orgullo las siguiente cualidades:

1. Competitivo a nivel mundial
2. Con un alto sentido humanista

3. Honesto
4. Responsable
5. Con espíritu crítico
6. Comprometido con la Universidad y su entorno
7. Líder emprendedor con visión global
8. Con capacidad de convivencia intercultural
9. Conocedor de la tecnología y los sistemas de información; y
10. Con alta velocidad de respuesta.

También a estos principios generales corresponden muchas **propuestas específicas**, entre las que podemos citar:

1. Que el 100% de los estudiantes presente el examen general de calidad profesional como requisito de su graduación
2. Que el 100% de los egresados de nivel superior sea competente en el uso de un segundo idioma
3. Que el 100% de los estudiantes tenga la oportunidad de participar en programas de intercambio y obtenga una formación integral óptima y actualizada.

4. Que el 100% de los estudiantes y egresados tenga acceso a una ciberbolsa de trabajo de la institución.

Por supuesto, la esfera comunicacional es una de las más relevantes. Para evidenciarlo, basta con pensar en el peso de las comunicaciones, desde las primarias y orales hasta las redes informáticas avanzadas, en la vida actual. No en balde muchos filósofos, sociólogos y políticos se refieren a la sociedad contemporánea como una "sociedad de comunicación", estudios sociopolíticos y comunicológicos en los que sobresalen filósofos como N. Luhmann y J. Habermas, sobre quién dice el investigador Daniel Innerarity (1989)

*"Habermas ocupa, no obstante un lugar de especial importancia y originalidad, en la medida en que su pensamiento se orienta en la línea de un intento de reestablecer la racionalidad a partir de paradigmas de los procesos discursivos. Lo que confiere un especial vigor al proyecto de Habermas es precisamente el haber acogido al lenguaje y a la acción comunicativa como el instrumento más eficaz para superar aquella separación entre razón teórica y razón práctica, entre una lógica de los hechos y una lógica de las decisiones, que se produce en los siglos XVI y XVII."*

Los ejemplos de Luhmann y Habermas, así como el ejemplo de los comunicólogos y los sociólogos de Palo Alto, entre otros muchos, evidenciaron la atención dada y merecida, a la relación cultura-sociedad.

Es evidente, decíamos, la importancia de las comunicaciones para toda sociedad: no hay sociedad ni cultura alguna, ni siquiera ser humano sin



comunicación. No es una simple frase, sino todo lo contrario, expresión de una profunda sabiduría, la sentencia **"In principio erat Verbum"**.

Sin embargo, no siempre se ha hecho tan evidente como ahora que el gran papel de la universidad en el mundo actual está relacionado indisolublemente con el desarrollo y la mayor atención a la comunicación moderna, sin la cual la universidad no puede cumplir su función formadora de especialistas de primer orden, su función formadora de líderes científicos, técnicos, sociales, así como su función extensionista, entre otras.

Esto, en sentido general. En sentido más particular, la sociedad contemporánea necesita, es más, se ve urgida, de buenos comunicadores profesionales y comunicólogos a la altura del nuevo milenio. Y en ello desempeña un papel medular nuestra Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Si la Universidad Autónoma de Nuevo León se halla tan justamente empeñada en una Reforma Académica que la sitúe como una universidad altamente competente en el mundo del nuevo milenio, acorde con todos sus avances y requerimientos; en esta Reforma, la Facultad de Ciencias de la Comunicación tiene un lugar importante, y no sólo en la formación de sus especialistas egresados, sino en la contribución a que otros especialistas y universitarios cuenten con un ambiente universitario óptimo para su desarrollo.

La Facultad de Ciencias de la Comunicación tiene como misión fundamental la formación integral de profesionales, maestros e investigadores capaces de identificar, analizar y resolver problemas de la comunicación

dentro de su ámbito histórico, social, político, económico y cultural; egresados comprometidos con el desarrollo de su comunidad, además, preparados para fomentar la cultura, su difusión y ser competitivos internacionalmente en el área de su conocimiento; hombres y mujeres dispuestos a responder a los retos del mundo de hoy, abiertos al futuro, y conscientes de su compromiso por trabajar en el logro de la justicia y el bienestar social en plena consonancia con la más avanzada ciencia de la educación, sabiéndose que:

*El espacio que todavía se muestra abierto y vinculador para la pedagogía es de la formación del hombre como autoconciencia libre y racional. Por ello, su objeto privilegiado es el de la comprensión de la articulación entre la dinámica de la conciencia individual y la dinámica de la ciencia de la cultura, en cuánto tal articulación, entendida como experiencia de comunicación y de apropiación, aporte efectivamente a la formación espiritual del individuo en sus caracteres más esenciales ya definidos desde las ciencias y las humanidades como la universalidad, la autonomía y la inteligencia. (FlórezOchoa, R.: 1994, 221)*

En el nuevo orden mundial, los recursos estratégicos de las naciones son las IDEAS, la información y los medios que se utilizan para transmitirlos.

El poder no sólo de las sociedades, sino también de las Instituciones, no radica en la posesión de mayor o menor información, sino en la forma y la oportunidad con que se utilizan.

El desarrollo de la tecnología de información ha creado, en los últimos años, más "empleos inteligentes" que nunca antes en la historia de la

humanidad. Esta transformación ha creado *requerimientos que demandan nuevas necesidades entre los seres humanos que constituyen la fuerza de trabajo de esta nueva era.*

México no es la excepción de la regla. En nuestro país, como en todo el mundo, la reorganización del trabajo tendrá que ser acompañada **de una política de cambio en la educación** misma que permitirá retomar los puntos más importantes de lineamientos y estrategias en el campo de la educación superior para establecer las conexiones necesarias para la formación integral y de mejora continua en el egresado.

Ya se ha comentado en diversos foros internacionales que el prospecto de un mundo dividido en bloques económicos nos conlleva a una elección: o nos integramos a la economía internacional como un elemento maduro y completamente activo, o tendremos que resignarnos a ocupar solo nichos residuales en el futuro previsible.

Las organizaciones que logren vencer el reto de las contingencias de su entorno son aquellas cuyo desarrollo de una planificación estratégica y dinámica, les permite anticiparse a los acontecimientos y establecer rutas alternativas de acción para lograr los objetivos antes trazados. Esta acción es desarrollada por la UANL para engrandecer la educación y es retomada proactivamente por la Facultad de Ciencias de la Comunicación en aras de respaldar los contenidos del conocimiento en los estados ideales del sistema de educación superior.

El término “**educación**” es tomado en la acepción que comprende las

actividades voluntarias y sistemáticas destinadas a satisfacer necesidades académicas, incluyendo además las actividades culturales y de formación de la personalidad.

Asimismo, el concepto de **aprendizaje** hace referencia a cualquier mejoramiento del comportamiento, la información, los conocimientos, la comprensión, las actitudes, los valores, las habilidades y destrezas.

Por otro lado, no podemos ignorar que las dificultades (y los logros) no están vinculados sólo a la adquisición de nuevos valores y hábitos positivos sino también al abandono de los viejos vencidos por el tiempo o negativos de uno u otro modo.

Es una concepción que sirvió de estandarte al gran economista y líder empresarial J. M. Keynes, en la cual insisten los líderes, managers y consultores hoy en día. Entre ellos, Tom Peters: (1998:102), no deja de subrayarla:

“La mayor dificultad que tiene la gente en este mundo no es aceptar nuevas ideas, sino lograr olvidar las ideas viejas”

Por ello, la Visión de la Facultad de Ciencias de la Comunicación establece el marco de referencia para precisar y formalizar su misión con un determinado número de líneas a seguir que se convierten posteriormente en las áreas de desarrollo, definiendo el criterio rector para convertirla en realidad.

Y es reflexionando sobre todo ello que, por nuestra parte, creimos

importante conocer con precisión las características (necesidades, demandas, condiciones, etc.) de nuestra sociedad, en particular el Estado de Nuevo León, desde el punto de vista comunicacional y la correspondencia de nuestra Universidad y, en particular, de nuestra Facultad con dichas características.

Había mucho que investigar, analizar, conocer. Sin embargo, fuimos seleccionando prioridades y posibilidades desde nuestra perspectiva académica, a tenor de la Reforma que debe ubicarnos en el lugar señalado en el nuevo milenio.

Y la investigación que aquí exponemos se inscribe en este marco de preocupaciones, necesidades y respuestas.

## **2. ANTECEDENTES:**

Nuestro tema no cuenta con antecedentes específicos suyos, por cuanto se refiere a un problema actual de nuestra propia universidad: la Reforma Académica y, más específicamente aún, la Reforma Académica en la Facultad de Ciencias de la Comunicación, en concordancia con la **Visión 2006**.

No obstante, sí existen precedentes dados por otras Reformas Académicas y por el desarrollo de las Universidades y toda la Educación Superior en diversas latitudes y épocas del mundo.

Contamos, pues, con precedentes históricos y universales que han aportado una teoría (una Pedagogía) general sobre el papel de las

Universidades, sobre la Educación Superior y otros órdenes educativos y sociales, a los cuales se vinculan múltiples categorías y conceptos de necesaria consideración.

Entre ellos, el del **Modelo del Egresado** (también llamado en distintos autores y sistemas: **Profesiograma** o **Modelo del Especialista**). Se trata de un concepto o categoría que alude a aquellas cualidades (conocimientos, habilidades,... formación general) que ha de tener un egresado universitario para solucionar o responder convenientemente a las necesidades sociales en su ramo profesional; es decir, a aquello que su sociedad necesita y espera de él en cuanto profesional de su ramo.

Como es obvio, el **Profesiograma** o **Modelo del Egresado** es la categoría rectora de la formación académica. El proceso educativo se rige por él, por sus demandas. De no hacerlo, se estarían graduando profesionales desajustados respecto a su medio.

Otros conceptos y categorías claves están dados por los **planes** y los **programas** de los diversos semestres y materias, con sus correspondientes contenidos y actividades generales; todo ello, a su vez, regidos por una categoría central, los **objetivos, imbricados en un sistema inteligentemente concebido, un sistema científico, pedagógico, sociopolítico: los objetivos del Modelo del Egresado**, del cual se derivan los objetivos de las **carreras y especialidades**, de los cuales se derivan, a su vez, los objetivos de cada **asignatura (o materia)** las cuales se hallan, a su vez, **articuladas horizontalmente** en virtud de los objetivos de cada **año y semestre**; y así sucesivamente, en una derivación que recorre cada unidad

temática, cada clase y actividad educativa.

Si recordamos tales premisas, conceptos y categorías educacionales, es porque deseamos subrayar que, si bien nuestra investigación particular no tiene antecedentes propiamente dichos en cuanto se refiere a problemas con los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León en el Monterrey del nuevo milenio, sí cuenta con precedentes amplios en toda la investigación teórica y empírica que ha alimentado el desarrollo de las Ciencias Pedagógicas o Ciencias de la Educación.

Nos movemos, pues, en un terreno ya sólido, dentro del cual nos propusimos la solución de problemas específicos actuales de determinadas áreas de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, a tenor de todo un movimiento de nuestra Universidad, decidida a realizar una Reforma Académica que convierta a la Universidad Autónoma de Nuevo León en una Universidad óptima acorde con el Nuevo Milenio, con los nuevos tiempos.

### **3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

#### **3.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA:**

La Reforma Académica de la Facultad de Ciencias de la Comunicación es de gran relevancia porque responde a las exigencias de la formación de comunicadores y comunicólogos calificados en correspondencia con las demandas de la sociedad actual. Como acabamos de explicar, en ella se

establecerán los cambios pertinentes en los perfiles de los futuros egresados, en correspondencia con las leyes y categorías fundamentales de las Ciencias de la Educación, que permitan enfrentar la demanda del mercado laboral y la sociedad y, con ello, se tratará de formarlos con el nivel de competitividad óptima para desempeñarse exitosamente en nuestra sociedad.

Pero es importante aclarar que aunque toda educación implica un inevitable factor "desde arriba", hemos reflexionado sobre el modo más democrático y participativo de realizarla, pensando en la dinámica social que evite la simple dominación ("domesticación") de los educandos en pos de intereses sectarios. Es decir, buscamos conjurar el peligro señalado por el catedrático venezolano J. Barreto (1991:110)

*El saber comprendido como valor es poder que adquiere una forma-signo. Esta representación encuentra un proceso de valoración en el espacio escolarizado. La lógica del dominio que obedece a una direccionalidad de clase, queda oculta en la relación que se establece entre los hombres y el conocimiento a partir de la escuela.*

Para evitar este simple dominio, dando paso a la dinámica compleja de las múltiples fuerzas sociales, tuvimos en cuenta a la más diversa gama dónde los empleadores hasta los alumnos egresados y aspirantes a ingresar, en todo nuestro proceso investigativo.

Consecuentemente, nuestra investigación estuvo alentada por y encaminada en busca de la respuesta a la siguiente pregunta fundamental:



la interrogante general básica y las demás cuestiones expuestas arriba, nos planteamos también las siguientes preguntas que complementan y especifican aquella:

1. ¿Cuáles características debe tener el egresado para ostentar un nivel alto de competencia en el mercado laboral y satisfacer así las necesidades de la sociedad?
2. ¿Qué perfiles y niveles son necesarios, y cuáles serían los objetivos generales en cada uno para lograr el egresado competente al que aspiramos?
3. ¿En qué medida debe ser modificada o enriquecida nuestra infraestructura para lograr el buen desempeño de las diferentes acentuaciones?

Consecuentemente, nuestro trabajo estará guiado por los siguientes objetivos:

### 3.2.2 OBJETIVO GENERAL:

Establecer los cambios necesarios en el perfil del egresado con el fin de implementar nuevas líneas curriculares en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León, acordes con las demandas de nuestra sociedad.

### 3.2.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Definir los perfiles convenientes para los egresados de nuestra facultad de acuerdo con su óptima inserción en la sociedad actual, considerando en especial la posibilidad de diferentes niveles de carreras en la Facultad de Ciencias de la Comunicación.
2. Elaborar un análisis de las características idóneas que deben poseer los futuros egresados de los nuevos perfiles.
3. Realizar un análisis global de las reales condiciones infraestructurales de nuestra Facultad para responder a las necesidades de la implementación de los nuevos perfiles.

### 3.3 JUSTIFICACIÓN Y RELEVANCIA DE NUESTRA INVESTIGACIÓN

La comunicación es una capacidad innata en el ser humano, pero está vinculada a su desarrollo —en un proceso de perfeccionamiento de su habilidad para manejarla—, a través de la continua relación con los demás.

Y si a esto le agregamos la complejidad de las relaciones de nuestra actual sociedad, así como el uso de tecnología cada vez más sofisticada, se vuelve indispensable la formación de profesionales de la comunicación, los cuales no son únicamente aquellos que **se comunican adecuadamente**, también son personas capaces de: a) Investigar mejores formas de comunicación; b) **planear y organizar e inclusive enseñar** a mejor comunicarse a otros profesionales dentro de su área de trabajo; así como, c) reflexionar acerca del uso **ético** de las nuevas tecnologías y de la

comunicación en general.

La investigación y el estudio en el área de la comunicación nos permite entender este fenómeno en forma más completa y por lo tanto mejorar su utilización. Resulta indudable que hemos de trabajar mucho aún por el conocimiento del manejo diario de la comunicación, por el estudio serio y profundo de la misma.

*Debemos proyectar nuestras investigaciones y nuestro trabajo, teniendo en cuenta las interrelaciones entre la cultura, las instituciones y la educación. En ciertos contextos, las estructuras de la cultura y de la enseñanza son sinónimos y podemos aprender sobre uno de ellos, estudiando el otro no me refiero tanto al contenido cuanto a cómo se organiza el aprendizaje, cómo se presenta, su escenario, el lenguaje utilizado, las personas que enseñan, las reglas que someten su actuación, así como las propias instituciones. (Hall, 1985:179)*

En la actualidad debemos pensar en formar no sólo comunicadores, sino **comunicólogos** comprometidos en aportar nuevos conocimientos al área.

La demanda de profesionales ligados al manejo de la comunicación en todas las áreas del saber humano (ciencia, arte, tecnología, economía, política, entretenimiento, educación, organizaciones públicas y privadas, etc.), es inminente. Se requiere en la actualidad comunicólogos preparados tanto en el manejo de la tecnología, como en las diversas áreas del saber y de su entorno social.

Una revisión a los planes de estudio de la mayoría de las licenciaturas en comunicación y áreas afines que se ofrecen en gran parte de las instituciones del país nos muestran el reflejo de las necesidades de nuestra sociedad mexicana. La mayoría busca preparar profesionales que se desempeñen en la Comunicación, la Publicidad y las Relaciones Públicas. Aún son pocas las que incursionan en el campo de la Comunicación Organizacional y la Promoción, y sólo algunas las que se proponen formar profesionales en campos complementarios de la comunicación, tales como la Creatividad, la Mercadotecnia, el Diseño, la Docencia y la Investigación.

Asimismo, las universidades públicas carecen de las estructuras y las infraestructuras óptimas para esta tarea. No cuentan aún con las instalaciones necesarias.

Por otro, sus planes y programas necesitan ser actualizados en sus contenidos y metodología, de manera general, pero de modo muy especial respecto a las demandas y condiciones generales de la sociedad contemporánea. También hay que tener en cuenta las condiciones y objetivos de los disímiles estudiantes, incluyendo la experiencia con la retención académica, las posibilidades de los estudiantes y las demandas y ofertas de los empleadores.

Por otro lado, ninguna universidad incursiona actualmente en el nivel técnico superior como carrera profesional.

Hoy día, las Facultades de Comunicación le están apostando a la informática y a las nuevas tecnologías, todo ello vinculado a la globalización.

Como señala la destacada investigadora peruana María Teresa Quiros (1997, p.5):

*“Esto nos lleva a considerar la velocidad de los cambios. Si bien a los adultos la revolución electrónica los sorprendió y tuvieron que acomodarse y adaptarse a los cambios, las innovaciones tecnológicas que se producen en las grandes metrópolis del mundo nos llegan en plazos más breves, lo cuál constituye probablemente una diferencia esencial en cuánto al modo de percibir las innovaciones hoy en día. Los niños han crecido en un ambiente marcadamente dominado por la tecnología y la velocidad, y no son conscientes de haber hecho algún esfuerzo por ajustarse a las variaciones tecnológicas.”*

Tanto las tendencias mundiales de la educación, plasmadas en los documentos de la UNESCO (Paris, 1998), como los lineamientos marcados por la SEP (Secretaría de Educación Pública) y la ANUIES (Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior), todos coinciden en la importancia de preparar al alumno para enfrentar a un mundo “interconectado”. El documento de la **Visión 2006** de la UANL hace énfasis en la necesidad de una formación integral del individuo que lo deje responder a ello con un alto sentido de compromiso social.

De aquí la relevancia de nuestra investigación, encaminada a responder muchas de estas inquietudes fundamentales y sentar las bases, abrir pautas, para otras investigaciones y respuestas paulatinas, en función de una óptima preparación de egresados acordes con la nueva sociedad.

### 3.4 HIPÓTESIS

#### 3.4.1 HIPÓTESIS PRINCIPAL:

Se necesitan reajustar los perfiles del comunicador actual y, posterior y consecuentemente, sus acentuaciones (así como los planes de estudio y los programas en función de estas acentuaciones) para poder satisfacer las necesidades y demandas del mercado actual y la sociedad en general.

#### 3.4.2 HIPÓTESIS SECUNDARIA:

Se necesita reestructurar, si no todas, al menos muchas materias (sus programas, su literatura, sus medios de enseñanza, etc.) de las actuales acentuaciones, así como planificar la estructura de nuevas acentuaciones, para poder cumplir con los objetivos trazados para los perfiles..

#### 3.4.3 VARIABLES

##### 3.4.3.1 VARIABLE DEPENDIENTE:

**Perfil del Egresado (también llamado **profesiograma**):**

En cuanto se parte de él como fin a alcanzar, como **modelo del especialista** establecido en virtud de la

exploración inicial de mercado, las sucesivas encuestas y talleres con estudiantes, egresados, maestros y otros especialistas, y las demandas sociales generales que logramos delimitar al inicio.

#### 3.4.3.2 VARIABLES INDEPENDIENTES:

Son las disímiles **características o rasgos** señalados por las disímiles encuestas, entrevistas, investigaciones bibliográficas, consultas y paneles, como necesarias o convenientes para cumplir con el perfil del especialista demandado por la sociedad.

Será sobre las variaciones en sus posibles conformaciones (grados, presencia y estructura) y su influjo sobre los perfiles posibles de especialistas que realizaremos los análisis para atender los objetivos de nuestra investigación. De la selección, valores y configuración de las mismas depende la conformación y alcance de la variable dependiente: el profesiograma.

#### 3.4.4 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

En aras de la precisión y el rigor general requeridos, procedemos a definir algunos términos con que trabajaremos comúnmente y pudieran despertar ambigüedades:

##### 3.4.4.1 PERFIL DEL EGRESADO:

Se refiere principalmente a los conocimientos, habilidades y características generales que debe obtener un estudiante de determinada carrera a través del seguimiento de los distintos programas y demás actividades escolares y formativas generales para cumplir con un plan de estudios y educativo establecido por una Institución Educativa, el cual responde a las necesidades y demandas de su propia sociedad.

Es también llamado "**Perfil del Especialista**" y "**Profesiograma**".

#### 3.4.4.2 NIVELES:

Son los diferentes tipos de carreras profesionales, con sus correspondientes objetivos:

- **Profesional Asociado** (Nivel 5): Carrera técnica a nivel superior
- **Licenciado** (Nivel 6): . Primer grado del nivel profesional

#### 3.4.4.3 ACENTUACIONES:

Estas están conformadas por ciertas materias afines y complementarias con el objetivo de darle al alumno una especialización o bien desarrollar sus capacidades o habilidades para algo más específico dentro de los mismos límites del perfil.



Son como particularizaciones dentro del perfil general.

#### 3.4.5 OPERACIONALIDAD DE LAS VARIABLES:

Para poder obtener un resultado de lo que se pretende con las variables mencionadas establecimos su medición a partir de la aplicación de encuestas, la realización de entrevistas y el análisis de planes de estudio de comunicación de otras universidades.

Se anexan formatos de encuestas al final de este documento.

### 3.5 MARCO TEÓRICO

La UANL vive actualmente un cambio inminente de acuerdo a las nuevas tendencias en la educación, a la demanda del mercado laboral y las necesidades generales de la sociedad en donde se desempeñarán sus futuros profesionales, por lo que ha creado la **VISIÓN UANL 2006**, cuyo objetivo principal es satisfacer dichas necesidades y tendencias mediante la formación de sus educandos con los recursos para integrarse al mundo actual y, a la vez darles un "valor agregado" en su formación, como seres capaces de trazar nuevos caminos en el "hacer" de la producción y la prestación de servicios, de generar conocimientos, de comprometerse moralmente con su entorno y de ser agentes de cambio en su comunidad.

En el marco de la reunión de la UNESCO llevada a cabo en París en octubre de 1988, se analizaron, desde diferentes perspectivas la situación actual, los retos y propuestas de la educación en el ámbito mundial y el camino que debe seguirse para cumplir con las necesidades regionales de

los entornos en los que cada Universidad se encuentra.

Especialistas en educación debatieron vivamente cuál debería ser el nuevo paradigma de la educación superior.

Entre las aportaciones de esta plataforma se encuentra la del Dr. Unna Huh de la Universidad de Hanyang (República de Corea), proponiendo que el proceso educativo debe evolucionar:

- De los planes de estudio dirigidos por los que imparten la enseñanza a currículos centrados en los usuarios del sistema docente
- Del aula a contextos de trabajo profesional y aprendizaje basado en el rendimiento
- De la docencia unívoca a una enseñanza interactiva (UNESCO "Educación Superior para una nueva Sociedad", p.11-12)

¿Cuáles son las características que debe poseer una Institución Superior Innovadora ?

En el Documento de Política para el cambio y el desarrollo en la Enseñanza Superior publicado por la UNESCO, se formulan propuestas para crear un tipo de institución innovadora con las características necesarias siguientes:

- Ofrecer una formación de alta calidad

- Admitir a los estudiantes en función de sus méritos
- Tener como objetivo el saber
- Mostrar dedicación al desarrollo social
- Ofrecer posibilidades de aprendizaje a lo largo de toda la vida
- Estar conectada con el mundo de trabajo
- Suscitar debates sociales y un espíritu crítico
- Asesorar a los responsables nacionales de la adopción de decisiones y poner sus competencias al servicio de éstos
- Mantener las libertades académicas
- Estar al servicio de las necesidades del desarrollo en el plano nacional, regional e internacional

La UANL ha buscado ir acorde con todas estas nuevas tendencias. Es por eso que nuestra Facultad desea estar a la vanguardia en los conocimientos necesarios y dirigirse ampliamente hacia la capacitación necesaria de los docentes, ya que con este nuevo paradigma de la educación superior en el mundo atenderemos dos aspectos de suma importancia: **diversificación y flexibilidad.**

Ambos aspectos, relacionados entre sí estrechamente, son un común

denominador en muchas de las discusiones con respecto a la necesidad de adecuar las estructuras de educación superior para una educación permanente, que esté fluidamente ligada con niveles previos y posteriores, e inclusive permitir que aquel que ya se encuentra formando parte de las fuerzas de trabajo, pueda acceder a una formación permanente para el continuo desarrollo personal y profesional.

Como expresa uno de los citados documentos de la UNESCO, ***"Hacia un programa 21 para la Educación Superior"***:

*"La flexibilidad implica la capacidad de los centros de enseñanza para reaccionar rápidamente ante las nuevas necesidades y preverlas, suprimir la rigidez de las estructuras y hacerlas evolutivas, y modificar los criterios de acceso con miras a tomar en consideración la experiencia de la vida profesional".*

A esta flexibilidad se asocian los más intensos y actualizados métodos para el desarrollo de hábitos y habilidades, e incluso de motivaciones, en el estudiantado; sin olvidar lo correspondiente al superaprendizaje y al desarrollo del liderazgo, la competitividad general, incluyendo los programas especiales para el desarrollo de los talentos.

Un lugar especial lo ocupan las nuevas modalidades de estudios crediticios. El sistema de estudios por créditos flexibiliza convenientemente las posibilidades de estudios y, desarrollado inteligentemente, sin anarquía, ha resuelto muchos problemas en el mundo estudiantil actual, a partir del porcentaje de retención escolar y de egresados definitivos.

### 3.6 DELIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Nuestra investigación responde a los objetivos y condiciones arriba explicadas, de las cuales conviene subrayar los siguientes aspectos:

- Está referida, de modo general, al Estado de Nuevo León y a su mayor universidad, la Universidad Autónoma de Nuevo León pero, particularmente, a su Facultad de Ciencias de la Comunicación
- Se realiza, en esta primera etapa fundamental, en el año 1999 y 2000, a tenor de la Reforma Académica que desarrolla la Universidad Autónoma de Nuevo León, pero habrá de proseguir luego con nuevas investigaciones sobre la aplicabilidad, resultados, etc. de las propuestas, en especial sobre acentuaciones, materias, objetivos y otros aspectos de la implementación de los perfiles
- Los sujetos de la investigación no estarán sometidos a variaciones (la invalidación interna llamada "Historia"), puesto que serán los empleadores y el mercado general, así como los egresados de determinado momento

Luego habrá que proceder a nuevos estudios con los nuevos egresados y el mercado de los años venideros. Pero, de inmediato, nuestros sujetos son fijos, invariables, dados por mercado y egresados actuales.

### 3.7 OBSERVACIONES SOBRE LA REVISIÓN DE LA LITERATURA:

Como es lógico, para nuestro problema específico, referido a nuestra propia Facultad de Ciencias de la Comunicación, no existe una literatura correspondientemente específica. No obstante, sí existe ya una literatura considerable en torno a disímiles problemas académicos, reformas universitarias y, mucho más aún, sobre la educación superior, la formación de profesionales y el papel de las universidades en la sociedad.

A pesar de que referimos la bibliografía fundamental al final de nuestra tesis, conviene subrayar aquí los siguientes aspectos:

1.- La bibliografía siempre nos proporcionó bases teóricas generales y ejemplos tanto generales como particulares que iluminaron de uno u otro modo nuestra conducta investigativa y nuestras reflexiones.

Ello se aplica fundamentalmente a cuestiones pedagógicas sobre la formación y desarrollo de habilidades, capacidades y aptitudes óptimas en el estudiante universitario, referidas, en nuestro caso, al estudiante de Ciencias de la Comunicación.

2.- Esta bibliografía también nos ayudó a conocer otras modalidades, soluciones y propuestas dadas por distintas universidades del mundo, con lo cual abrió ampliamente nuestro espectro de ideas para alcanzar nuestros objetivos.

3.- En esta búsqueda bibliográfica hay que resaltar la importancia de los documentos emitidos por organizaciones internacionales y nacionales, así como por otras universidades y la nuestra, en especial, los planes de estudio de Ciencias de la Comunicación.

Todo ello se relaciona también al final.

### 3.8 TIPO DE INVESTIGACIÓN:

#### CORRELACIONAL:

El estudio es de carácter correlacional (*causal*), en el cual resalta, además, su característica multietápica.

En una primera etapa se hizo una investigación exploratoria para descubrir necesidades, demandas, capacidades y otras características de los actuales egresados y de los alumnos próximos a egresar, así como del mercado empleador.

En la segunda fase se realizó un estudio de carácter descriptivo para especificar *propiedades importantes* del perfil del especialista y de los actuales programas y planes de estudio, así como programas y planes de estudio de otras universidades.

Y culminó en un estudio **correlacional causal** puesto que se centró en el análisis de las relaciones entre los planes de estudio, los programas y el óptimo perfil del especialista egresado.

Este estudio nos permitió evaluar las relaciones entre variables (profesiograma y las diversas características delimitadas como óptimas para el egresado) y establecer las configuraciones o relaciones óptimas para dar cumplimiento al egresado que demanda la sociedad actual.

### 3.9 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño fue **no experimental**, porque en él observamos y medimos variables para hallar relaciones, pero no las manipulamos (no las hicimos variar intencionalmente), pues tal variación corresponderá a experimentos e investigaciones, complementarias a la nuestra.

Nuestro proceder fue descubrir, delimitar, definir y correlacionar variables (*rasgos, características, necesidades* de los egresados y la sociedad) para analizar cómo influyen en la variable dependiente (perfil del especialista) y establecer conformaciones óptimas de variables para alcanzar los objetivos fijados, es decir, los perfiles de especialista adecuados.

### 3.10 UNIVERSO Y MUESTRA

El universo son los egresados y los futuros ingresos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León, los empleadores y profesionales de los medios de la Comunicación.

La muestra son los egresados y los futuros ingresos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León, los empleadores y profesionales de los medios de la Comunicación, todos ellos tomados del universo por su representatividad.

Se utilizó un muestreo de tipo no probabilístico por cuotas y por juicio, cubriendo los sujetos a investigación así:



De los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León se tomó una muestra representativa.

De los empleadores y de los profesionales de la comunicación se tomó una muestra representativa., buscando un equilibrio entre éstos.

Para la realización del proyecto se tomaron en cuenta criterios de inclusión y exclusión que nos permitieron definir las características idóneas del entrevistado.

#### **4. PROCESO DE INVESTIGACIÓN**

Nuestra investigación comenzó con una etapa esencialmente exploratoria, encaminada a hallar y definir características diversas, problemas, necesidades y demandas de los empleadores y los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de nuestra Universidad.

Teníamos que conocer las opiniones de los empleadores sobre la preparación y la capacidad de nuestros egresados para realizar exitosamente las tareas reales exigidas en los empleos actuales y aquellos que se proyectan prospectivamente; asimismo, teníamos que conocer las opiniones de los egresados sobre su propia preparación, sus insuficiencias y logros. También debíamos saber qué esperan de nuestra Facultad y de su futura esfera de trabajo los estudiantes próximos a ingresar

Por otro lado, teníamos que definir cuáles eran los problemas

fundamentales y cuáles otros que, aún con menor peso, también fuesen existentes. O sea, teníamos que conocer los problemas acuciantes y su relativa importancia.

Para explorar estos factores, procedimos a lo siguiente:

I. Realizamos ENTREVISTAS a:

1. Los empleadores
2. Profesionales (especialistas destacados) de los medios
3. Consultores
4. Egresados de nuestra Facultad que trabajan en los medios
5. Maestros, coordinadores de academias y jefes de áreas

II. Realizamos ENCUESTAS a:

1. Alumnos que presentaron su examen de ingreso en la Facultad de Ciencias de la Comunicación en junio de 1999
2. Egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (Estudio de SEGUIMIENTO proporcionado por la Secretaría de Planificación y Desarrollo Universitario)
3. Alumnos de preparatorias con el fin de conocer, sobre todo, el nivel de interés en el perfil de Profesional Asociado

III. Realizamos análisis DIAGNÓSTICOS de:

1. Índices de ingreso y egresos de la Facultad

2. Eficiencia terminal de los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

IV. Realizamos un TALLER con alumnos próximos a egresar, para conocer sus necesidades o carencias y sus adquisiciones académicas

V. Fue muy importante el diagnóstico realizado por el CIEES (Consejo Interinstitucional de Escuelas de Educación Superior)

VI. Realizamos un análisis de las reales condiciones infraestructurales para la implementación de las nuevas propuestas de perfiles

#### 4.1 RESULTADOS FUNDAMENTALES

Reseñamos a continuación los resultados fundamentales arrojados por nuestro trabajo investigativo, y sobre cuya base podremos luego plantear nuestras conclusiones y sugerencias.

##### 1.- Entrevistas a empleadores:

- Los egresados traen conocimientos generalizadores, pero necesitan habilidades más detalladas.
- Necesitan más dominio de las tecnologías de punta

- Necesitan más capacidad de liderazgo e iniciativas
- Se muestran con falta de motivación para la autosuperación
- Deben aumentar sus conocimientos políticos y socioculturales
- Deben desarrollar la facilidad de expresión, así como el dominio de otro idioma
- Tienen que ser capaces de empezar por niveles inferiores, para ir ascendiendo

2.- Entrevistas a profesionales y expertos (especialistas destacados) sobre las características que han de tener los egresados de la Facultad de Ciencias de la Comunicación:

- Capaz de resolver problemas de comunicación
- Veraz, ético, puntual y disciplinado. En general, cultura de excelencia
- Observador, analítico, reflexivo, crítico, creativo, innovador, agilidad mental
- Emprendedor, vanguardista, diligente, actitud positiva
- Organizado y buen aspecto personal

- Líder, saber manejar grupos
  
- Conocimiento del uso de las herramientas tecnológicas y de los programas computacionales básicos de su empresa y su profesión
  
- Flexible
  
- Saber parafrasear
  
- Buena dicción y manejo del lenguaje, la redacción y la ortografía
  
- Dominar el idioma inglés
  
- Tener destreza manual.
  
- Conocedor de la situación política y cultural del país. Tener cultura general y hábito de lectura

### 3. Entrevista (panel) con consultores

- Los egresados se muestran conformistas
  
- Deben desarrollar capacidad de liderazgo y de creatividad
  
- Deben desarrollar el manejo del idioma propio
  
- Necesitan una mayor formación y desarrollo de la personalidad acorde a las nuevas corrientes de calidad

- Tienen poco hábito de lectura

#### 4. Entrevistas con egresados de la Facultad

- Sobre todo, se sienten con carencias en el manejo de grupos, las tomas de decisiones y la comunicación interpersonal

- Necesitan aprender técnicas de mercadeo: cómo elaborar tarifas, cobros, etc.

- Necesitan desarrollar su creatividad.

- Consideran que se deben actualizar los planes de estudio y lograr mayor formación académica para los maestros

#### 5. Entrevistas con maestros, coordinadores de academias y jefes de área.

Les preocupa fundamentalmente la falta de actualización tanto del plan de estudios de licenciatura como de posgrados, en especial el desconocimiento de *la tecnología de punta*.

#### 6. Encuesta a alumnos que presentaron examen de ingreso en la Facultad

- La Facultad está recibiendo alumnos generalmente categorizados como "Buenos", no como "Muy buenos" ni "Excelentes".

- Un problema detectado en las pruebas de ingreso es que no

hablan de habilidades, se resumen en conocimientos generales

- Su principal motivación se centra en “estar en los medios”
- Prefieren las vertientes de la publicidad y otras similares, cuya imagen comercial y social es fuerte.

#### 7. Diagnóstico de *seguimiento a egresados*.

Se obtuvieron resultados significativos en los siguientes índices desglosados en el anexo:

- Ejercen su profesión
- Trabajan en *sociedades privadas*
- Son empleados
- Considera buena su *preparación en la carrera*
- Se considera con deficiencias profesionales
- Deficiencia ocasionada por la falta de competencia del maestro
- Buena calidad de los maestros

#### 8. Encuestas a alumnos de las *Preparatorias*

- De 7 preparatorias de la UANL y privadas, se encontró un número

significativo de alumnos que quieren estudiar la carrera de comunicación

- Encontrando que más de la mitad de los encuestados tienen conocimiento de lo que es un profesional asociado, por lo que consideran una buena opción este nivel.

9. Índice de ingresos y egresos de la Facultad

Pudimos detectar que un número considerable de alumnos suspende sus estudios a mitad de la carrera, quedando sin título y disminuyendo el rendimiento escolar.

10. Diagnóstico a nivel de eficiencia terminal de egresados

- Ha habido mucha deserción a mitad de carrera

- La formación falla mucho en relación con la dilación del fin de la carrera

11. Taller diagnóstico con alumnos de 8vo. Semestre:

- Necesidad de diseñar un plan de identidad e imagen de la institución, así como establecer una vinculación con el campo de trabajo (empleadores)

- Diseñar un plan de vinculación con los mismos egresados



- Necesidad de rediseñar el currículo de posgrado de la institución.

## 12.- Diagnóstico de los CIEES y PROMEP. Sugerencias:

- Una Reforma Académica integral constructora de una identidad propia y que defina con precisión el perfil del egresado y la identidad disciplinaria.
- Elaborar un proceso de autoevaluación que permita detectar los núcleos problemáticos del programa para proponer alternativas de solución.
- Establecer salidas alternas en la nueva curricula y ofrecer cursos de educación continua que incidan en la ampliación del campo profesional de los egresados.
- Realizar convenios de vinculación, colaboración, servicios e intercambios con instituciones públicas y privadas y sectores educativos y sociales.
- Contar con un sistema de tutoría individualizada que oriente a los alumnos en aspectos académicos.
- Desarrollar un proyecto de factibilidad y pertinencia de los nuevos programas de estudio
- Desarrollar una nueva metodología confiable para mejorar la calidad y la eficiencia de los programas educativos.

### 13. Análisis de las reales condiciones infraestructurales

Al realizar un análisis exhaustivo de la implementación del nuevo plan de estudios de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UANL se observó que los recursos con los que se cuenta en la actualidad tanto de espacios físicos (aulas), como las instalaciones y el equipo electrónico y computacional son adecuados; sin dejar a un lado que se requiere diseñar un programa de mejoramiento continuo para estar a la vanguardia.

Se cuenta con el personal docente capacitado en las diferentes áreas, quienes necesitan permanecer en una constante actualización mediante talleres, seminarios, etc.

Una vez realizado el análisis de los recursos humanos y materiales se determina que es factible realizar la implementación del nuevo plan de estudios.

Es importante observar que al llevar a cabo este plan se logra una mayor diversificación de la carrera profesional, incluyendo así un valor agregado para los alumnos, lo que a su vez les brinda la oportunidad de obtener un nivel técnico superior y poder trabajar al mismo tiempo que cursar su carrera.

## 5. CONCLUSIONES

Los resultados arrojados lo mismo paso a paso que de modo global por todo el proceso de nuestra investigación, nos permitieron llegar a las siguientes conclusiones :

1. Es primordial modificar el perfil del comunicólogo de modo que se halle acorde con las nuevas tendencias en la Educación superior y las necesidades solícitas de los empleadores, consultores, expertos, de los propios egresados y maestros, así como de la sociedad en general
2. Es necesario crear un perfil con un nuevo nivel dentro de la carrera de Ciencias de la Comunicación: un Profesional Asociado, el cual nos podría poner en ventaja respecto a otras instituciones que ofrecen la misma carrera sin contar con este nivel, lo cual nos da la ventaja de ofrecer un valor agregado al egresado de la UANL

Asimismo, este nivel nos ayuda a evitar altos índices de deserción a media carrera de la Licenciatura, ya que el estudiante tiene una salida alterna con nivel técnico superior, con posibilidades de trabajar, obtener experiencia y, con el tiempo, regresar a concluir su licenciatura.

3. Para cumplir con los dos aspectos anteriores, se impone establecer un perfil general del egresado de la Facultad de ciencias de la Comunicación, que vaya acorde a los nuevos lineamientos trazados en la **VISIÓN 2006** de la Universidad Autónoma de Nuevo León

4. Una vez establecidos dichos perfiles, se hace necesario establecer las líneas curriculares de cada nivel

5. Asimismo, para poder alcanzar los perfiles necesarios es preciso obtener una mejor selección de los alumnos de nuevo ingreso a nuestra Facultad, estudiantes que posean habilidades y destrezas idóneas y no sólo conocimientos generales.

## 6. SUGERENCIAS

Con referencia a las conclusiones expuestas, se ofrecen estas sugerencias:

1.- Establecer el siguiente **sistema de perfiles** de la carrera de Ciencias de la Comunicación:

### PERFIL GENERAL DEL EGRESADO

El egresado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación deberá poseer:

- Conocimientos necesarios para resolver los problemas de su competencia, teniendo como marco de referencia los modelos de Comunicación.
  
- Un sentido de responsabilidad social con su comunidad, a través del desempeño profesional, destacando los valores de honestidad y respeto en su entorno socio-ambiental, con un alto sentido humanista.

- Una visión global para desenvolverse como líder, emprendedor y agente de cambio encaminado a la cultura de calidad y excelencia.
- Habilidad del intercambio de signos interculturales que le permitirá desenvolverse en el ámbito internacional.
- Estar a la vanguardia en el manejo de las nuevas tecnologías, siendo capaz de analizar, diseñar, planificar y proponer alternativas para resolver necesidades comunicacionales eficientemente.
- Espíritu de servicio y compromiso.

### **PERFIL GENERAL DE PROFESIONAL ASOCIADO**

El egresado del Profesional Asociado deberá poseer una vocación de servicio donde se manifiesten sus habilidades para la solución de problemas en el campo de la comunicación, así como capacidad creativa aplicada en la elaboración de mensajes orales y escritos para su difusión en el entorno laboral avalada por los conocimientos teórico-prácticos de su especialidad.

### **PERFIL GENERAL DE LICENCIATURA**

El egresado de la Licenciatura en Comunicación deberá ser vinculador de las actividades académicas, la investigación de la comunicación y su entorno social, enfatizando en el curriculum los estudios teórico-prácticos de los procesos comunicativos, tanto en las actividades educativas como laborales.

La Facultad de Ciencias de la Comunicación de la U.A.N.L., con la implementación del rediseño de la currícula, espera obtener los siguientes resultados:

- Formar egresados capaces de competir en el mercado laboral-*nacional e internacional* - respondiendo a las necesidades que estos presentan.
  - Implementar la vinculación escuela - empresa con la finalidad de formar egresados enriquecidos con la experiencia de la práctica laboral.
  - Crear currículas flexibles que reduzcan al mínimo el inevitable índice de deserción estudiantil y satisfagan en mayor grado las expectativas de los estudiantes.
  - Proporcionarle al alumno la oportunidad de ingresar al mercado laboral como Profesional Asociado.
2. Instrumentar lo antes posible la aplicación de pruebas “College Board” a los alumnos que van a ingresar, para poder tener nociones sobre sus habilidades y otros aspectos no detectados en las pruebas anteriores
3. Continuar la investigación realizada, con una nueva etapa encaminada a definir planes y programas, con sus correspondientes objetivos y contenidos, para desarrollar óptimamente los niveles propuestos.

1020133317

## 7. BIBLIOGRAFÍA

### A) DOCUMENTOS DE OTRAS UNIVERSIDADES CONSULTADOS:

Documentos sobre la Educación Superior emitidos por organizaciones relevantes como la UNESCO, la SEP y la ANUIES, sin olvidarnos, por supuesto, la VISION 2006 de la UANL

Planes de estudios de otras universidades:

- Monterrey, México: ITESM, UDEM, UR, ICAM
- Tamaulipas, México: Universidad Autónoma de Tamaulipas.
- Puebla, México: Universidad Iberoamericana, Universidad de Las Américas.
- México, D.F., México: UNAM
- Guadalajara, México: ITESO
- Guatemala: Universidad de San Carlos
- Quito, Ecuador: Universidad Tecnológica Equinoccial
- Perú: Universidad de Lima, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Universidad San Ignacio de Loyola
- Paraguay: Universidad Americana

- Uruguay: Universidad ORT, Universidad de la República
- Costa Rica: Escuela de Ciencias de la Comunicación
- Argentina: Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires
- Nicaragua: Universidad Centroamericana
- Bolivia: Universidad Privada de Santa Cruz
- Cuba: Facultad de Comunicación Audiovisual del ISA, Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana
- USA: Universidad del Estado de La Florida, Universidad de IOWA
- España: Universidad de Santiago de Compostela, Universidad de Barcelona
- Inglaterra: Universidad de Oxford

Aebli, H. (1991) **Factores de la enseñanza que favorecen el aprendizaje**. Didáctica de los Procesos Cognitivos. Antología de Lecturas 1ª. Parte. Enero–Mayo de 1999.

Aiken L. R. (1996). **Test psicológicos y evaluación**. México - Nueva York: Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.

Bandura, A.(1977). Self-efficacy. Toward a unifying theory of behavioral change. **Psychological. Review.** 84,191-215



- Bandura A. (1983). Self-efficacy determinants of anticipated fears and calamities. **Journal of Personality and Social Psychology.**\_45, 464-469.
- Bandura, A. (1986). **Social Foundations of thought and action: A social cognitive theory.** Englewood Cliff, NJ: Prentice Hall.
- Bandura, A. (1989). **Human agency in social cognitive theory.** American Psychologist, 44, 1175-1184.
- Bandura, A. (1991). **Social cognitive theory of self-regulation.** Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50, 248-287.
- Bandura, A. (1997). **Self-Efficacy: The Exercise of control** N.Y.: W.H. Freeman and Company.
- Bandura, A., y Jourden, F. J. (1991). **Self-regulatory mechanisms governing the motivational effects of goal systems.** Journal of Personality and Social Psychology, 60, 941-951.
- Barling, J., y Abel, M. (1983). **Self-efficacy beliefs and tennis performance.** Cognitive Therapy and Research. 7, 265-272.
- Barreto, J y Aquiles Esté. (1991). **Para una epistemología de la comunicación,** Caracas : Universidad Central de Venezuela.
- Bednar, A.K., Cunningham, D., Duffy, T.M. & Perry, J.D. (1992) Theory in to practice: How do we link. En ITESM (1998) **Diseño Desarrollo e**

**Implantación de Proyectos de Tecnología Educativa. Antología  
1ª. Parte.** Monterrey, N.L.

Bednar, A.K., Cunningham, D., Duffy, T.M. & Perry, J.D. (1992) **Theory in to practice: How do we link.** Antología 1ª. Parte. Agosto/ Septiembre de 1998.

Betz, N.E. y Hackett, G (1981). The relationship of career related self-efficacy expectations to perceived career options in college women and men. **Journal of Counseling Psychology**, 28, 399-410.

Boeree, G. (1999). Albert Bandura, 1925-present. Biography [En red] Disponible en: <http://www.ship.edu/~cgboeree/bandura.htm>

Bores-Rangel, E., Church, A. T., Szendre, D., & Reeves, C. (1990). Self-efficacy in relation to occupational consideration and academic performance in high school equivalency students. **Journal of Counseling Psychology**, 37, 407-418.

Bouffard-Bouchard, T., Parent, S., & Larivee, S. (1991). Influence of self-efficacy on self-regulation and performance among junior and senior high-school aged students. **International Journal of Behavioral Development**, 14, 153-164.

Brown, S.D., Lent, R.D., y Larkin, K.C. (1989). Self-efficacy as a moderator of scholastic aptitude-academic performance relationships. **Journal of Vocational Behavior**, 35, 64-75.

Costa, A. (1991). **Developing Minds. A Resource Book for Teaching Thinking.** Alexandria, Virginia: ASCD.

Covey, S. R. (1989) **Los 7 hábitos de la gente eficaz** Páidos, México.

Davis, F.W. y Yates, B.T. (1982). Self-efficacy expectancies versus outcome expectancies as determinants of performance deficits and depressive affect. **Cognitive Therapy and Research.** 6, 23-35.

De Bono Edward (1987) en Margarita A. De Sánchez. **Desarrollo de Habilidades del Pensamiento.** México: Trillas.

Dieguez, J. L. (1980). **Didáctica general.** Bogotá, Colombia: Cincel.

Farmer, H. S., Wardrop, J. L., Anderson, M. Z., & Risinger, R. (1995). Women's career choices: Focus on science, math, and technology careers. **Journal of Counseling Psychology,** 42, 155-170.

Flamer, A. (1995). **Developmental analysis of control beliefs, in Self-efficacy in Changing Societies,** Edit. A. Bandura, Cambridge Univ. Press.

Flavell, J.H., (1976). The development of metacomunication. **Texto Presentado en el vigésimoprimer Congreso Internacional de Psicología,** París.

Flórez Ochoa, Rafael.(1994) **Hacia una pedagogía del conocimiento,** Bogotá : Mc Graw Hill

García, M.E., Schmitz, J.M., y Doerfler, L.A. (1990). A fine grained analysis of the role of self-efficacy in self initiated attempts to quit smoking. **Journal of Consulting and Clinical Psychology**. 58, 317-322.

Gimeno S. J. (1997). La evaluación en la enseñanza, en J. Gimeno Sacristán y Pérez Gómez. **Comprender y transformar la enseñanza**, Madrid, Ediciones Morata, 6ta. Edición.

Gist, M.E. (1987). Self-efficacy: Implications for organizational behavior and human resource management. **Academy of Management Review**, 12, 472-485

Goleman, D. (1995) **La Inteligencia Emocional**. México: Javier Vergara Editor

Hall, E. S: (1985) **Más allá de la cultura**. México :Gustavo Gili, S.A.

Harter, S. (1982). The perceived competence scale for children. **Child Development**, 53, 87-97.

Herman, J., Aschbacher, P. y Winters, L. (1992). **Guide to alternative assessment**.\_California, U.S.A.: ASCD

Hohn, R. L. (1995). **Classroom Learning for the Teaching of Thinking**. New York: Longman.

Hysong, S.J. y Quiñones, M.A. (1996). **The Relationship Between Self-Efficacy and Performance: A Meta-Analysis**. Paper presented at

the 12th Annual Conference of the Society for Industrial/Organizational Psychology, St. Louis, MO. May, 1996.

Ian H. A., Ashman F. Christinta y E van, Kraayemoord, (1998). The influence of gender, achievement and non-school factors upon pre-adolescent self-concept. **Educational Psychology**. 18, 461-470

Innerarity, Daniel (1989: "Habermas y el discurso filosófico de la modernidad". En **Daimon**, n.l. pp.217-224, Murcia: Universidad de Murcia.

Jackson, Ph. W. (1991)**Los afanes cotidianos**. En Philip. W. Jackson. La vida en las aulas. Colección Pedagógica, Edición Morata. Madrid, España.

Jager A.M. (1989) **Balancing Process and Content en Arthur Costa Developing Minds**. Programs For Teaching Thinking. Alexandria, Virginia: ASCD. 1991.

Jerusalem, M., y Mittag, W. (1995). Self-efficacy in stressful life transitions en A. Bandura, **Self-efficacy in changing societies**. New York: Cambridge University Press.

Kallick, B. (1991). **Evaluation: A Challenge to Our Critical Thinking**. En Costa, A. (Ed).**Developing Minds**. A Resource Book for Teaching Thinking. Alexandria, Virginia: ASCD.

Larson, L. M., Piersel, W. C., Imao, A. K., & Allen, S. J. (1990). Significant

predictors of problem-solving appraisal. **Journal of Counseling Psychology**, 37, 482-490

Lee, C. (1983). Self-efficacy and behavior as predictors of subsequent behavior in an assertiveness training programme. **Behavior Research and Therapy**, 21, 225-232.

Lee, C. (1984). Accuracy of efficacy and outcome expectations in predicting performance in a simulated assertiveness task. **Cognitive Therapy and Research**, 8, 37-48.

Lent R. W., Brown, S. D., y Larkin, K. C. (1986). Self-efficacy in the prediction of academic performance and perceived career options. **Journal of Counseling Psychol** 33, 265-269.

Lent, R.W. y Hackett, G. (1987). Career self-efficacy: Empirical status and future directions. **Journal of Vocational Behavior**, 30, 347-382.

Locke, E. A., & Latham, G. P. (1990). **A theory of goal setting and task performance**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Manning, M.M., y Wright T.L. (1983). Self-efficacy expectancies, outcome expectancies, and persistence of pain control in childbirth. **Journal of Vocational Behavior**. 45, 421-431.

Marlatt, A. A., Baer,, J.S., y Quigley, A.A. (1995). Self-efficacy and addictive behavior en A. Bandura, **Self-Efficacy in Changing Societies**\_(pag. 289-316) New York: Cambridge University Press.

Marzano, R.J. (1988). Question: Do standardized tests measure general cognitive skills? Answer: No. **Educational Leadership**: May.

Marzano, R.J., Pickering, D.J., y Brandt, R. S. (1990). Integrating instructional programs through dimensions of learning. **Educational Leadership**. Alexandria: Feb.

Marzano, R.J. (1991). Fostering thinking across the curriculum through knowledge restructuring, **Journal of Reading**: April.

Marzano, R.J. (1994). Lessons from the field about outcome based performance assessments. **Educational Leadership**: March.

Marzano, R., Pickering, D. y McTighe J (1994). **Assessing Students Outcomes: Performance assessment using the dimensions of learning model**. U.S.A., ASCD.

Maqueo, A.M. (1993). **Ortografía**. México. Limusa. Noriega Editores.

Maslow, A.H. (1968) citado en Woolfolk, A. (1990). **Psicología Educativa**. Tercera Edición. E.U.A: Prentice Hall.

Meece, J.L., Wigfield, A., y Eccles, J.S. (1990). Predictors of math anxiety and its influence on young adolescents' course enrollment and performance in mathematics. **Journal of Educational Psychology**, 82, 60-70.

Moe, K.O. y Zeiss, A. M. (1982). Measuring self-efficacy expectations for social skills: A methodology inquiry. **Cognitive Therapy Research**.

6, 191-205.

Nickerson, R. S., Perkins, David. N., Smith, E.E. (1987). Enseñar a pensar.

**Aspectos de la aptitud intelectual.** Barcelona: Paidós.

Nickerson, R. S., Perkins, David. N., Smith, E.E. (1987). **Enseñar a**

**pensar.** Aspectos de la aptitud intelectual: Barcelona: Paidós.

O'Leary, A. (1985). Self-efficacy and health. **Behavior Research**

**Therapy.** 23, 437

Orlich, D.C., Harder, R. J., Callahan, R.C., Kauchack, D.P., Pendergrass,

R.A., Keogh, A.J.Gibson, H. (1995) **Técnicas de enseñanza.**

**Modernización en el aprendizaje.** Didáctica de los Procesos

Cognitivos. *Antología de Lecturas* 1ª. Parte. Enero - Mayo de 1999.

Pajares, F. (1996). Self-efficacy beliefs in academic settings **Review of**

**Educational Research,** 66(4), 543-578.

Pajares, F. (1996a). Current Directions in Self-efficacy. **Paper presented**

**at the annual meeting of the American Educational Research**

**Association,** New, York, April 1996.

Pajares, F. (1996b). Assessing self-efficacy beliefs and academic

outcomes: The case for specificity and correspondence. **Paper**

**presented at a symposium chaired by B.J. Zimmerman,**

**Measuring and mismeasuring self-efficacy: Dimensions,**

**problems, and misconceptions.** Annual meeting of the American



Educational Research Association, New York, 1996.

Pajares, F. (1999). Self-efficacy beliefs and Current Directions in Self-efficacy Research. Emory University. <http://www.emory.edu/EDUCATION/mfp/efftalk.htm>

Pajares F. (1999a). Overview of Self-efficacy. <http://www.service.emory.edu/EDUCATION/mfp/eff.htm>  
Pajares F. y Johnson, M. J. (1994). Confidence and competence in writing: the role of writing in self-efficacy, outcome, expectancy and apprehension. *Research in the Teaching of English.*, 28, 313-331.

Pajares, F., Miller, M.D., y Johnson, M.J., (1999). Gender differences in writing self-beliefs of elementary school students. *Journal of Educational Psychology.* 91, 50-61.

Pajares, F. y Schunk, D. (1999). Self-efficacy, self-concept and academic achievement. Chapter to be included in J. Aronson y D. Cordova (Eds), *Psychology education: Personal and interpersonal forces*. New York: Academic Press.

Pajares, F. y Valiante (1997). Influence of self-efficacy on elementary students writing. *The Journal of Educational Research; Bloomington* , 90, 353.

Pajares, F., Valiante, G. y Hartley, J. (1999). **Response format in writing self-efficacy. Assessment: Greater discrimination increases prediction.** *Comunicación directa y personal* , agosto, 1999.

Perkins, D. (1995). **La escuela inteligente**. Del adiestramiento de la memoria a la educación de la mente. Didáctica de los Procesos Cognitivos Antología de Lecturas 1ª. Parte. Enero - Mayo de 1999.

Peters, Tom (1998). **El círculo de la innovación**. Buenos Aires : Atlántida

Quiróz, María Teresa (1997): “**La cultura audiovisual y las nuevas competencias comunicativas**” (ponencia)” Encuentro Universo Audiovisual Latinoamericano”. La Habana.

Schunk, D. H., y Cox, P. D. (1986). Strategy training and attributional feedback with learning disabled students. **Journal of Educational Psychology**, 78, 201-209.

Shell, D.F., Muphy, C.C., y Bruning, R.H. (1989). Self-efficacy and outcome expectancy mechanisms in reading and writing achievement. **Journal of Educational Psychology**, 81, 91-100.

Shell, D.F., Colvin, C., y Bruning, R.H. (1995). Self-efficacy, attributions, and outcome expectancy mechanisms in reading and writing achievement: Grade-level and achievement-level differences. **Journal of Educational Psychology**, 74, 3-17. **Shell, D.F., Murphy, C.C., y Bruning, R.H. (1989). Self-efficacy and outcome expectancy mechanisms in reading and writing achievement. Journal of Educational Psychology, 81. 91-100.**

Shimkfield, A. (1989). **Evaluación sistemática: Guía y práctica**. Temas de Educación. Madrid: Paidós.

Sternberg (1986) en Joan Boykoff Baron, Robert J. Sternberg. **Teaching Thinking Skills**. Theory and Practice, Freeman and Company, Nueva York.

Thurstone, L. L.(1974). **The measurement of values**. Midway reprint. Chicago: The University of Chicago Press.

Torgerson, W. S.(1958). **Theory and methods of scaling**. New York: Willey. Tripp M. A.(1999). en Perspectives on the Development and Influence of Self-Efficacy Beliefs. <http://www.umm.maine.edu/BEX/students/MarkTrip/mt310.htm>

Valenzuela, R. (1996). [Evaluaciones del Aprendizaje.] Datos en bruto no publicados. Weiner (1980 ) citado en R.L. Hohn, (1995). **Classroom Learning for the Teaching of Thinking**. New York: Longman.

Woolfolk, A. (1990). **Psicología Educativa**. Tercera Edición. E.U.A: Prentice Hall.

Zimmerman, B.J. (1995). Self-efficacy and educational development, en **Self-efficacy in Changing Societies** (A. Bandura, Ed). Cambridge Univ. Press

## 8. ANEXOS



Universidad Autónoma de Nuevo León  
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Sexo \_\_\_\_\_ Edad \_\_\_\_\_ Preparatoria \_\_\_\_\_

1.- Piensas estudiar una carrera universitaria

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

2.- ¿Ya sabes cual?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

3.- Si contestaste afirmativamente, indica cual te interesa y en qué institución quieres estudiarla:

Carrera \_\_\_\_\_

Institución \_\_\_\_\_

4.- ¿Qué piensas hacer cuando termines tus estudios universitarios?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5.- ¿Qué quieres ser cuando termines tus estudios profesionales?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

6.- ¿Has pensado en la posibilidad de estudiar la carrera de Comunicación?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

7.- ¿Sabes lo que es un profesional asociado egresado de la universidad?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

8.- Si la Universidad Autónoma de Nuevo León te ofreciera la posibilidad de obtener un título universitario de profesional asociado en comunicación en 3 años, con el que puedes trabajar como reportero, especialista en iluminación y sonido, analista de mercados, etc., y la posibilidad de continuar 2 años más (inmediatamente o después de trabajar algún tiempo) para obtener la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, ¿Considerarías seriamente la posibilidad de inscribirte en esta opción profesional?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ tal vez \_\_\_\_\_



Universidad Autónoma de Nuevo León  
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Anota en el espacio la respuesta correspondiente.

Edad:  Sexo: Masculino  Femenino

Marca con una X en el espacio que corresponda:

• Escuela de donde procedes:

Preparatoria de la UANL	<input type="checkbox"/>	Preparatoria diferente a la UANL pero en Nuevo León	<input type="checkbox"/>
Facultad de la UANL	<input type="checkbox"/>	Preparatoria de otro Estado de la República Mexicana	<input type="checkbox"/>

• Señala el elemento principal por el cual decidiste estudiar la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. (Solo marca una opción).

Interés personal	<input type="checkbox"/>	Interés por participar en los Medios Masivos	<input type="checkbox"/>
Interés por desarrollar conocimientos en el área	<input type="checkbox"/>	Por tradición familiar (padres, hermanos, primos, etc.)	<input type="checkbox"/>
Por ser una carrera bien remunerada.	<input type="checkbox"/>	Porque no tiene matemáticas en el plan de estudios	<input type="checkbox"/>
Porque sólo dura 4 años	<input type="checkbox"/>	Por ser económicas sus colegiaturas	<input type="checkbox"/>
Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique: _____	

• Dentro del área de las Ciencias de la Comunicación, Cual sería el lugar ideal para desempeñarte profesionalmente. (Solo marca una opción).

Prensa	<input type="checkbox"/>	Radio	<input type="checkbox"/>
Televisión	<input type="checkbox"/>	Agencia Publicitaria	<input type="checkbox"/>
Empresa privada	<input type="checkbox"/>	Gobierno	<input type="checkbox"/>
Empresa propia	<input type="checkbox"/>	Agencia de Noticias	<input type="checkbox"/>
Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique: _____	

- Marca una X el equipo que sepas manejar.

Cámara de video	<input type="checkbox"/>	Cámara fotográfica	<input type="checkbox"/>
Computadora	<input type="checkbox"/>	Escáner	<input type="checkbox"/>
Internet	<input type="checkbox"/>	Multimedia	<input type="checkbox"/>
Paquetes de diseño	<input type="checkbox"/>	Equipo de audio	<input type="checkbox"/>
Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique:	_____

- Marca una X en las habilidades con que cuentas para desarrollarte en el área de la Comunicación.

Facilidad de palabra	<input type="checkbox"/>	Buena redacción	<input type="checkbox"/>
Liderazgo	<input type="checkbox"/>	Capacidad de análisis	<input type="checkbox"/>
Creatividad	<input type="checkbox"/>	Toma de decisiones	<input type="checkbox"/>
Habilidad grafica	<input type="checkbox"/>	Poder de convencimiento	<input type="checkbox"/>
Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique:	_____

- Numera en orden tu preferencia por las áreas de especialidad que ofrece la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

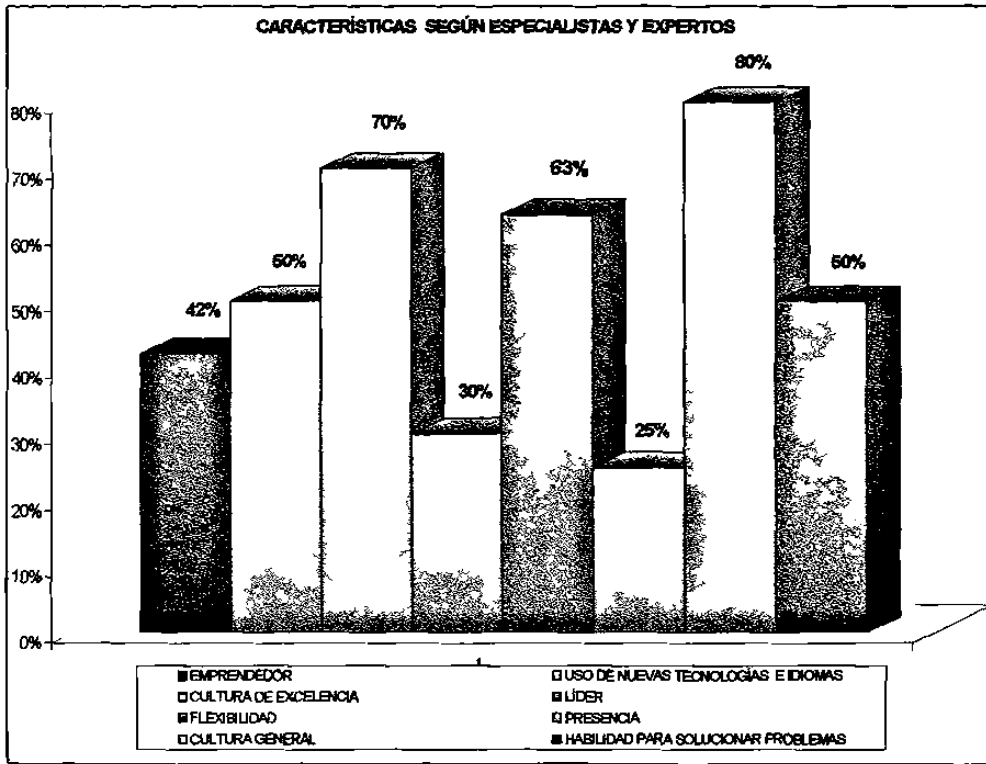
Periodismo	<input type="checkbox"/>
Publicidad	<input type="checkbox"/>
Comunicación y Desarrollo Organizacional	<input type="checkbox"/>

- ¿Cual es tu nivel de Ingles?

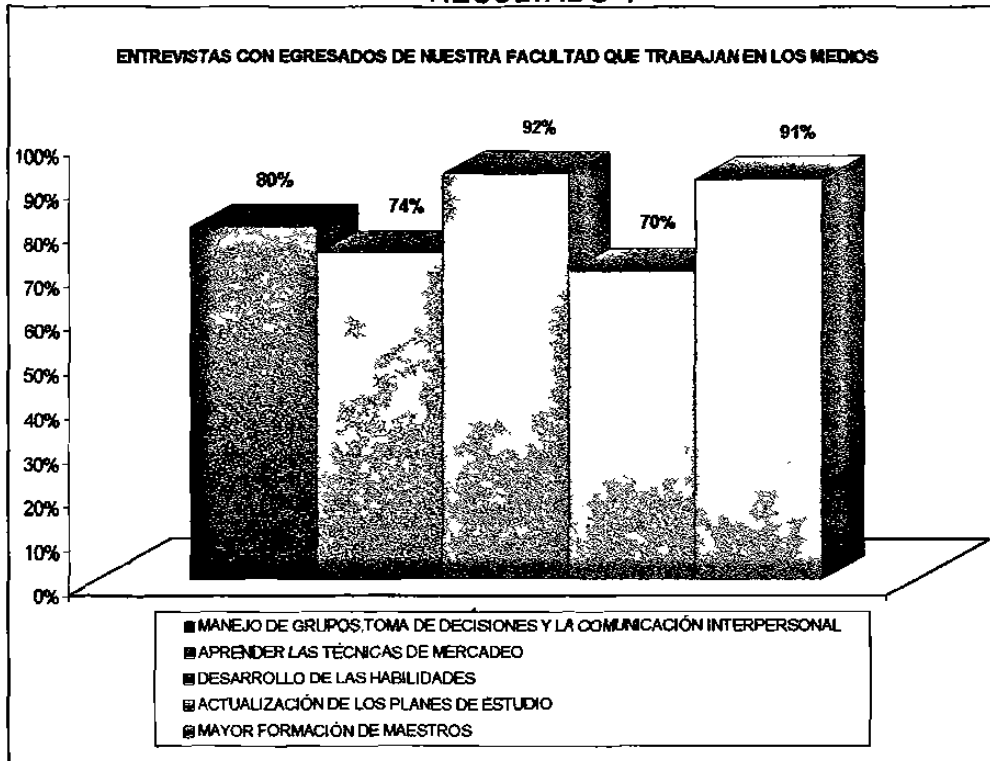
Ninguno	<input type="checkbox"/>
Principiante	<input type="checkbox"/>
Intermedio	<input type="checkbox"/>
Avanzado	<input type="checkbox"/>

## 9. GRÁFICAS DE RESULTADOS FUNDAMENTALES

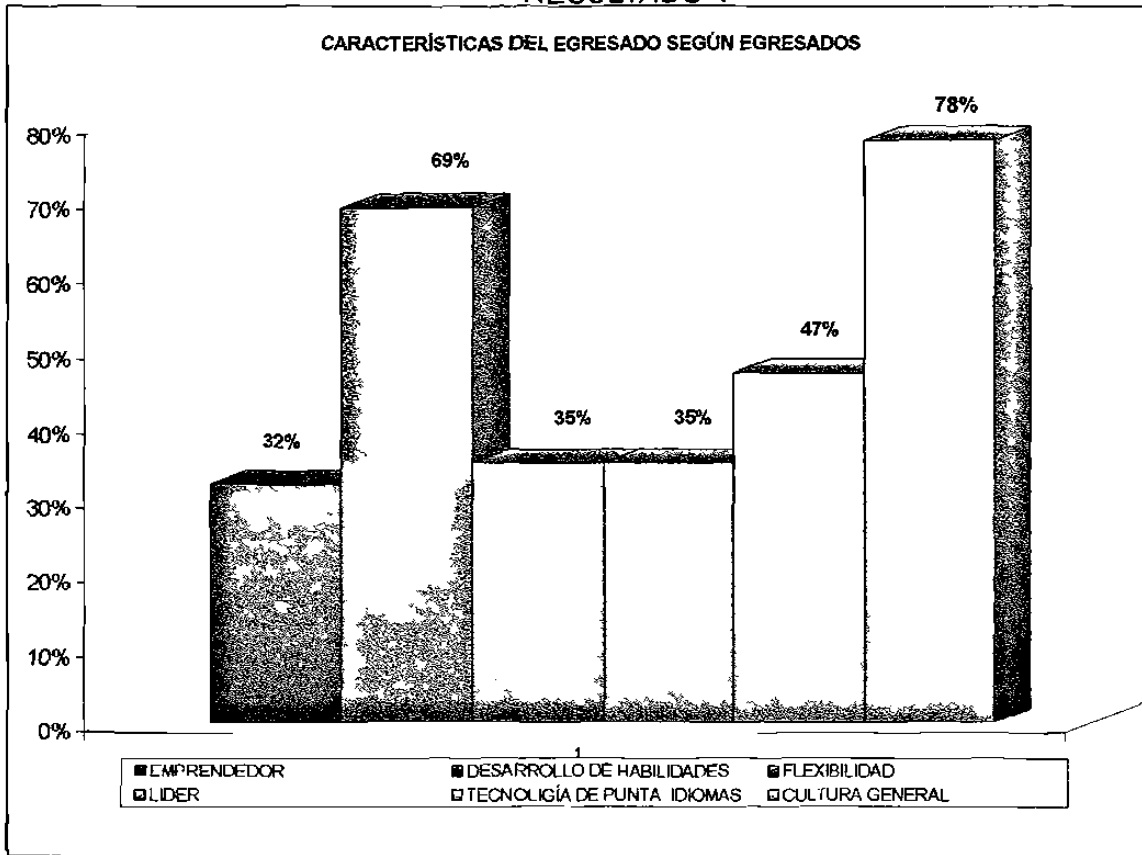
### RESULTADO 2



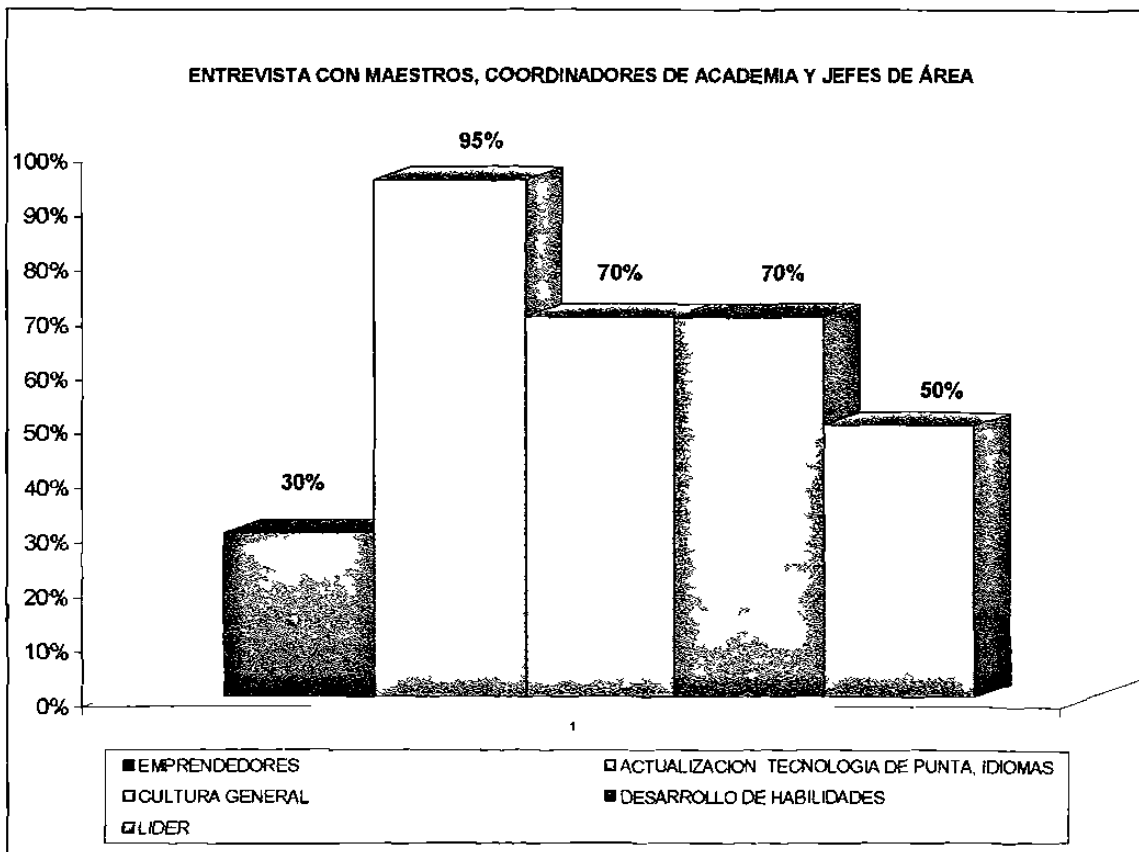
### RESULTADO 4



### RESULTADO 4

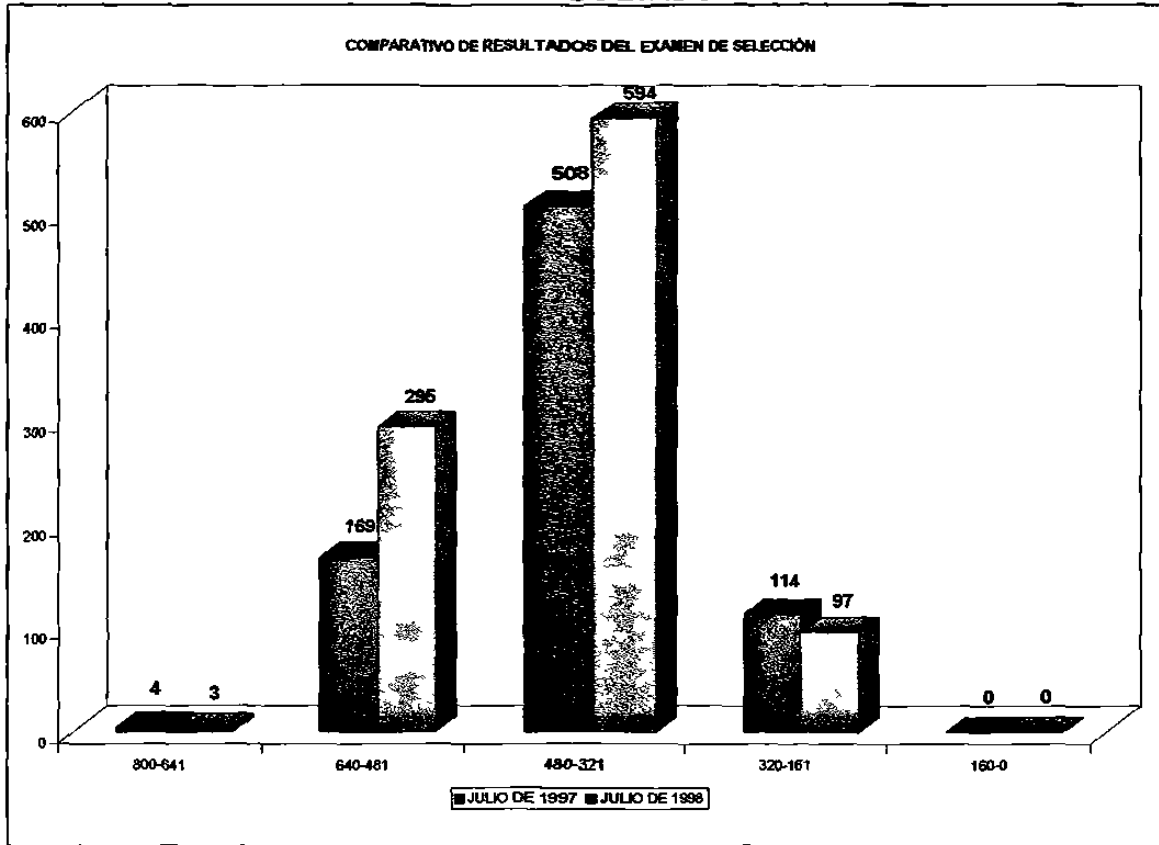


### RESULTADO 5

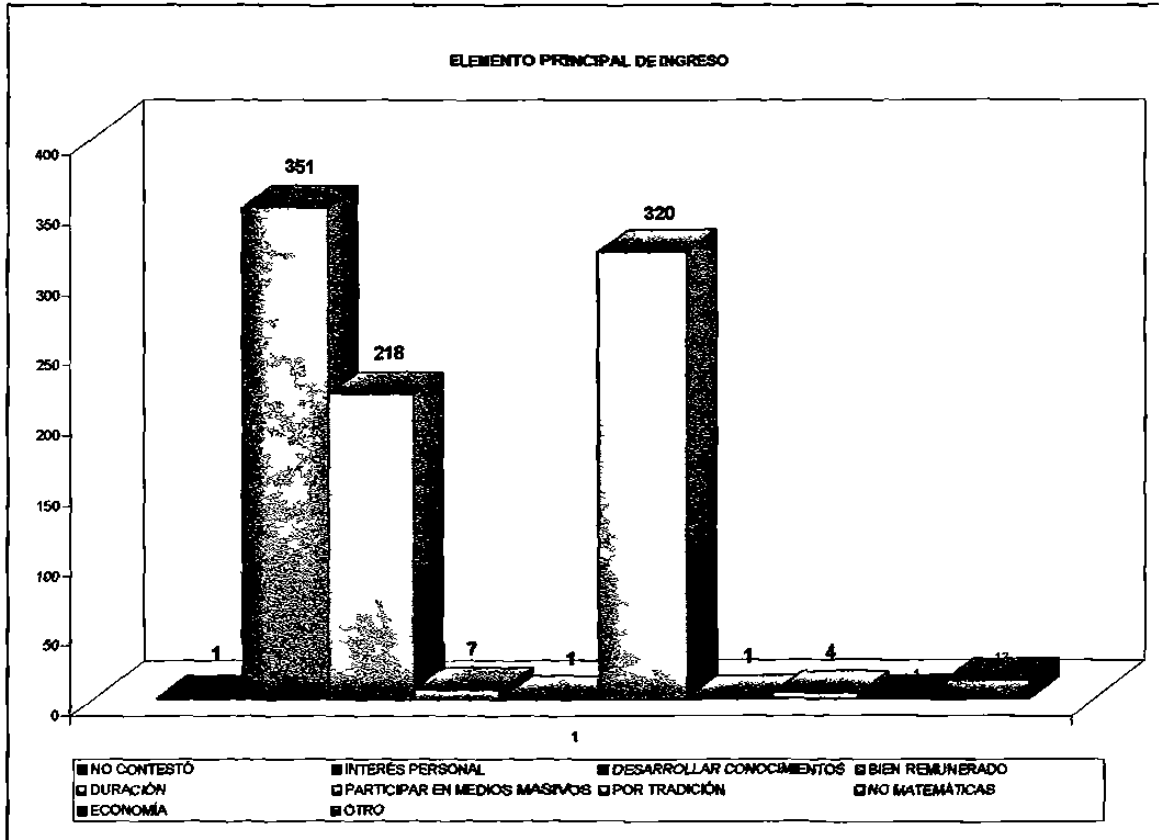




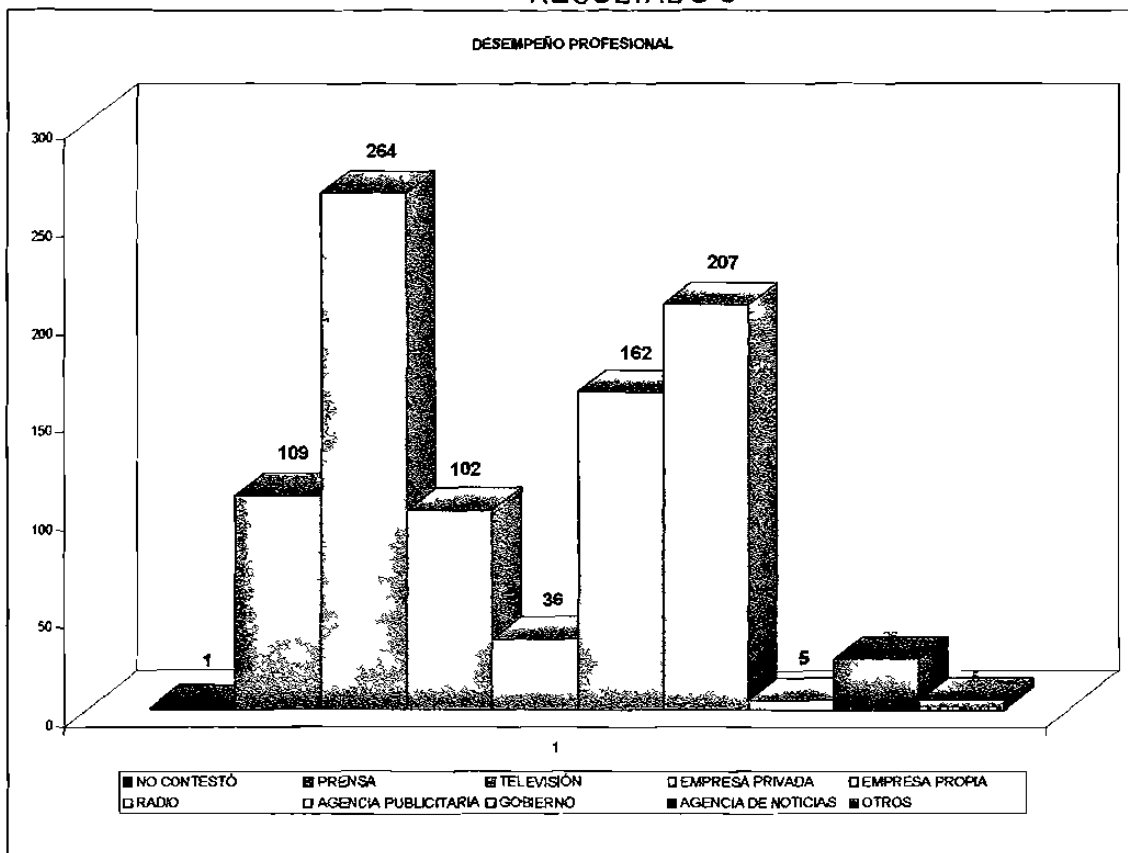
## RESULTADO 6



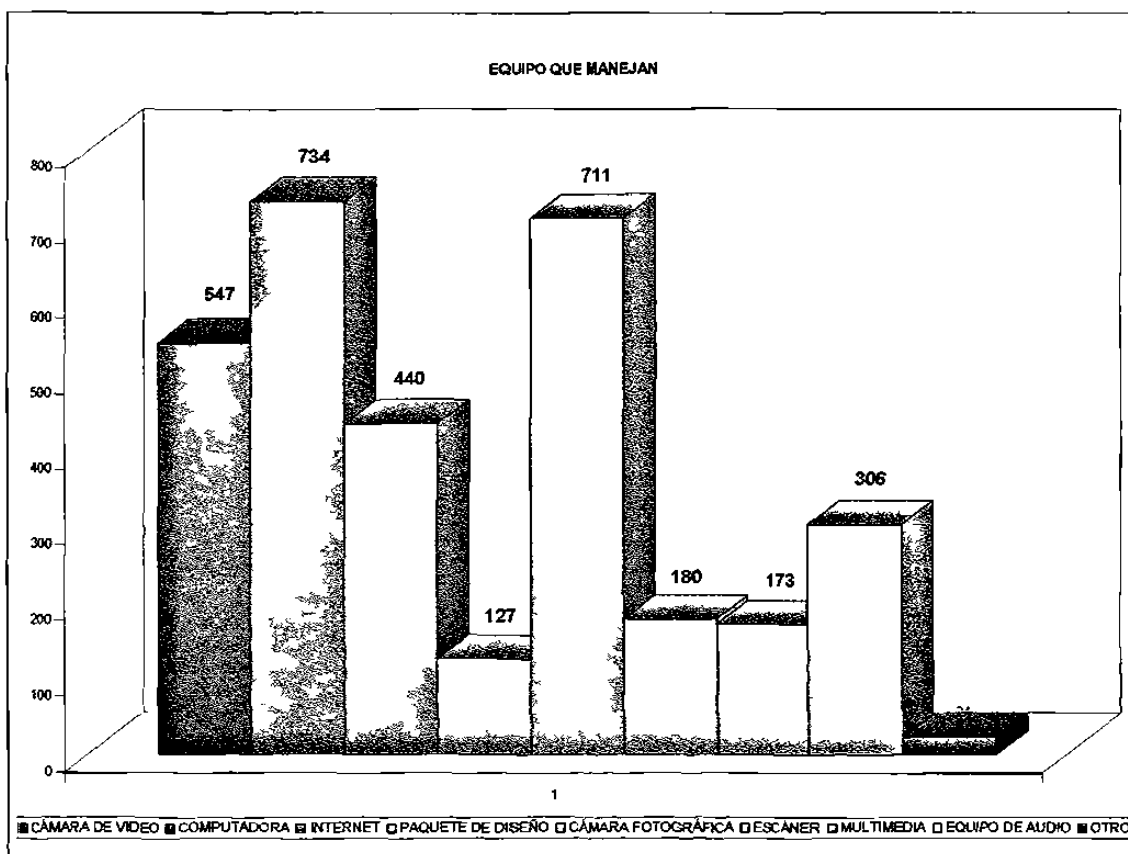
## RESULTADO 6



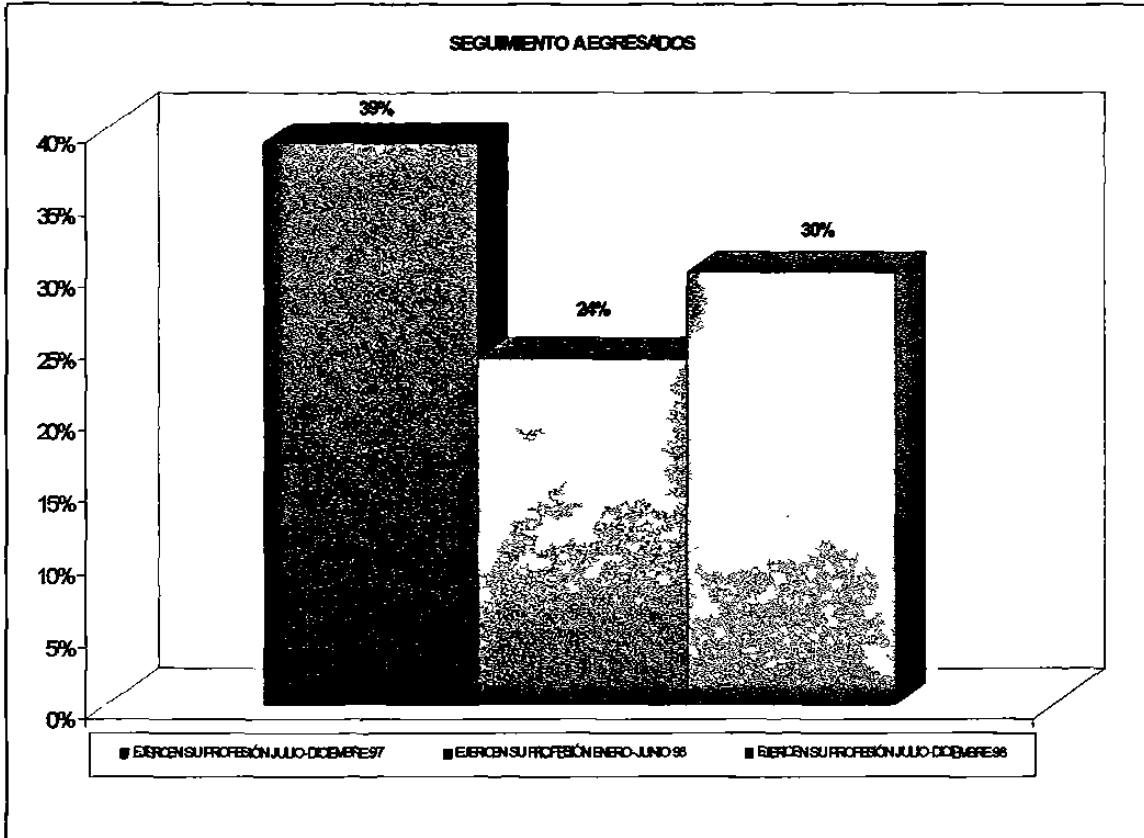
## RESULTADO 6



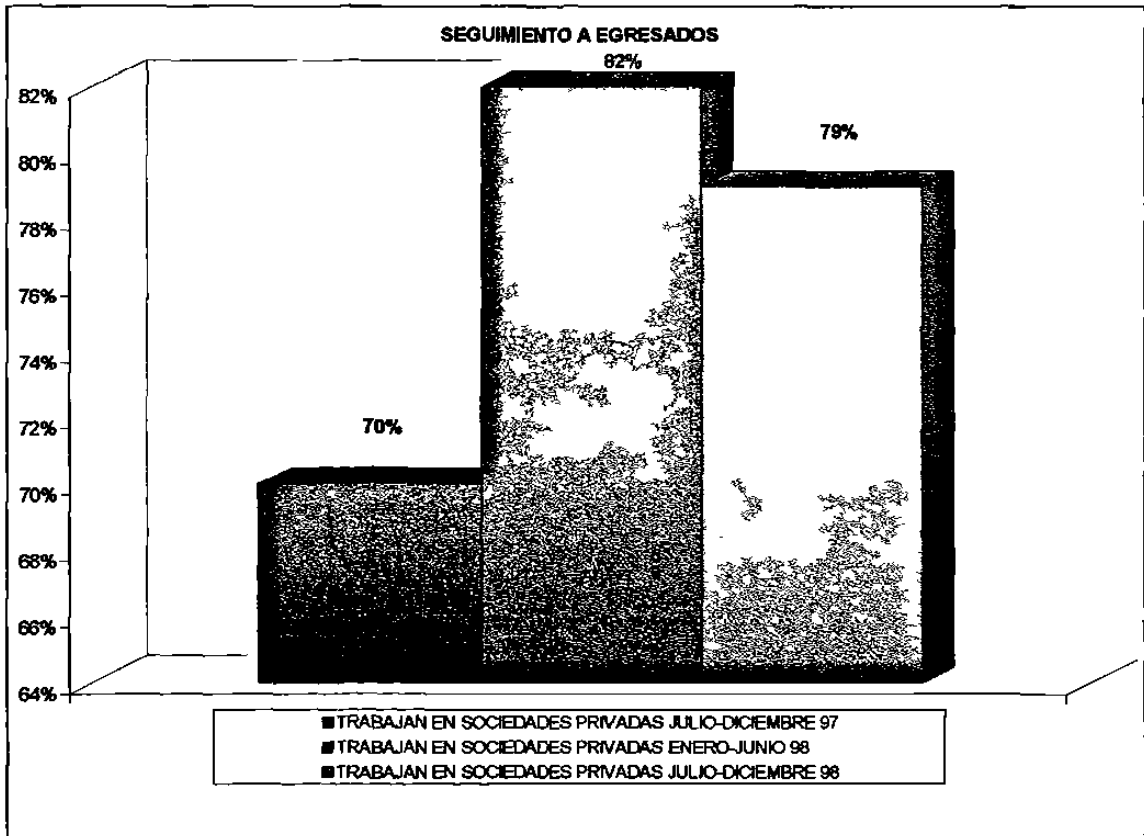
## RESULTADO 6



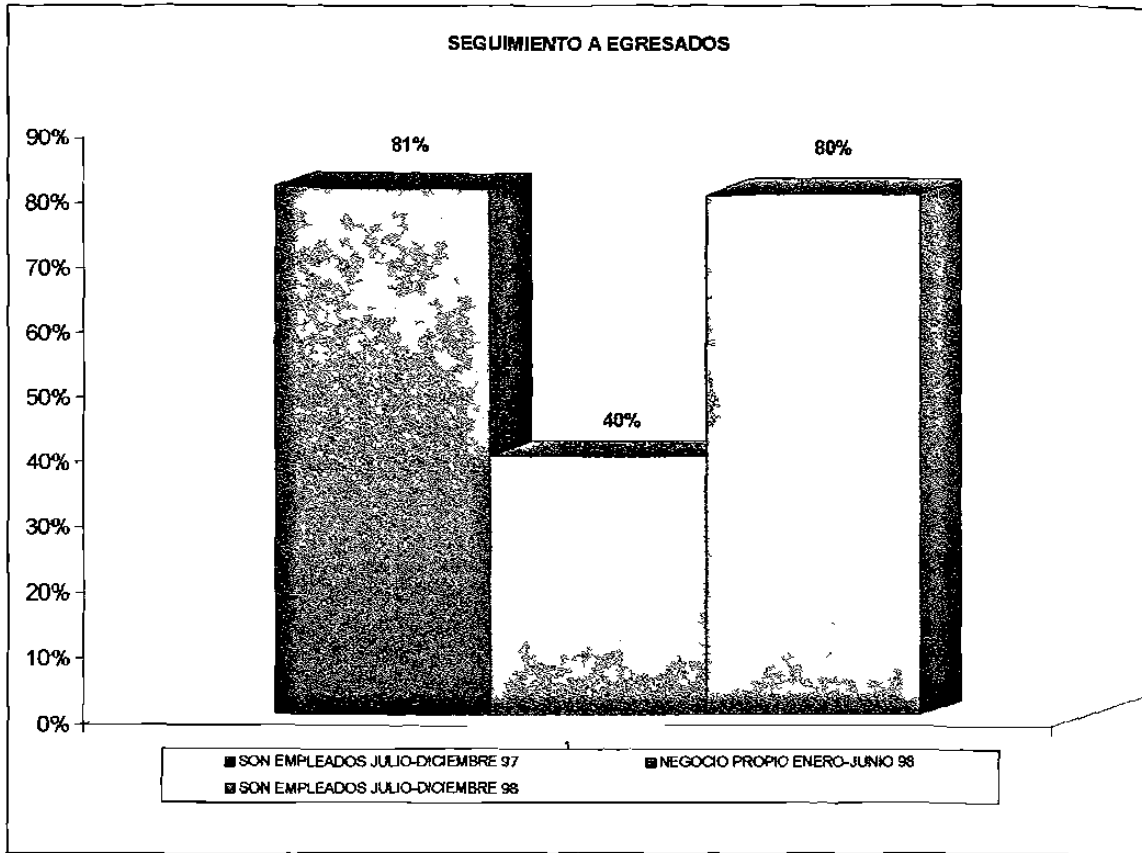
## RESULTADO 7



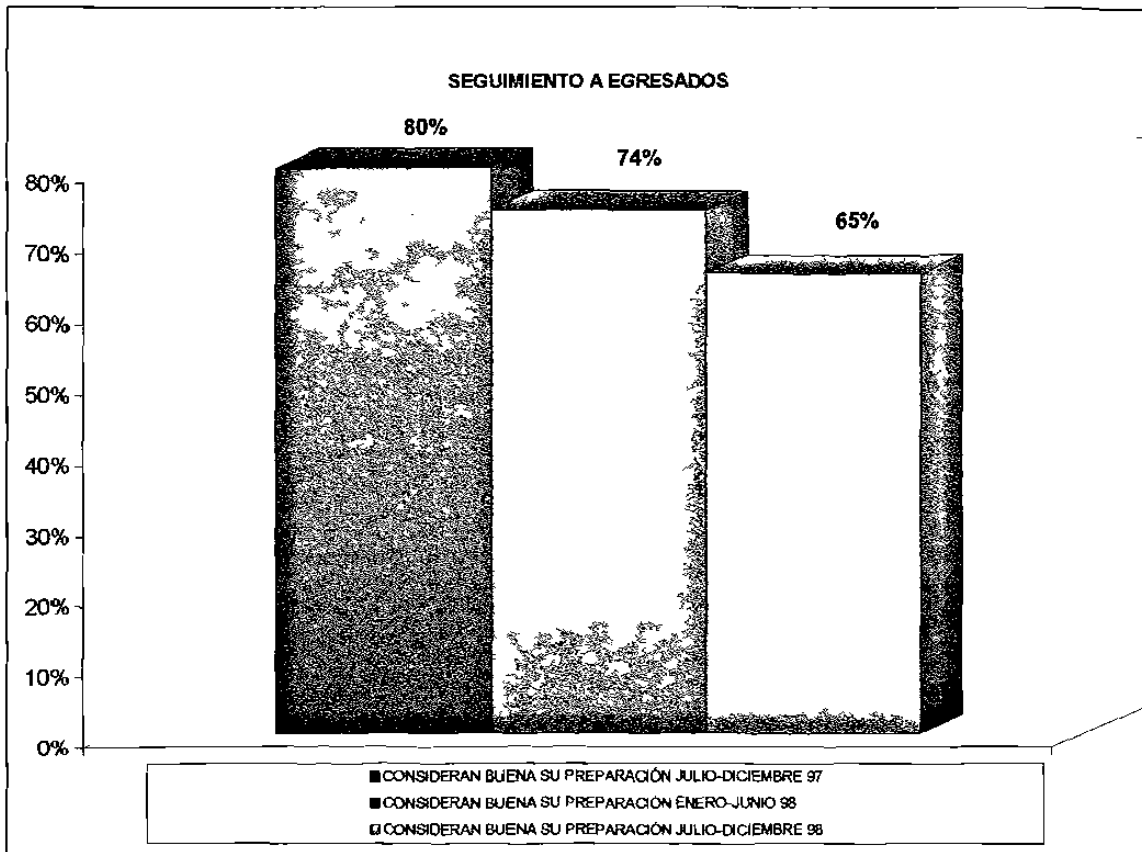
## RESULTADO 7



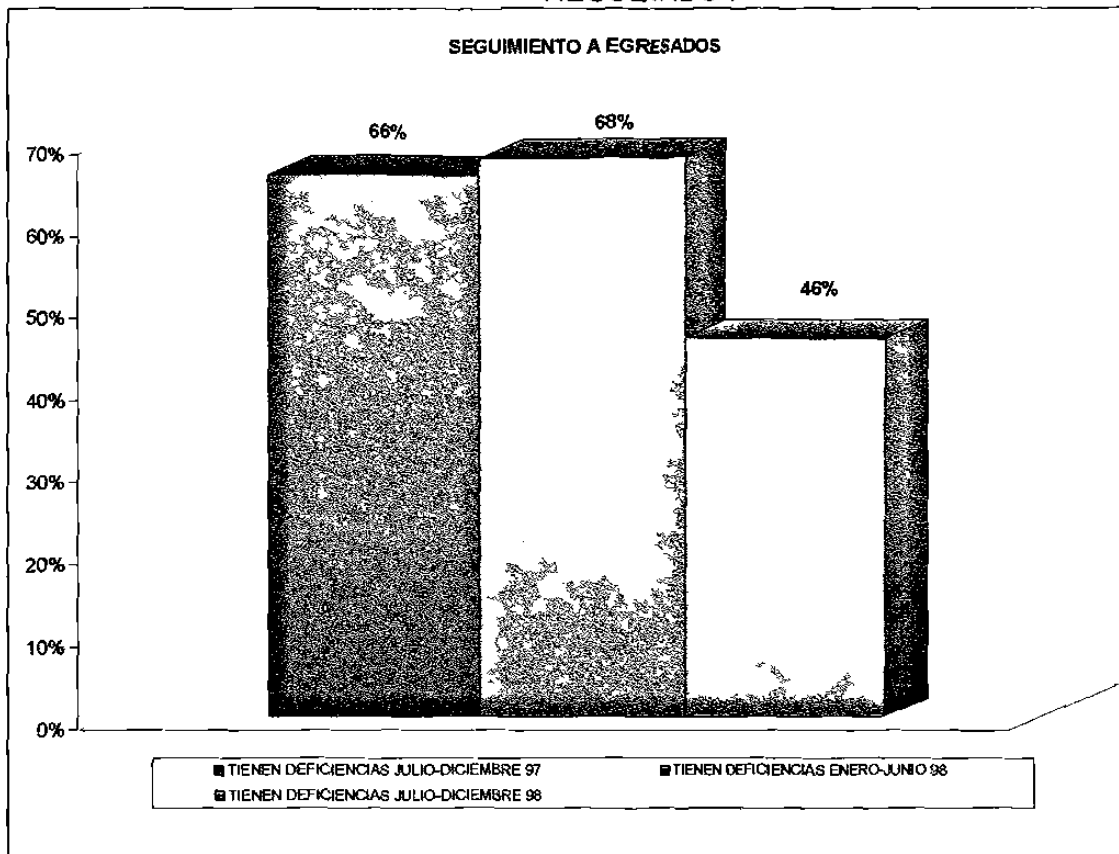
## RESULTADO 7



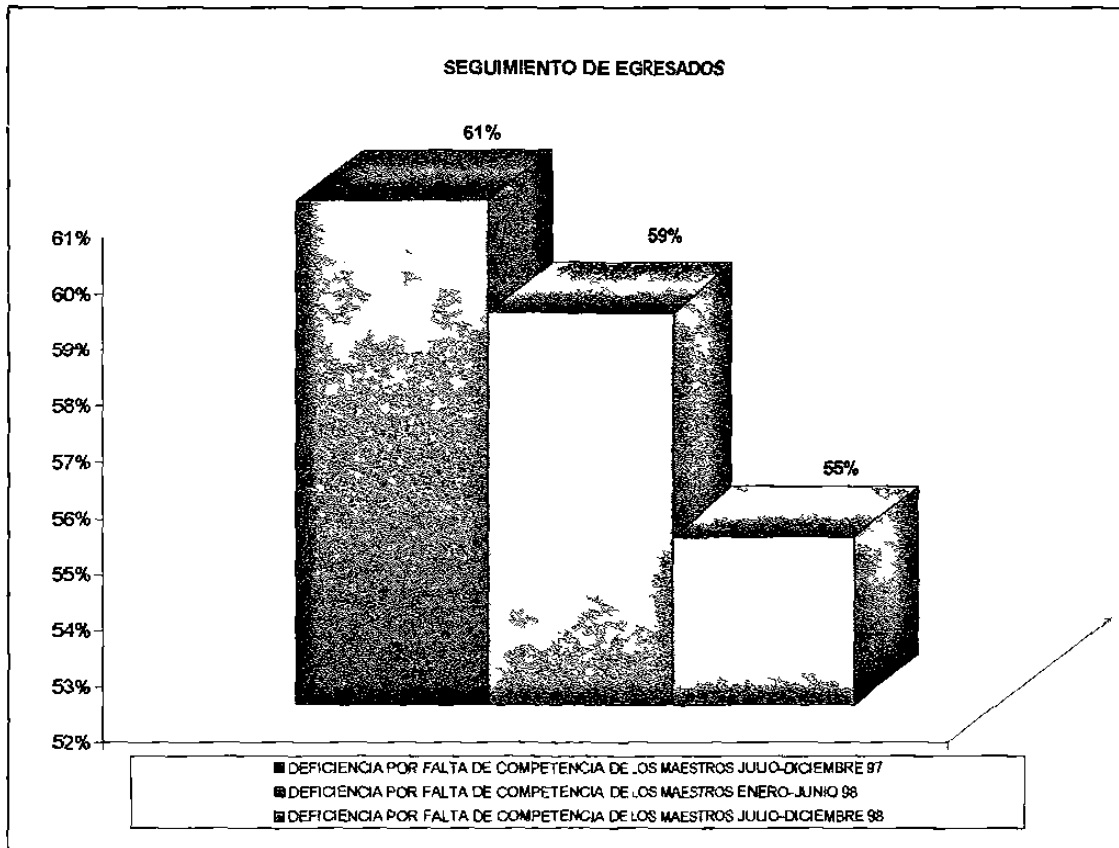
## RESULTADO 7



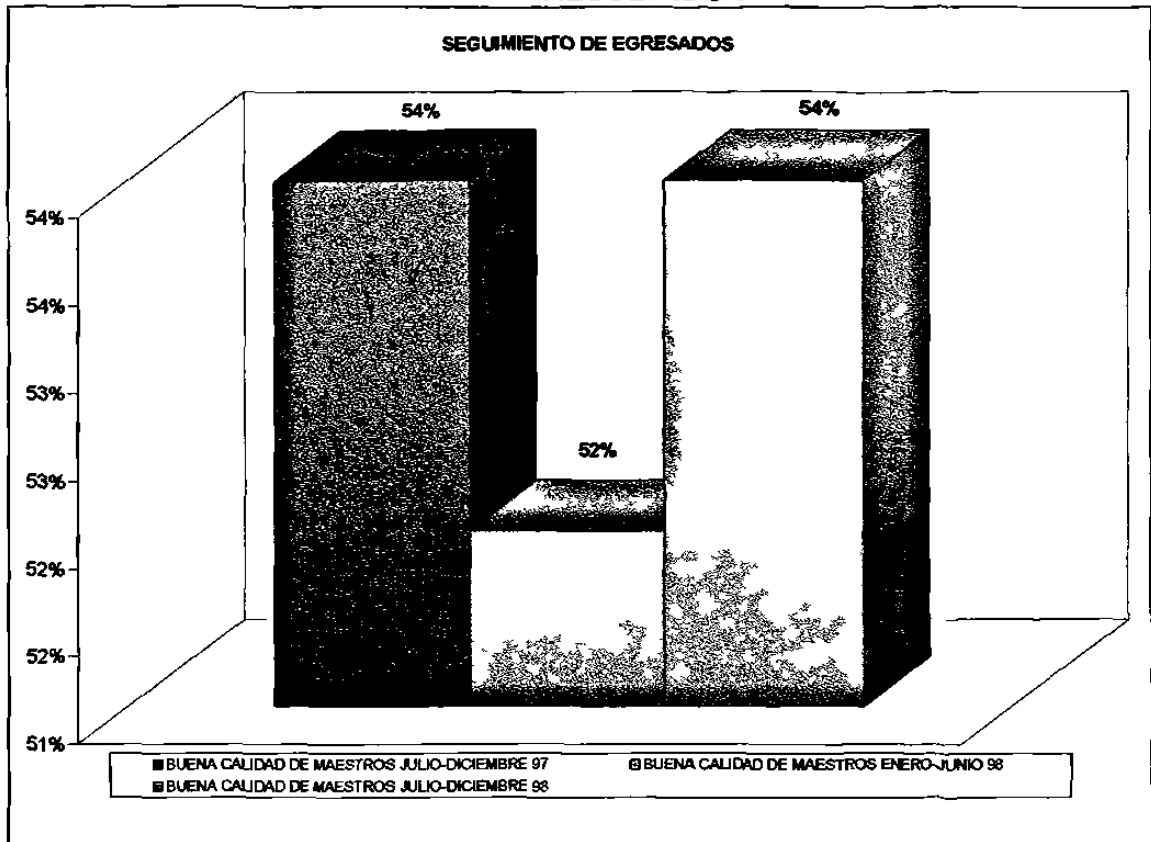
## RESULTADO 7



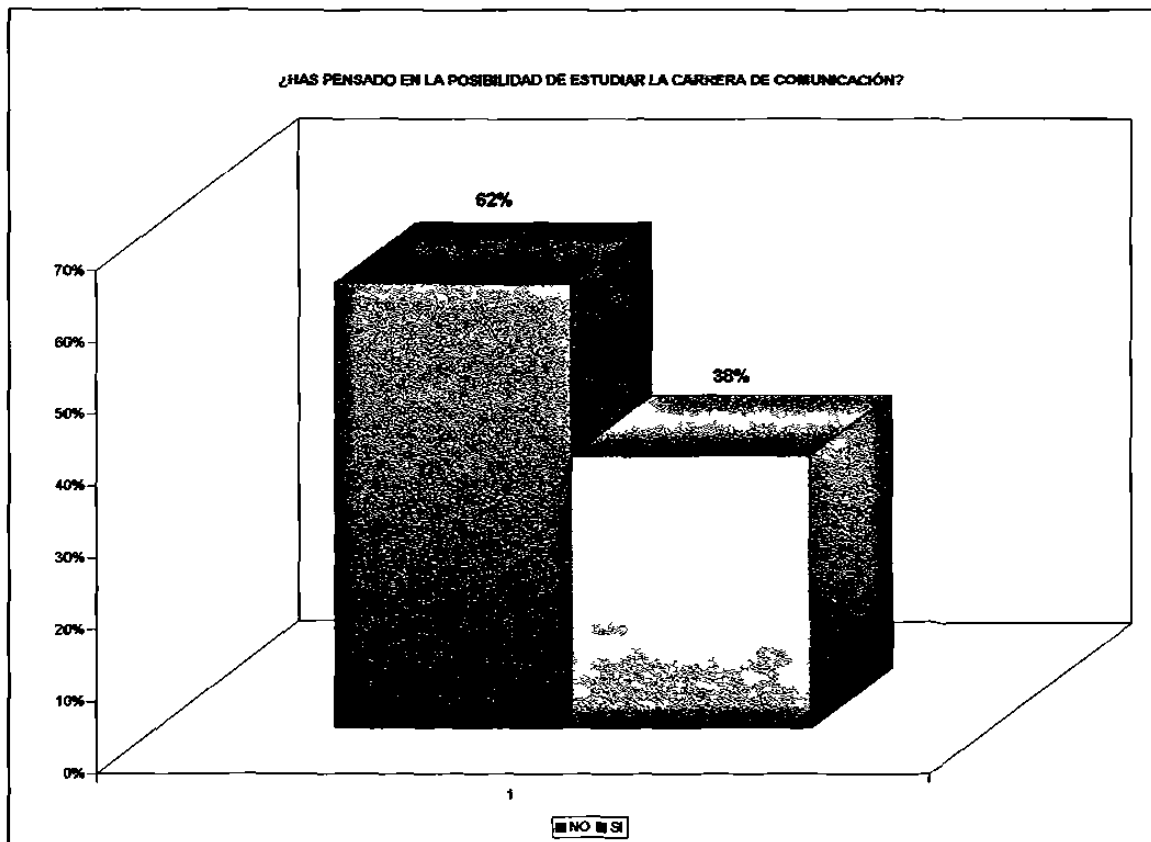
## RESULTADO 7



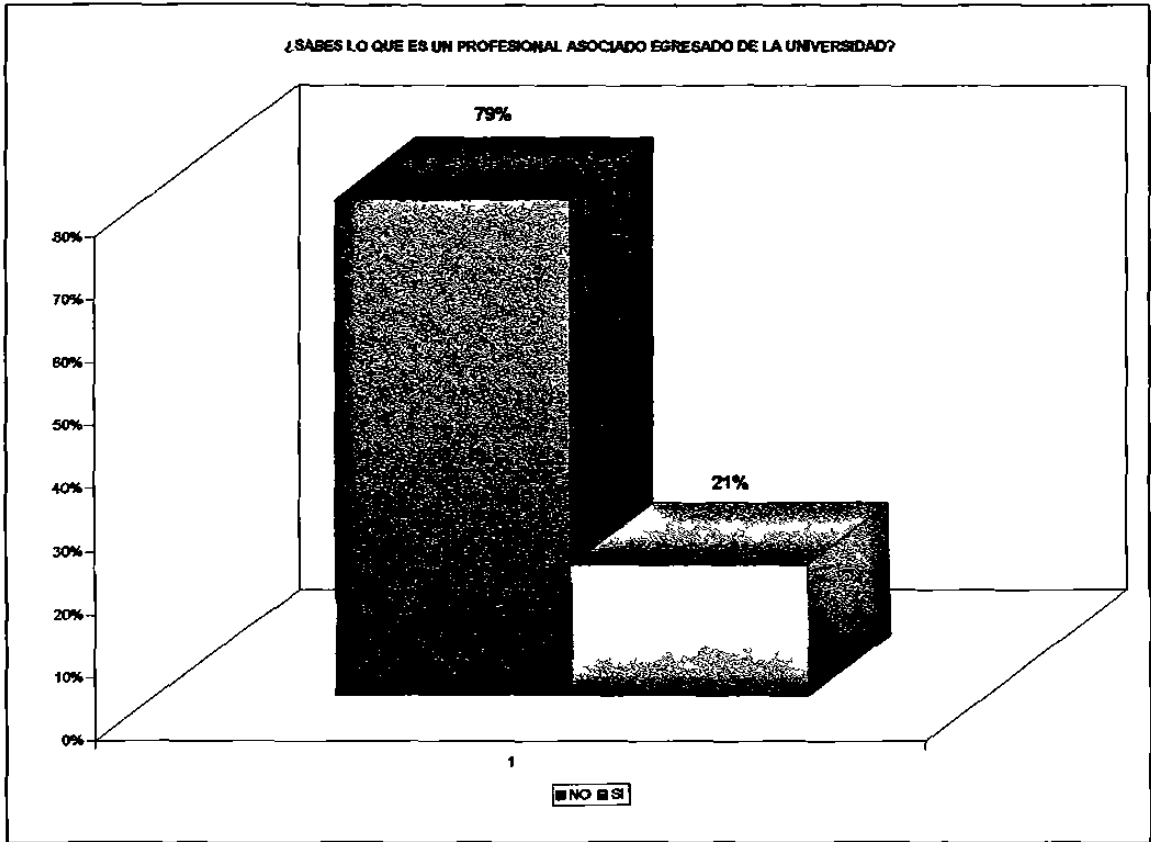
## RESULTADO 7



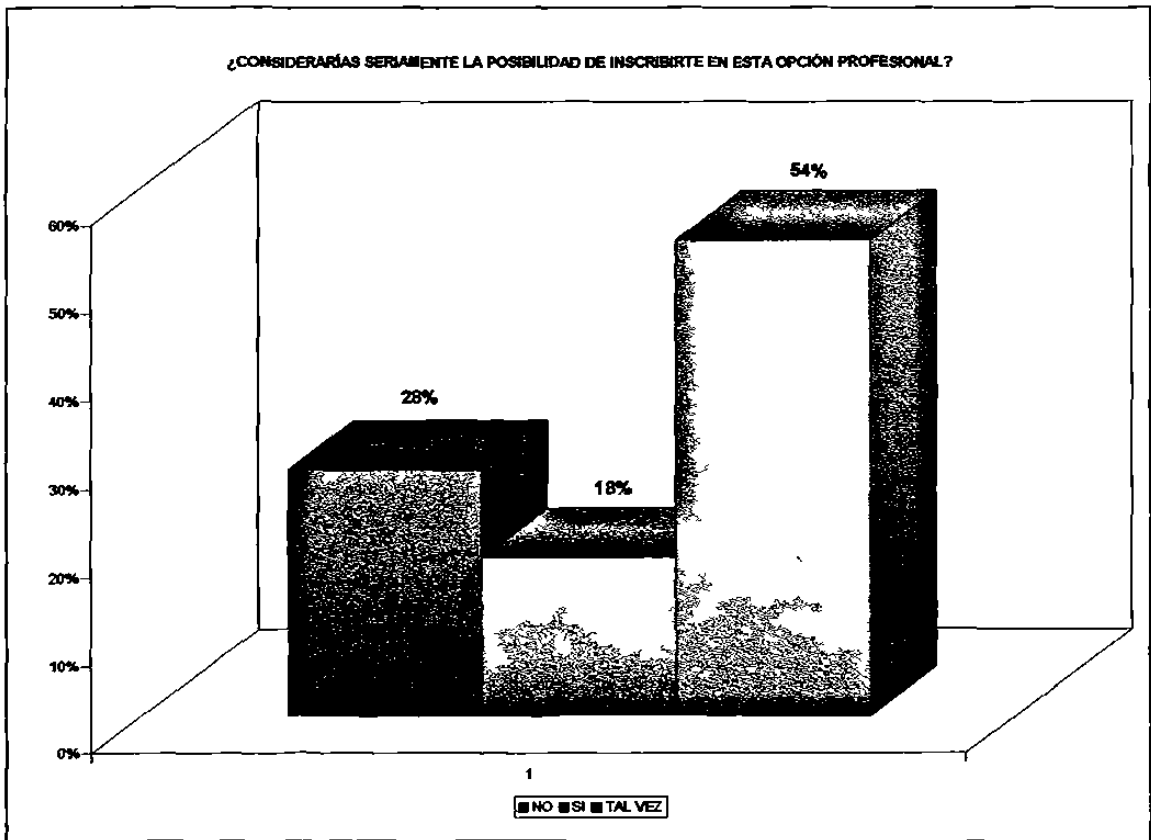
## RESULTADO 7



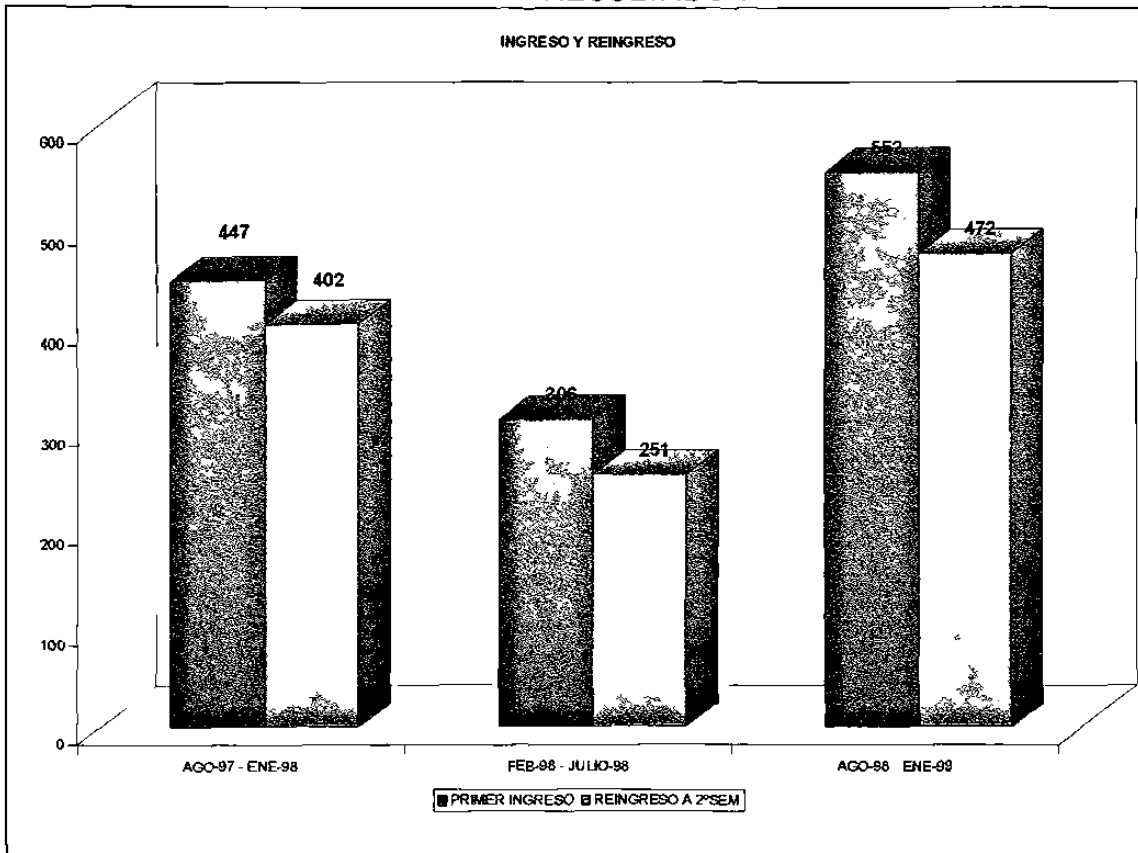
### RESULTADO 8



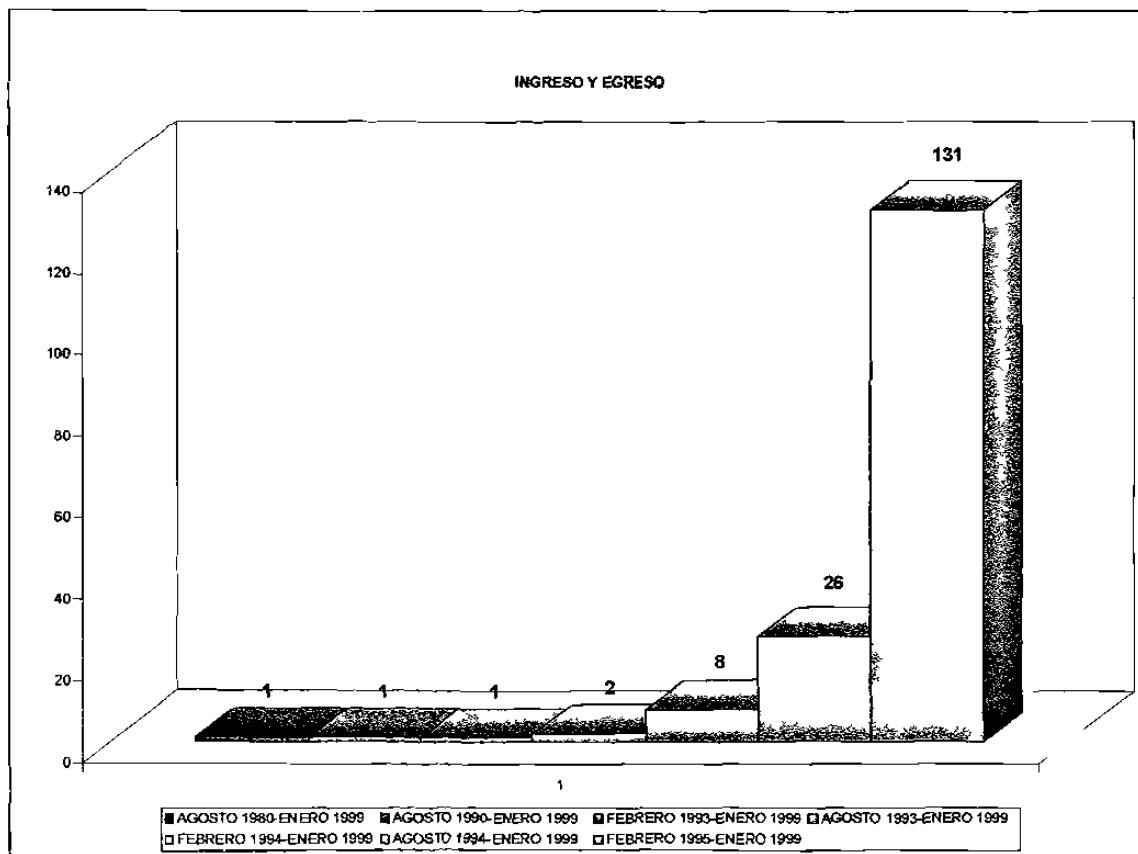
### RESULTADO 8



### RESULTADO 9

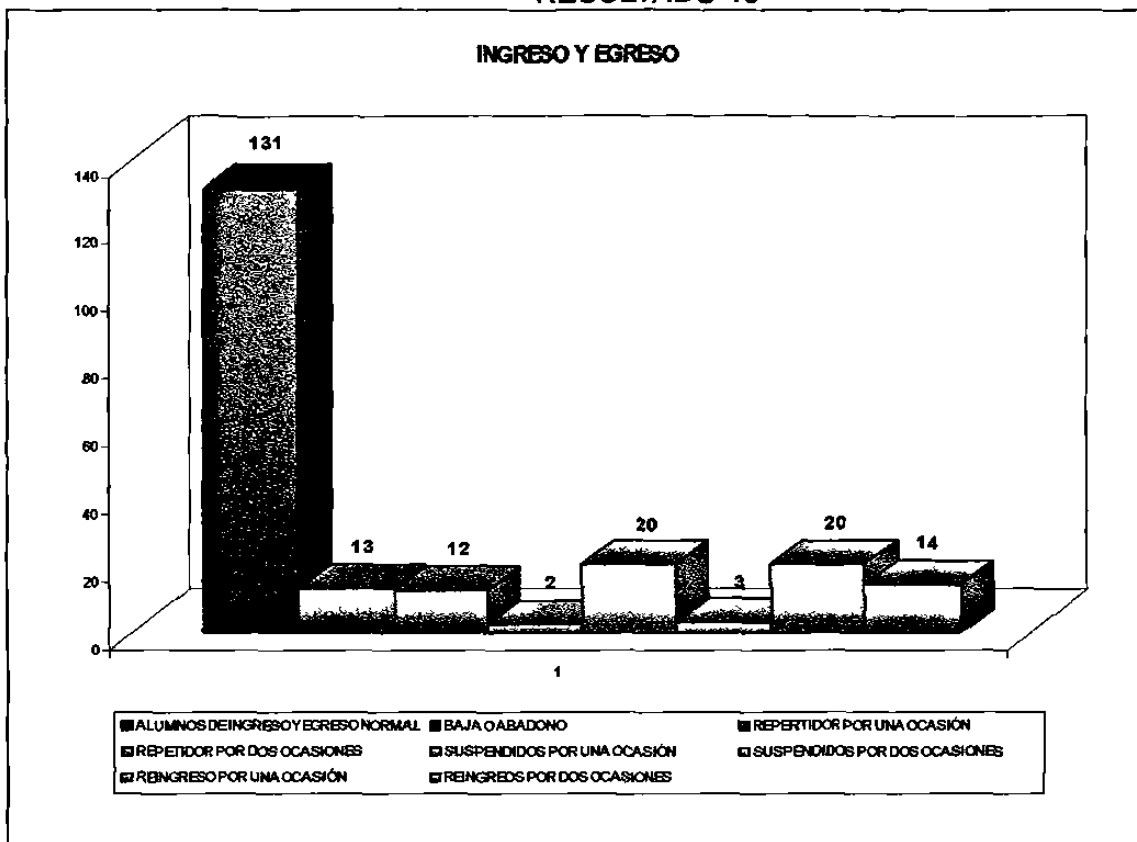


### RESULTADO 10

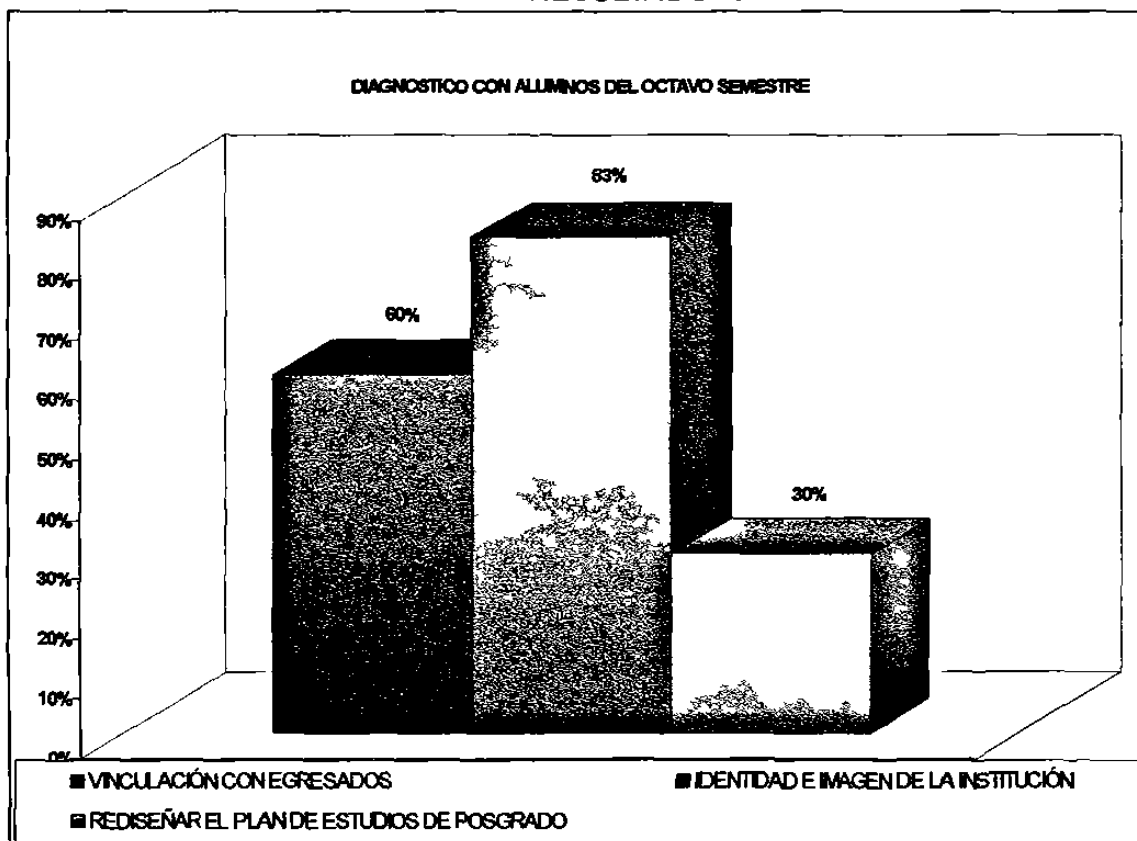




### RESULTADO 10



### RESULTADO 10



## 10. CUADRO COMPARATIVO DE RESULTADOS

	CIEES Y PROMEP	ESPECIALISTAS Y EXPERTOS	ALUMNOS DE OCTAVO SEMESTRE	EMPLEADORES	CONSULTORES	MAESTROS, JEFES DE ÁREA Y COORDINADORES	EGRESADOS QUE TRABAJAN EN LOS MEDIOS	EGRESADOS
EMPRENDEDOR		+		+		+		+
ACTUALIZACIÓN	+	+		+		+	+	+
CULTURA GENERAL		+		+	+	+		+
DESARROLLO DE ACTIVIDADES		+		+	+	+	+	+
LÍDER		+		+	+	+		+
VINCULACIÓN CON EGRESADOS	+		+				+	+
IDENTIDAD E IMAGEN DE LA INSTITUCIÓN	+		+					
ACTUALIZACIÓN DE PLAN DE ESTUDIOS DE LICENCIATURA	+					+	+	+
CAPACITACIÓN A DOCENTES	+					+	+	+
FLEXIBILIDAD		+						+
CULTURA DE EXCELENCIA		+		+	+	+		
TÉCNICAS DE MERCADEO							+	
TUTORÍA	×							
MANEJO DE GRUPOS, TOMAS DE DECISIONES Y COMUNICACIÓN INTERPERSONAL				+			+	
REDISEÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS DE POSGRADO			+				+	
BUENA PRESENCIA		+		+	+		+	
VINCULACIÓN EMPRESARIAL	+				+	+	+	+

