

CCC  
AI  
1296

Colima, Colima MEXICO, 17 de Marzo de 1994

"CRITERIOS MINIMOS PARA LA  
A U T O E V A L U A C I O N  
DE LAS INSTITUCIONES  
ADSCRITAS AL CONSEJO"

INSTRUMENTO DE EVALUACION BASADO BASADO EN EL ESPIRITU DEL  
DOCUMENTO TONATICO QUE P R E S E N T A N:

CENTRO AVANZADO DE COMUNICACIONES A.C. (CADEC)

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES (ENEP ACATLAN)

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BAJA CALIFORNIA (UABC)

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE COAHUILA (UAC )

UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS (UDLA)

INVITADOS:

INSTITUTO TECNOLOGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY  
CAMPUS ESTADO DE MEXICO (ITESM-CEM)

UNIVERSIDAD VERACRUZANA (UV)

## **1. - POLITICA EDUCATIVA.**

- 1.1.- Filosofía de la institución.
- 1.2.- Misión de la Escuela o Departamento.
- 1.3.- Valores.

## **2. - PROYECTO EDUCATIVO**

### **2.1.- DOCENCIA:**

- a) Planes de Estudio. b) Personal Académico. c) Perfil del estudiante. d) Proceso de Enseñanza Aprendizaje.

### **2.2.- INVESTIGACION:**

- a) Planta de Investigadores. b) Líneas de Investigación.
- c) Proyectos actuales de Investigación. d) Resultados de la Investigación. e) Vinculación Docencia-Investigación.
- f) Vinculación de los estudiantes a los proyectos de inv.
- g) Vinculación Investigación, Docencia Producción.

### **2.3.- PRODUCCION:**

- a) Planta de Productores. b) Líneas de Producción.
- c) Proyectos actuales de Producción. d) Resultados de la Producción. e) Vinculación Docencia-Producción.
- f) Vinculación de los estudiantes a los proyectos de inv.
- g) Vinculación Docencia, Producción Investigación.

### **2.4.- DIFUSION Y EXTENSION:**

- a) Programas. b) Servicio Social. c) Publicaciones.
- d) Medios de Comunicación.

### **2.5.- VINCULACION CON EL ENTORNO:**

- a) Definición institucional de vinculación. b) Normatividad.
- c) Instancias de vinculación. d) Logros. e) Prácticas profesionales. f) Servicio social.

## **3. - ORGANIZACION PLANEACIÓN Y EVALUACION ACADÉMICAS.**

- 3.1.- ORGANIZACION: a) Normatividad y gobierno de la Institución. b) Normatividad y gobierno de la Escuela.
- c) Infraestructura. d) Políticas Salariales.

### **3.2.- PLANEACIÓN:**

- a) Entorno social. b) Planes y programas. c) Políticas de crecimiento.

### **3.3.- EVALUACION:**

- a) Mecanismos. b) Planes y Programas. c) Efectividad Institucional.

CC  
A+  
1296

## **Recomendaciones de CONEICC para orientar las actividades y el trabajo de las carreras y la comunidad académica de la comunicación en la República Mexicana**

"Se recomienda como actividades permanentes y periódicas"

### **Contenido:**

1. Sentido y trayectoria del CONEICC.
2. Aproximación al campo de la enseñanza, la investigación y el ejercicio profesional de la comunicación en México.
3. Objetivos propuestos para el CONEICC a las instituciones de educación superior que imparten la carrera de Comunicación.
4. Líneas de acción y áreas de trabajo que propone el CONEICC a las instituciones de educación superior que imparten la carrera de Comunicación en México.
5. Actividades, productos, responsables, tipos de compromiso y beneficios que se obtendrán de las líneas de acción y áreas de trabajo propuestas por CONEICC.
6. Beneficios nacionales globales para el campo de la comunicación.
7. Definición, orientación y características generales de los productos propuestos por CONEICC.

### **1. Sentido y trayectoria del CONEICC.**

### **2. Aproximación al campo, la enseñanza, la investigación y el ejercicio profesional de la comunicación en México.<sup>1</sup>**

- 2.1. Crecimiento cuantitativo del campo.
- 2.2. Falta de maduración cualitativa de la especialidad.  
(componentes disciplinarios, perfiles profesionales, estrategias educativas).
- 2.3. Falta de recursos disponibles (materiales y humanos) para atender adecuadamente la enseñanza y la investigación de la Ciencias de la Comunicación.
- 2.4. Falta de identidad y de la pertinencia social de la enseñanza y la investigación de las Ciencias de la Comunicación.

1

#### **Fuentes:**

- \* SEP / ANUIES
- \* Plan general de trabajo 1994-1997 CONEICC. Comité coordinador.
- \* Documento vocalía Valle de México, Jaime Pérez Dávila.

- 2.5 Falta de claridad respecto al sentido y aportaciones concretas que puede generar la enseñanza y la investigación de comunicación al campo profesional y social en general.
- 2.6 Ausencia de información sistemática y confiable, las currícula de comunicación, el destino ocupacional de sus egresados y los modos de su inserción social.

### **3. Objetivos propuestos por el CONEICC a las instituciones de educación superior que imparten la carrera de Comunicación - en México.**

- 3.1. Identificar el sentido y las aportaciones concretas que puede generar la enseñanza y la investigación de la comunicación a la sociedad.
- 3.2. Iniciar - promover la construcción de la identidad del campo de la enseñanza y la investigación de la comunicación. (¿Qué somos? y ¿Qué hacemos? )
- 3.3. Impulsar el reconocimiento - legitimidad de nuestro campo ante las instituciones sociales.
- 3.4. Coadyuvar al mejoramiento de los núcleos académicos en el campo de la comunicación.
- 3.5. Participar, junto con las autoridades de educación del país, en posibles situaciones en las cuales puedan ser dictadas políticas académicas acerca de la disciplina.
- 3.6. Orientar y articular el trabajo y las actividades de las instituciones de educación superior que imparten la carrera de Comunicación en la República Mexicana.
- 3.7. Delinear estratégicamente los términos del desarrollo de la carrera y la investigación de la comunicación.

### **4. Líneas de acción y áreas de trabajo que propone el CONEICC a las instituciones de educación superior que imparten la carrera de Comunicación en México.**

El CONEICC recomienda 3 grandes líneas de acción:

- 4.1. Reconocimiento del campo de la Comunicación.
  - 4.1.1. Definición epistemológica del rango y el objeto de estudio de la carrera de Comunicación.
  - 4.1.2. Conocimiento de la organización académica de la carrera de comunicación en México.

- 4.1.3. Conocimiento del campo y el mercado de trabajo de los egresados de la carrera de comunicación en México.
- 4.2. Evaluación de los procesos y de las condiciones de la enseñanza y la investigación de la comunicación en México.
- 4.2.1. Conocimiento de la calidad de la enseñanza de la comunicación en México.
- 4.2.2. Conocimiento de las características y condiciones de trabajo de los profesores de las carreras de comunicación en México.
- 4.2.3. Conocimiento de las características y condiciones de estudio de los alumnos de las carreras de comunicación en México.
- 4.2.4. Conocimiento de la calidad, características y condiciones de la investigación y los investigadores de la comunicación en México.
- 4.3. Recuperación de datos, optimización de los procesos de información que posibiliten las actividades y la elaboración de estrategias académicas nacionales; regionales e institucionales.
- 4.3.1. Recuperación de información sobre actividades y servicios académicos que puedan intercambiarse entre diversas instituciones.
- 4.3.2. Homogenización en la organización de la información de las instituciones.
- 4.3.3. Consolidación de sistemas y mecanismos de uso de información para tareas de investigación y docencia.

## **5. Actividades, productos, responsables, tipos de compromiso y beneficios que se obtendrían de las líneas de acción y áreas de trabajo propuestas por CONEICC.**

### **5.1 Reconocimiento del campo de la Comunicación.**

#### **5.1.1 Definición epistemológica del rango y el objetivo de la carrera de Comunicación.**

##### Actividades

Investigaciones sobre el rango epistemológico y el objeto de estudio de las carreras de Comunicación.

##### Productos

- Investigaciones
- Tesis
- Artículos
- Documentos
- Compilaciones

##### Responsables y tipos de compromisos.

- **CONEICC**
- Convocatoria a instituciones, profesores y alumnos para la realización de estos estudios.
- Divulgación de la información obtenida.
  
- **Comunidad Académica (INST / PROFESORES / ALUMNOS)**
- Realización y confección de estas investigaciones y estudios.

**Beneficios**

- Adquisición de identidad disciplinaria, profesional y social. (Qué somos, qué hacemos y para qué servimos).
- Definición de los enfoques y perfiles profesionales.
- Optimización de la enseñanza.

**5.1.2 Conocimiento de la organización académica de la carrera de Comunicación en México**

**Actividades.**

- Búsqueda de instituciones y carreras de comunicación. (Características y datos generales).
- Análisis curricular de las carreras de Comunicación en México.

**Productos**

- Catálogo de instituciones y carreras de comunicación.
- Documento de análisis de los planes de estudio de las carreras de comunicación en México.

**Responsables y tipos de compromiso**

- **CONEICC**
- Elaboración y publicación del catálogo.
- Acopio de la información.
- Elaboración de estrategias y formatos de búsqueda, acopio y clasificación de la información.
- Divulgación de la información obtenida.
- Proporcionar metodología de análisis
- Convocatoria a instituciones, profesores y alumnos para la realización de estos estudios.

**Comunidad académica (INST. / PROFESORES / ALUMNOS)**

- Proporcionar la información a CONEICC
- Realización confección de estas investigaciones y estudios.

**Beneficios**

- Difusión nacional e internacional que de identidad y presencia al campo de la comunicación en México y atraiga a profesores, investigadores, productores y estudiantes nacionales y extranjeros.
- Regular el crecimiento de la carrera.
- Adecuación de los planes de estudio de las carreras de comunicación.
- Revisión de los perfiles académico-profesionales.

- Identificación de necesidades académicas.
- Regular el crecimiento de la carrera.

### 5.1.3 Conocimiento del campo y el mercado de trabajo de la carrera de comunicación en México.

#### Actividades

- Investigación sobre la situación de los medios de comunicación en las diferentes entidades de la República Mexicana.
- Investigación sobre el mercado profesional de la comunicación.
- Seguimiento de egresados.
- Investigación sobre factores y determinantes sociales e institucionales de la formación profesional de la comunicación en México.
- Reconocimiento y análisis de los modelos operativos del ejercicio profesional de la comunicación en México y su articulación social.

#### Productos

- Documentos sobre:
  - \* Campos y prácticas profesionales.
  - \* Mercados laborales.
- Estadísticas sobre:
  - \* Tasas de empleo.
  - \* Tasas de subempleo.
  - \* Tasas de desempleo.
- Estudios sobre tipos de ocupación de los egresados:
  - \* Puestos directivos.
  - \* Puestos ejecutivos.
  - \* Puestos operativos.
- Estudios sobre:
  - \* Formas de ocupación de los egresados:
  - \* Vinculados a la comunicación.
  - \* No vinculados a la comunicación.

#### Responsables y tipos de compromisos.

- **CONEICC**
  - En todos los casos proporcionar el esquema teórico, metodológico y logístico para la investigación empírica.
  - Divulgación de la información obtenida.
- **COMUNIDAD ACADEMICA (INST. / PROFESORES / ALUMNOS)**
  - Realización y confección de estas investigaciones y estudios.

#### Beneficios.

- Regular el crecimiento de la carrera de Comunicación.
- Información para la evaluación y planificación de las carreras de Comunicación.
- Definición de enfoques y perfiles profesionales.
- Optimización de la enseñanza.

- Incidir en la toma de decisiones sobre el desarrollo y el futuro de la carrera de Comunicación.

## **5.2 Evaluación de los procesos y de las condiciones de la enseñanza y la investigación de la Comunicación en México.**

### **5.2.1 Conocimiento de la calidad de la enseñanza de la comunicación en México.**

#### Actividades

- Búsqueda de estándares, rangos y criterios de calidad para la enseñanza de la comunicación.

#### Productos

- Documento sobre criterios mínimos de autoevaluación de las carreras de Comunicación.

#### Responsables y tipos de compromisos.

- **CONEICC**
  - Elaborar, proporcionar y difundir el documento.
  - Convocar a la aplicación nacional del documento.
- **COMUNIDAD ACADÉMICA (INST. / PROFESORES / ALUMNOS)**
  - Aplicación del documento de autoevaluación en las instituciones que imparten la carrera de Comunicación.

#### Beneficios.

- Diagnóstico sobre el nivel de la enseñanza de la comunicación.
- Información útil para la evaluación, comparación y planificación de las carreras de comunicación.
- Obtención de parámetros de calidad académica.
- Identificación de necesidades académicas.
- Proporcionar a las carreras de comunicación, elementos de negociación ante sus instituciones para el mejoramiento de los niveles académicos.

### **5.2.2 Conocimiento de las características y condiciones de trabajo de las carreras de comunicación en México.**

#### Actividades

- Investigación sobre las plantas docentes de las carreras de Comunicación.

#### Productos

- Censos de las plantas docentes.
- Estudios varios sobre las plantas docentes.

#### Responsables y tipos de compromiso.

**CONEICC**



- En todos los casos, proporcionará esquemas, teórico metodológicos y logísticos para la investigación empírica.
- Divulgación de la información obtenida.

**COMUNIDAD ACADEMICA (INST. / PROFESORES / ALUMNOS)**

- Realización de los estudios.

**Beneficios.**

- Identificación de necesidades académicas de los profesores.
- Identificación de necesidades y recursos materiales de los profesores.
- Obtención de información útil para la evaluación y planificación del desarrollo de la planta docente.
- Proporcionar a las carreras de comunicación elementos de negociación ante sus instituciones para el mejoramiento de los niveles académicos.

**5.2.3 Conocimiento de las características y condiciones de estudio de los alumnos de las carreras de Comunicación en México.**

**Actividades**

- Investigaciones sobre los estudiantes de Comunicación en México.

**Productos**

- Cursos de alumnos de Comunicación.
- Estudios varios sobre los estudiantes de Comunicación.

**Responsables y tipos de compromiso**

**CONEICC**

- En todos los casos proporcionará esquemas teóricos metodológicos y logísticos para la investigación empírica.
- Divulgación de la información obtenida.

**Comunidad Académica (INST. / PROFESORES / ALUMNOS)**

- Realización de los estudios.

**Beneficios**

- Identificación de necesidades académicas de los alumnos.
- Identificación de necesidades y recursos materiales de los alumnos.
- Obtención de información útil para la evaluación y planificación del desarrollo de los alumnos.
- Proporcionar a las carreras de comunicación elementos de negociación ante sus instituciones para el mejoramiento de los niveles académicos.

**5.2.4 Conocimiento de las características y condiciones de la investigación y los investigadores estudio de la comunicación en México.**

**Actividades**

**Productos**

**Responsables y tipos de compromiso (Inst. / Profesores / Alumnos)**

## Beneficios

### **5.3 Recuperación de datos y optimización de los procesos de información que posibiliten las actividades y la elaboración de estrategias académicas nacionales, regionales e institucionales.**

5.3.1 Recuperación de información sobre actividades y servicios académicos que pueden intercambiarse entre diversas instituciones.

#### Actividades

- Investigaciones sobre experiencias y programas de las carreras de comunicación.
- Investigación sobre cursos, seminarios, tableros, productos, servicios y equipo que ponen a disposición de otros las carreras de comunicación.

#### Productos

- Catálogo de experiencias y programas de las carreras de comunicación.
- Catálogo de servicios y equipo que prestan las instituciones y carreras de comunicación.

#### Responsables y tipos de compromiso

- CONEICC  
En todos los casos, divulgación de la información.
- Comunidad Académica ((Instituciones / Profesores /Alumnos)  
Proporcionar a CONEICC la información para su divulgación.

#### Beneficios

- Obtención de convenios de intercambio académico.
- Actualización y capacitación docente.
- Divulgación y promoción de las actividades de las carreras de comunicación.

5.3.2 Homogeneización en la organización de la información de las instituciones.

#### Actividades

- Elaboración de un formato y categorías generales para una base de datos que homogeneice la organización de la información disponible de las carreras de comunicación en México.

#### Productos

- Obtención de un formato de una base de datos.

#### Responsables y tipos de compromiso.

- CONEICC  
Elaborará y proporcionará el formato de la base de datos de las carreras de comunicación.
- Divulgará y promocionará su uso a nivel nacional.

- **Comunidad Académica (Instituciones / Profesores / Alumnos)**  
**Utilizarán formato de la base de datos para la organización de la información de las carreras de comunicación.**

#### Beneficios

- Contar con un instrumento de organización nacional de información de las carreras de comunicación.
- Obtener un instrumento de consulta de la información de las carreras de comunicación a nivel nacional rápido y eficiente.
- Contar con la posibilidad de integrar fácilmente la información de las carreras de comunicación a nivel nacional.
- Posibilitar el uso comparativo de la información.

#### **5.3.3 Consolidación de sistemas y mecanismos de uso de información para tareas de investigación y docencia.**

#### Actividades

- Elaboración y captura de una base de datos del centro de documentación CONEICC que pueda ser consultado vía INTERNET.

#### Productos

- Base de datos del centro de documentación CONEICC que pueda ser consultado por INTERNET.

#### Responsables y tipos de compromiso

##### **CONEICC**

- Elaborará y proporcionará la base de datos.
- Confeccionará un instructivo para su uso.
- Divulgará los beneficios del sistema y promocionará su uso.

##### **Comunidad Académica (Instituciones / Profesores / Alumnos)**

#### Beneficios

- Consulta rápida y eficiente de información para tareas de investigación y docencia.
- Intercambio, avance y discusión del conocimiento.

### **6. Beneficios nacionales globales para el campo de la comunicación.**


- 6.1 Identificación de necesidades generales del campo académico de la comunicación.
- 6.2 Posibilidad de influir en líneas de trabajo, estrategias y formulación de políticas de desarrollo del campo académico de la comunicación.
- 6.3 Mejorar la calidad de la enseñanza y la investigación de la comunicación.

**7. Definición, orientación y características generales de los productos propuestos por CONEICC.**



Consejo Nacional para la Enseñanza  
y la Investigación de las Ciencias  
de la Comunicación CONEICC

CCC  
AI  
1296

 FOLIO  
B 1485275

SECRETARIA DE HACIENDA  
Y CREDITO PUBLICO

SUBSECRETARIA DE INGRESOS

CEDULA DE IDENTIFICACION FISCAL

CNE7708258Y0

CLAVE DE REG. FED. DE CONTRIBUYENTE

CONSEJO NAL PARA LA  
NOMBRE

ENSEÑANZA LA

INVESTIGACION DE CIENCIAS

DE LA COMUNICACION A

1992

Monterrey, N.L. Octubre, 12 de 1996.

Debido a la situación económica por la que atraviesa nuestro amadísimo Consejo, nos vemos en la necesidad de allegarnos de recursos económicos a través de la instauración del espectáculo llamado "CHIPP-CONEICC", integrado por los famosos artistas, que viajarán por las Universidades miembros, durante los próximos veinte años hasta que den de sí, de no y de todo.

E L E N C O

Giovanno	El Saleciano	El Macho	Camacho
Neto	El Interneto	Full-vio	Injection
Francesco	Si Presto	Luigi	Bolione
Luigi	Buenoni	Severian	Le Atian
Carlo	Lunamielessi	Alfoncci	Bolione
Luigi	Cortoni	Mauriccio	Boliccio
El Violador	de Nepantla	Renato	Teloato
Aldioni	Pomponi	Horace	Fayarde
Rulo	Fontanelli	El Pachuco de la	Costa
Giano	El Priantiano	Francois	On'Ta
Francois	Perault	Xaviero	Hollander
Pepino	Chismerezco	Giusseppe	Carlo Cogiano

## MANIFIESTO COLISAURIO

LAGARTOS DEL MUNDO DESUNIOS;

LA OFENSIVA NEOMONJIL QUE AZOTA EN MANGLARES Y PANTANOS Y CHARCOS, PRETENDE HOY UNIRNOS Y TRANSFORMARNOS EN PIEZAS DE MUSEO DE HISTORIA CETEMISTICA COMO BIDESAUROS.

ESO ES LA RETORCIDA ( CASI LAGARTESCA ) IDEA QUE SUBYACE EN LA APOCRIFA ENCUESTA QUE CIRCULARA ESTA COCODRILESCA NOCHE.

EN EL FONDO, LA UNIDAD SIGNIFICA LA MUERTE, O POR LO MENOS UN CAMBIO DE HABITOS. TEME, PORQUE DOS SAURIOS COLABORARON EN SU DISEÑO Y DESCONFIA. SI TIENES DUDAS ACUDE AL LAGARTO QUE MAS DESCONFIANZA LE TENGAS O ACUDE A LA "SUMMA LAGARTICA" COMPENDIO DEL CONOCIMIENTO Y LA EXPERIENCIA DE NUESTRA ESPECIE. ESTA PIEZA SAURICA DICE:

LAGARTO QUE NO ES GANDALLA, NO ES LAGARTO, O EN SU DEFECTO ES MONJA.

ENTRE SAURIOS NO HAY COLETAZOS, PERO SI MORDIDAS.

LA UNIDAD HACE LA DESVENTAJA Y ASI SERIAMOS PLATO FACIL PARA LOS APETITOS CORRUPTOS QUE SE ESCONDEN BAJO LOS HABITOS.

DESCONFIA DE LOS LAGARTOS EMERGENTES Y DE LOS SAURIOS CIENTIFICOS, ES MAS, DESCONFIA DE TODO LAGARTO.

RECUERDA, MONJA QUE NO HAS DE COMER, MUERDELA Y GUARDALA PARA EL RATO.

FINALMENTE, RECUERDA QUE EL MUNDO SE DIVIDE ENTRE MONJAS Y LAGARTOS. LA COMPRESION DE ESTO HA CONDUCIDO A NUESTRA ESPECIE DURANTE MILLONES DE AÑOS.

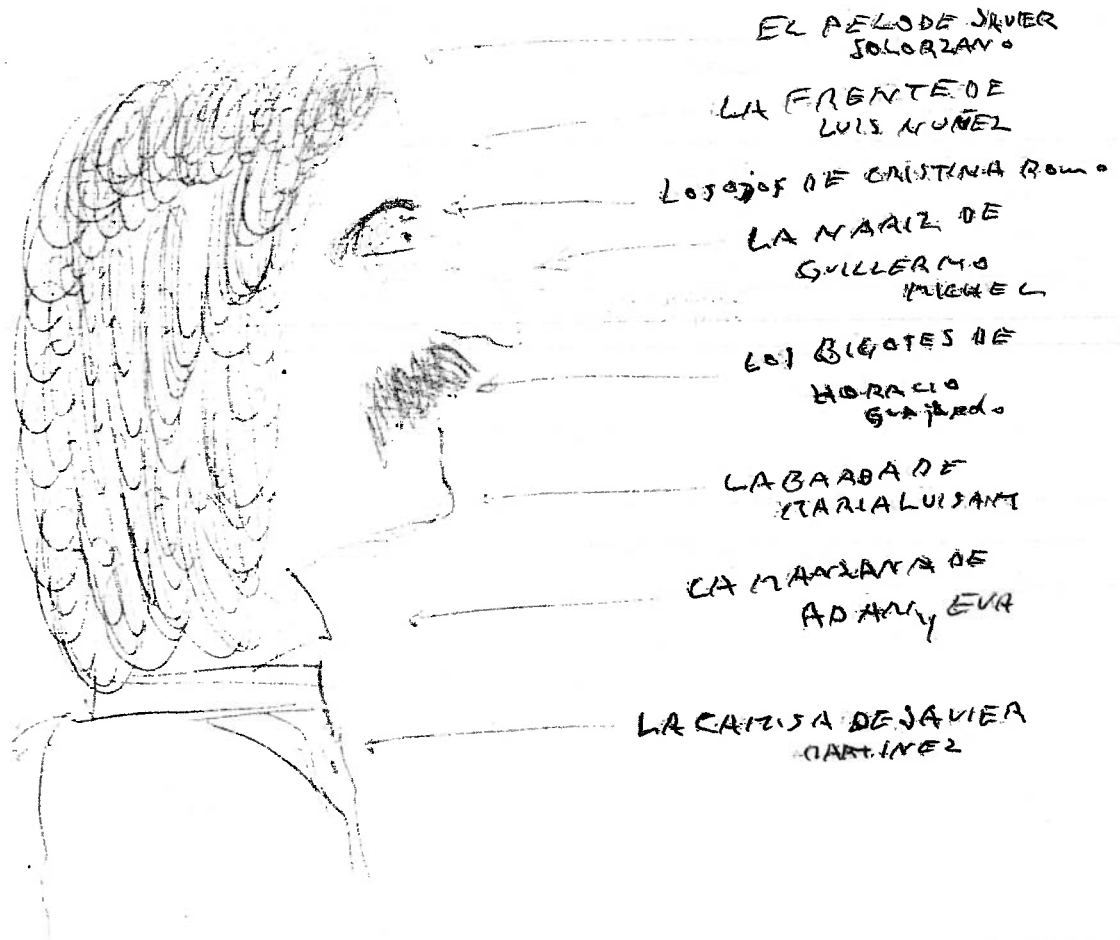
A T E N T A M E N T E :

EL ESPIRITU DEL LAGARTO MAYOR

c.c.p. El Lagarto Mayor Miguel García de F. (QEPD)

*Ojalá  
lograr  
Las Monjas*

# PERFIL DEL COMUNICADOR MEXICANO





CCC  
AJ  
1296

"CRITERIOS MINIMOS PARA LA AUTOEVALUACION DE LAS INSTITUCIONES ADSCRITAS AL CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION A.C. CONEICC" (PROPUESTA BASADA EN EL ESPIRITU DEL DOCUMENTO TONATICO).

## DOCUMENTO NO DOS

P R E S E N T A N :

LOS MIEMBROS DE LA COMISION:

CENTRO AVANZADO DE COMUNICACIONES A.C. (CADEC)  
ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES (ENEP ACATLAN)  
UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BAJA CALIFORNIA (UABC)  
UNIVERSIDAD AUTONOMA DE COAHUILA (UAC )  
UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS (UDLA)

INVITADOS:

INSTITUTO TECNOLOGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY  
CAMPUS ESTADO DE MEXICO (ITESM-CEM)  
UNIVERSIDAD VERACRUZANA (UV)

COLABORACION ESPECIAL:

Alumnos de Estadística Aplicada a la Comunicación de la Maestría en Comunicación Institucional del CENTRO AVANZADO DE COMUNICACIONES A.C.(CADEC)

Monterrey Nuevo León MEXICO, 28 de Octubre de 1993

## 1.- POLITICA EDUCATIVA

(Conjunto de principios y objetivos que fundamentan y articulan el proyecto educativo de la institucion y de la escuela o departamento).

### 1.1.- Filosofia de la institucion.

¿Cuál es la filosofia de la institucion?

- no esta formalmente definida.
- se encuentra en proceso de elaboracion.
- se encuentra establecida y es la siguiente:

### 1.2.- Mision de la Escuela o Departamento.

¿Cuál es la mision de la Escuela o Departamento?

- no esta formalmente definida.
- se encuentra en proceso de elaboracion.
- se encuentra establecida y es la siguiente:

### 1.3.- Valores.

- no están formalmente definidos.
- se encuentran en proceso de definicion.
- se encuentran establecidos y son:

## 2.- PROYECTO EDUCATIVO

(Este apartado corresponde a las funciones de Docencia, Investigación, Extensión, Difusión, Producción, que lleva a cabo la Institución, Escuela o Departamento, para alcanzar sus objetivos).

### 2.1.- DOCENCIA

a) Planes de Estudio.  
Tipos de estudios que imparten  
Licenciatura con sus respectivas especialidades.  
Diplomados.  
Maestrias.  
Especializaciones

b) Personal Académico.

(Número de profesores por asignatura, tiempo parcial y tiempo completo, grados académicos, capacitación y actualización docente, (institucional o personal, se lleva a cabo dentro del país o en el extranjero, número de docentes y el tipo de programas).

Edad de los profesores

20 a 25 años

26 a 30 años

31 a 35 años

36 a 40 años

41 o más años

Número de profesores

Hombres

Mujeres

Número de profesores

Extranjeros

Nacionales

Son Profesores con  
Licenciatura  
Maestria  
Doctorado  
Otros

Son Profesores de  
Tiempo Parcial  
Tiempo Completo  
De asignatura  
Son Profesores que imparten  
Materias teóricas  
Talleres  
Seminarios

profesores.

Tipo de capacitación que se les da a los  
cursos  
especialidades

¿Con que frecuencia se capacita a los profesores?  
Semestralmente  
Anualmente  
Otras

docentes?

¿De que manera se apoya la capacitación en los

Número de profesores que siguen estudiando  
Hombres  
Mujeres

actualización.

Numero de profesores que asisten a cursos de  
Hombres  
Mujeres

c) Perfil del estudiante.

(Numero, grupos, relación oferta- demanda, atributos, examen de admisión, curso propedéutico).  
Características de las Organizaciones Estudiantiles).

¿Cual es el total de alumnos?  
Hombres  
Mujeres

¿Cuál es el total de grupos?  
Matutinos  
Vespertinos  
Nocturnos o de Horarios mixtos

anterior? ¿Cuál es el total de aprobados en el semestre

anterior? ¿Cuál es el total de reprobados en el semestre

anterior? ¿Cuál es el total de desertores en el semestre

¿Cual es el total de aspirantes a la carrera?  
Hombres  
Mujeres

aceptados? ¿Cuál es el total de aspirantes a la carrera.  
Hombres  
Mujeres

rechazados? ¿Cuál es el total de aspirantes a la carrera.  
Hombres  
Mujeres

¿Cuál es el total de egresados de la carrera?  
Hombres  
Mujeres

¿Cual es el total de Titulados de la carrera?  
Hombres  
Mujeres

¿En cuántas generaciones?

¿Se imparte curso propedéutico?  
SI \_\_\_\_\_ duración  
NO

¿Existe sociedad de alumnos?

¿Existe sociedad de ex - alumnos?

¿Cuales son las políticas de titulación?

¿Cuáles son las modalidades de titulación?

d) Proceso de Enseñanza Aprendizaje. Alcance y características de los apoyos didácticos y métodos de enseñanza.

¿Que tipo de apoyo didáctico hay para los profesores?

Métodos de Enseñanza  
Prácticas profesionales  
Visitas  
Otros (especificar)

¿Existe interdisciplinariedad en la escuela?

## 2.2.- INVESTIGACION

a) Planta de Investigadores.

¿Quiénes la integran?

¿Son profesores de tiempo completo?

¿Los profesores de tiempo completo, cuántas horas tienen de clase?

¿Que tipo de estudios tienen?

¿Cuál es su experiencia profesional?

¿Número de horas dedicadas a la investigación?

¿Cuál es el número de investigadores?

Nacionales  
Extranjeros

b) Líneas de Investigación.

¿Que tipo de investigación se realiza?

¿Cuál es el número de proyectos de investigación?

¿Existen convenios con otras instituciones para apoyar la investigación?

¿Que instituciones son las que apoyan la investigación?

¿En que consiste el apoyo a la investigación?

¿Realizán tesis?

¿ Cuántas se realizaron en el último semestre?

¿ Cuántas se han realizado?

c) Proyectos actuales de Investigación.

¿Qué se encuentran actualmente investigando?

¿Cuántos proyectos?

d) Resultados de la Investigación.

¿Que aplicaciones han tenido las investigaciones realizadas?

¿A que área?

¿De que forma se han aplicado?

¿Se han publicado las investigaciones?

¿En que medios?

e) Vinculación Docencia-Investigación.

¿De que manera se incorporan los resultados obtenidos en las investigaciones realizadas al plan de estudios?

f) Vinculación de los estudiantes a los proyectos de investigación.

¿Participan los alumnos en las investigaciones?

Los alumnos que participan son:

Becarios

De Servicio Social

Otros

¿De que forma se benefician los estudiantes?

¿Reciben alguna ayuda económica?

¿Se publican los resultados?

¿Cuál es el número de estudiantes que colabora en cada investigación?

g) Vinculación Investigación, Docencia  
Producción.

¿Se relacionan las investigaciones que se llevan a cabo al área de producción de medios?

¿Con que áreas se relacionan?

¿Desde cuando?

¿Considera usted que la investigación fundamenta la producción para los medios de comunicación?

¿Qué medios?

### 2.3.- PRODUCCION

a) Planta de Productores.

¿Quiénes la integran?

¿Son profesores de tiempo completo?

¿Que tipo de estudios tienen?

¿Han realizado estudios en el extranjero?

¿Cuál es su experiencia profesional?

b) Líneas de Producción.

¿Que tipo de producciones realizan?

¿En que medios?

¿Quien otorga el presupuesto necesario para realizarlas?

¿Se tienen convenios de producción con otras instituciones?

¿Cuál es el número de proyectos de producción?



¿Existen convenios con otras instituciones para apoyar la producción?

¿Que instituciones son las que apoyan la producción?

¿En que consiste el apoyo a la producción?

c) Proyectos actuales de Producción.

¿Qué producciones se están realizando actualmente?

Número de personas encargadas de la producción.

¿Cuál es la duración de cada producción?

¿Que presupuesto se tiene para cada producción?

¿Cual es el objetivo principal de estas producciones?

d) Resultados de la Producción.

¿Cuales son los resultados obtenidos?

¿Que seguimiento se le da a los resultados obtenidos?

¿Que tan confiables son los resultados?

e) Vinculación Docencia-Producción.

¿De que manera se relacionan las producciones realizadas con la docencia?

¿Cuáles son las características de las producciones?

f) Vinculación de los estudiantes a los proyectos de producción.

¿De qué forma participan los estudiantes en las producciones?

¿De qué forma se benefician los estudiantes?

¿Reciben alguna ayuda económica?

¿Se publican los resultados?

¿Cuál es el número de estudiantes que colabora en cada producción?

g) Vinculación Docencia. Producción Investigación.

¿Se relacionan las producciones que se llevan a cabo con las investigaciones realizadas por la misma escuela?

#### 2.4.- DIFUSION Y EXTENSION

a) Programas.

¿Cuál es el tiempo de duración de dichos programas?

¿Qué tipo de programas de extensión y/o de difusión se llevan a cabo?

¿Cuál es el número de alumnos que participan?

¿De qué semestres?

¿Qué medios utiliza para su difusión.?

¿Quiénes se encargan de los programas?

¿Qué utilidad tienen estos programas?

b) Servicio Social.

¿Existe un reglamento que exija que el SS se elabore dentro de la especialidad?

¿Qué tipo de programas se llevan a cabo?

¿Qué políticas se observan?

¿Qué convenios se tienen con otras instituciones?

¿Cuál es la duración de los convenios?

¿Cuál es la duración del servicio?

¿Que posibilidad hay de contratación de nuestro  
alumnado?

c) Publicaciones.

¿Presupuesto existente?

¿Dispone de sus propias publicaciones el  
departamento?

¿Número de profesores del departamento que  
aportan artículos? ¿porcentaje del total? ¿participan alumnos?

¿Perspectivas a corto plazo?

¿Cuántas publicaciones editan?

¿Qué regularidad observan?

¿Quienes se encargan del diseño y del proceso  
editorial?

¿Cuáles son los temas que tratan?

d) Medios de Comunicación.

¿Qué beneficios reportan los medios a la  
institución?

¿Que convenios o prácticas se llevan a cabo con  
la colaboración de los medios?

¿Que medios son los mas utilizados?

¿Cuál es la relación con otros medios?

¿Cuál es el presupuesto destinado a medios?

¿Que beneficios reportan los medios a la  
institución?

¿Participan departamentos de comunicación  
internos o externos?

2.5.- VINCULACION CON EL ENTORNO

a) Definicion institucional de vinculacion.

¿Que se entiende por vinculación?

b) Normatividad.

¿Se dispone de un reglamento?

¿Desde cuándo?

¿Cada cuando se revisa?

c) Instancias de vinculacion.

¿Que instancias participan en su regulaci3n?

¿Los profesores tienen acceso a la regulaci3n?

¿Los alumnos tienen acceso a la regulaci3n?

d) Logros.

¿Que logros se han obtenido?

¿Cuál es el aprovechamiento de estos logros?

Describir programas.

Describir Acciones.

Describir resultados.

¿A quiénes benefician los logros a los alumnos o a los profesores?

¿Cuál es el aprovechamiento de estos logros?

¿Se dan a conocer los logros obtenidos?

e) Practicas profesionales.

¿Como se llevan a cabo?

¿Cuales son las politicas?

¿Cuál es la duracion de las prácticas?

¿Cuál es el número de alumnos que participan?

¿De qué semestres?

¿Qué organizaciones utilizan?

¿Reciben alguna remuneración los alumnos?

f) Servicio social.

¿Que sentido se le imprime?

¿Cuanto dura?

¿Cuales son las características del Servicio Social?

¿Cuales son las políticas para la realización del Servicio Social?

¿A partir de que semestre se realiza el Servicio Social? ¿Reciben beca?

### 3.- ORGANIZACION PLANEACIÓN Y EVALUACION ACADEMICAS

( Comprende el conjunto de recursos y procedimientos disponibles en la Institución, Escuela o Departamento, para el logro de sus objetivos).

#### 3.1.- ORGANIZACION

a) Normatividad y gobierno de la Institucion.

b) Normatividad y gobierno de la Escuela.  
(Organigrama operativo).

c) Infraestructura.

Presupuesto.

Instalaciones:

laboratorios (tipo especificaciones, tamaño, ubicación y uso), Biblioteca, Hemeroteca, Videoteca, Filmoteca, Fonoteca, Centro de Computo

Equipo.

Formas de financiamiento.

d) Politicas Salariales.

¿Existe una politica definida?

¿Cada cuando hay revision de salarios?

¿Son competitivos?

Tabulacion.

Horarios.

Puestos.

Capacitacion.

### 3.2.- PLANEACION

a) Entorno social.

¿Cuales son las principales características de la localidad? por ejemplo: mercado laboral.

¿Zona donde se ubica la Institucion?

¿Lugares de esparcimiento?

¿Actividades deportivas?

Competencia directa e indirecta de la escuela.

Aspectos demograficos, socioeconómicos, culturales de la localidad.

b) Planes y programas.

Su vigencia y los procedimientos que se observan para su actualizacion.

¿Cuáles son los criterios a los que se apegan en la próxima actualización del programa?

¿Quiénes intervienen?

c) Políticas de crecimiento.

¿Qué planes se tienen en materia de crecimiento?

Número de profesores.

Número de investigadores.

Numero de trabajadores administrativos.

Numero de alumnos.

Instalaciones.

Equipo.

Postgrados.

Cursos.

### 3.3.- EVALUACION

a) Mecanismos.

¿Cómo se evalúa el cumplimiento de la misión?

b) Planes y Programas.

¿Cómo se mide la efectividad de planes y programas?

c) Efectividad Institucional.

¿Qué variables se consideran?

mercado laboral.

egresados.

eficiencia terminal.

desertores.