

UNIVERSIDAD VERACRUZANA



ESPECIALIZACIÓN EN ESTUDIOS DE OPINIÓN

Plan de estudios 2018

Datos generales	
Institución que lo propone	Universidad Veracruzana
Entidad de adscripción y región	Centro de Estudios de Opinión y Análisis, región Xalapa
Grado que se otorga	Especialista en Estudios de Opinión
Orientación	Profesionalizante
Duración máxima	1 año
Modalidad	Presencial
Total de horas	555
Total de créditos	60

ÍNDICE

1 Justificación	1
1.1 Contexto social	1
1.2 Estudios de opinión en Latinoamérica y México	2
1.3 De lo electoral a la participación no convencional	4
1.4 Medios tradicionales y medios emergentes	4
1.5 Actualidad de los estudios de opinión	5
1.6 Factibilidad	6
1.7 Marco legal del programa de posgrado	10
2 Fundamentación Académica	12
2.1 Antecedentes del programa educativo	12
2.2 Fundamentos de la enseñanza	13
3 Objetivos Curriculares	15
3.1 Misión	15
3.2 Visión	15
3.3 Objetivo general	15
3.4 Objetivos específicos	15
3.5 Metas	16
4 Recursos Humanos, Materiales y de Infraestructura Académica	17
4.1 Personal académico	17
4.2 Personal administrativo, de apoyo, técnico y manual	18
4.3 Materiales e infraestructura académica	19
5 Perfil del Alumno y Requisitos de Ingreso	20

5.1	Requisitos de ingreso	21
5.2	Procedimiento (administrativo) de admisión	22
5.3	Requisitos de inscripción administrativa	23
6	Perfil y Requisitos de Permanencia, Egreso y Titulación	24
6.1	Requisitos de permanencia	25
6.2	Requisitos de egreso	26
6.3	Requisitos de titulación	26
6.4	Obtención del diploma	27
7	Perfil del Académico	29
8	Diseño Curricular	31
8.1	Mapa curricular del plan de estudio	31
8.2	Formato de horizontalidad y verticalidad	34
8.3	Descripción y registro de las LGAC's	36
8.4	Descripción de las actividades complementarias con valor crediticio	37
8.5	Tabla de experiencias educativas	39
8.6	Alternativas de movilidad académica	42
8.7	Tutorías	43
9	Duración de los Estudios	45
10	Descripción del Reconocimiento Académico	46
11	Referencias Bibliográficas	47

12 ANEXOS	50
A. Programas de Estudio	50
B. Plan de Autoevaluación Anual	103
C. Plan de Mejora	105
D. Perfil Curricular del NAB	107

1. JUSTIFICACIÓN

El establecimiento de sistemas políticos democráticos en las naciones industrializadas, y particularmente en el hemisferio occidental, proporcionó el fundamento inicial que detonó el surgimiento de los estudios de opinión contemporáneos. Conocer la opinión de los ciudadanos se convierte en prioridad de los gobiernos que deben tomar dichas opiniones como base para tomar decisiones en los ámbitos legislativo, administrativo, y de política pública (Dalton, 2013). En un sentido funcional, el uso apropiado de los datos de opinión favorece la gobernanza y la convivencia social (Carrillo y Tamayo, 2008; Page y Shapiro, 1983). En un sentido disfuncional, el pulso de la opinión también puede ser utilizado con fines de control social, o para fundamentar acciones de comunicación y propaganda en detrimento del bien colectivo (Herman y Chomsky, 1988; Noelle-Neumann, 1995).

Asimismo, el libre mercado como característica de la mayoría de las democracias, promueve la recolección de información sobre opinión pública como una estrategia que utilizan algunos actores para maximizar sus ganancias. La recolección, tratamiento, y análisis de esta información se vuelve fundamental para entidades que buscan explicar el comportamiento de una gran cantidad de consumidores, y predecir sus futuros comportamientos (Gabel, 1998).

Más allá de su utilidad política y económica, desde un punto de vista académico es valioso realizar mediciones independientes y observaciones de opinión sin fines comerciales o políticos; para comprender ciertas dinámicas sociales que promueven o dificultan la convivencia. En nuestra sociedad, los estudios de opinión son primordiales para explicar fenómenos como la apatía social, la discriminación, o la desconfianza interpersonal.

1.1 Contexto social

El estudio contemporáneo de la opinión pública deviene del movimiento europeo de la Ilustración, en tanto fueron los autores ilustrados los que teorizaron sobre conceptos como la ciudadanía, la soberanía popular, y el contrato social. Los ideales ilustrados pronto fueron adoptados en Estados Unidos, país que promovió un sistema de gobierno democrático como resultado de su independencia de Inglaterra (Dalton, 2013; Ozouf, 1988). De igual manera, los países Latinoamericanos en su mayoría intentaron establecer gobiernos democráticos al independizarse de España. Tanto en Europa como en Estados Unidos y Latinoamérica, fueron fundamentales en el desarrollo histórico de estos movimientos separatistas, y la esta-

bilidad o inestabilidad política de las nuevas democracias, la publicación de panfletos, periódicos, y elementos propagandísticos de todo tipo (Palamara, 2017; Terán, 2006).

Siendo Estados Unidos el país en el que la democracia tuvo un arraigo más estable desde el inicio de su independencia, esta nación fue azas pionera en la implementación de mediciones de opinión, y en el desarrollo de referentes teóricos sobre el tema. En ese sentido, podemos encontrar la fundación de la empresa encuestadora Gallup en 1935, o la publicación del libro de Walter Lipmann (1922) "Public Opinion". Documentos en los que el tema electoral es el detonante principal. Posteriormente, el advenimiento de las grandes guerras mundiales promueve estudios sobre propaganda, contrapropaganda, y el debate respecto a la sostenibilidad de las diferentes formas de gobierno que se ensayan en la época –fascismo, democracia, comunismo (Lasswell, 1927).

Dicho debate continuó a la Segunda Guerra Mundial, y se instaló con fuerza durante la Guerra Fría, aunque ya sólo relacionado con el enfrentamiento democracia-comunismo. Los países líderes de los bloques opositores implementaron de forma institucional diversas estrategias de comunicación para controlar la opinión pública interna y externa (Osgood, 2002) . Finalmente, la democracia se impone, pese a lo cual no cesa de haber cuestionamientos respecto a la participación que la ciudadanía debe tener en las decisiones que toma el estado.

1.2 Estudios de opinión en Latinoamérica y México

Las democracias latinoamericanas, a diferencia de la estadounidense, fueron muy inestables en sus inicios. Si bien la opinión pública ha jugado un papel importante sin duda en la conformación de la relación entre los estados y la ciudadanía, el desarrollo de los estudios de opinión en América Latina se vio limitado por la ola de gobiernos autoritarios que caracterizaron a la región durante la mayor parte del siglo XX. Bajo un gobierno autoritario, no sólo la diversidad de opiniones es limitada, o difícil de observar, sino que el estudio de la opinión se vuelve irrelevante, puesto que la influencia del público en la toma de decisiones del estado es poca (Huneeus, 2010).

México resulta un buen ejemplo de lo anterior, puesto que trascendió de una dictadura a un sistema de partido único, y luego a un sistema de partido hegemónico, durante la primera mitad del siglo XX. El desarrollo académico de los estudios de opinión en ese contexto autoritario estuvo constreñido hasta que algunos sucesos como la masacre de 1968, las protestas estudiantiles, y la apertura comercial deri-

vada de la incipiente globalización, forzaron la apertura del régimen. Poco a poco, mayor apertura se tradujo en un mayor interés por estudiar las opiniones de las personas en términos sociales y comerciales. Así, las encuestas electorales, por ejemplo, despegan de forma relevante a partir de 1988, año en que las opciones electorales disponibles significaron un reto real para el partido hegemónico (Ai-Camp, 1997; Flores y Saldierna, 2017).

En el ámbito político y electoral, los estudios de opinión siguieron creciendo en importancia especialmente con relación a las elecciones presidenciales. Las elecciones iniciales del siglo XXI mostraron la adopción de modelos norteamericanos para dar seguimiento a la intención de voto de los mexicanos, tomando en cuenta variables como la identificación partidista, o la posición ideológica. Las empresas privadas dedicadas al estudio de la opinión electoral florecieron y recibieron además una amplia publicidad por parte de medios de comunicación tradicionales y emergentes.

En otro sentido, la apertura comercial y cultural que trajo consigo la globalización produjo cambios importantes en la cultura nacional y regional. Surgieron subculturas y grupos con ideologías no convencionales que sacudieron la rigidez estructural de los mexicanos. Nuevos productos, nuevas formas de producción, de consumo, y de promoción, tuvieron un efecto en diversificar los segmentos de consumidores. De forma que actualmente, los estudios de mercado y culturales son un insumo indispensable para aquellos operadores que quieren minimizar sus riesgos al momento de emprender algún negocio o proyecto comercial (Kocher y Minushkin, 2007).

Ambos fenómenos, la apertura comercial, y el fin de los gobiernos autoritarios, promovieron en la región el surgimiento de diferentes iniciativas para realizar estudios de opinión trascnacionales a nivel Latinoamérica. Estos estudios abordan temas culturales, religiosos, políticos, y de valores en términos generales. Algunos ejemplos de lo anterior son las encuestas de Latinobarómetro, la Encuesta Mundial de Valores (WVS), el Proyecto de Opinión Pública para Latinoamérica (LA-POP), y el capítulo latinoamericano de la World Association for Public Opinion Research (WaporLA).

1.3 De lo electoral a la participación no convencional

En un inicio, los estudios de opinión estuvieron marcadamente orientados al ámbito electoral. Autores como Campbell, Converse, Miller y Stokes (1960) exploraron los conceptos de identificación partidista y su influencia en el voto. Lazarsfeld (1947), por su parte, fue pionero en el estudio de la influencia de la publicidad y de la comunicación masiva en la conducta electoral de los norteamericanos. Anthony Downs (1957), promovió el uso de modelos matemáticos para conocer la utilidad que las personas percibían de su participación política.

Poco a poco los estudios se fueron diversificando. Primordial en esta diversificación fueron los trabajos sobre cultura política de Almond y Verba (1963), quienes hablaron de lo político como algo más allá del acto de votar, incorporando conceptos como la convivencia, la calidad de vida, los valores y las creencias de las personas que formaban parte de una comunidad.

De esta manera, se ha ido trascendiendo del estudio de la opinión como un activo de control social o de gobernanza, a considerar la opinión pública como algo mucho más amplio que integra la cultura con las decisiones institucionales de una nación o una región. Asimismo, el papel de la ciudadanía se revaloriza, de considerarla como una simple masa que consiente un mandato, a considerarla como una entidad que participa y demanda cierto nivel de responsividad por parte de sus autoridades, y que construye formas de convivencia política que van más allá de aquellas señaladas por las leyes o promovidas de forma institucional.

En ese sentido, los estudios de opinión han partido del estudio de lo electoral, al estudio de la participación ciudadana en términos convencionales y no convencionales. Se han diversificado para considerar los intercambios en la esfera pública como un proceso con consecuencias en las decisiones que afectan la vida de todos los actores que forman parte de una sociedad (Burstein, 2003; Odugbemi y Lee, 2011).

1.4 Medios tradicionales y medios emergentes

En otro orden de ideas, la evolución de los medios de comunicación, a través de los cuales es posible promover, moldear, o publicar opiniones, ha seguido un desarrollo muy similar al relatado con anterioridad. De manera que las explicaciones y teorías sobre la opinión pública y sus efectos se han ido modificando conforme a los alcances tecnológicos de los medios de comunicación.

En un inicio, por ejemplo, medios como la radio o la televisión tuvieron un efecto limitado sobre las masas, en tanto muchas personas no contaban con los medios

para adquirir una radio o un televisor. No obstante, estos medios se masificaron prontamente, y su efecto sobre las audiencias comenzó a ser evaluado de forma igualmente distinta (Katz y Lazarsfeld, 1955, Mutz, 1988).

La masificación de los medios de comunicación electrónicos, dio origen a una discusión sobre lo poderosos que podían ser sus efectos, y sobre las capacidades de las audiencias para resistirlos. Asimismo, se discutió sobre si la concentración de estos medios en unas cuantas manos supondría un riesgo para la democracia y la diversidad cultural. Durante el siglo XX quedó claro que en todo el mundo, gobiernos y élites políticas intentaron aprovecharse de las posibilidades masivas de medios como la televisión o el cine, para tratar de moldear la opinión y la cultura de un gran número de personas (Herman y Chomsky, 1988). En muchas ocasiones, y en México particularmente, esta intención fue hasta cierto punto exitosa (Fernandez y Paxman, 2000; Pérez, 1979). Sin embargo, en éste como en otros casos, la apertura comercial fue imponiéndose poco a poco y los medios concentrados tuvieron que diversificar su oferta, o se tuvo que consentir la existencia de competidores en el mercado de la comunicación (Orozco y Miller, 2017).

Finalmente, la llegada del internet y de redes de opinión basadas en internet ha hecho más difícil el monopolio de la información que puede ser trasmisida de forma masiva e inmediata. Este fenómeno ha planteado nuevas dificultades a los estudiosos de la opinión pública, que se han visto forzados a revisar y renovar sus ideas sobre las capacidades de la ciudadanía para generar opiniones, y se ha tenido que reflexionar nuevamente sobre el impacto que tiene la comunicación de las opiniones a través de estos medios, en las decisiones políticas y económicas que afectan la vida de un país o de una región (Lago y Marotias, 2007; Navia y Ulriksen, 2017).

1.5 Actualidad de los estudios de opinión

Como puede observarse por todo lo anterior, los estudios de opinión forman un campo académico en constante actualización. Esta actualización está impulsada por los cambios sociales que acontecen a niveles nacionales, regionales y mundiales. Por otra parte, el desarrollo tecnológico de los medios de comunicación, y de las herramientas de análisis disponibles, también exigen una formación constante de las personas y las organizaciones interesadas en el tema de la opinión pública.

Términos como big data, ciencia de datos, estadística multivariante, son ahora parte regular en el lenguaje de los estudios de opinión. Y no obstante, los acadé-

micos dedicados a esta área no deben olvidar fundamentar sus observaciones utilizando paradigmas básicos de la comunicación y las ciencias sociales. Hay campo, pues, para que confluyan distintas ciencias y disciplinas en el esfuerzo de conocer qué es la opinión pública, cómo se inhibe, cómo se alienta, y cuáles son sus efectos en el ambiente político de las personas que expresan o no una opinión.

1.6 Factibilidad

Tomando como referencia la actualización constante de los conceptos, técnicas, tecnologías y teorías asociadas a la opinión pública, se propuso reestructurar el plan de estudios de la Especialización de Estudios de Opinión a cinco años de su formulación más reciente. Para fundamentar lo anterior, se realizó un estudio de factibilidad tomando en cuenta cinco fuentes de información; a)una entrevista semi-estructurada a profesoras y profesores del Núcleo Académico Básico (NAB), b)una encuesta de seguimiento a egresados del programa, c)una encuesta de opinión a estudiantes de la generación 2017-2018 cursando el semestre final, d)una encuesta a empleadores potenciales, y e)métricas sobre el egreso del programa.

Los miembros del NAB apostaron en sus respuestas por realizar una reestructuración de carácter multidisciplinario, que incorpore las nuevas tecnologías en el estudio de la opinión pública. Esto no sólo respecto a los métodos de aprendizaje, sino también en relación con los escenarios en que la opinión puede ser observada, que se han transformado a partir del desarrollo de internet.

La encuesta a egresados mostró, por su parte, que los egresados del programa cuentan con altas tasas de empleabilidad, que están empleados en áreas relacionadas con los estudios de opinión, o estudiando posgrados con la misma línea de investigación. Asimismo, se observó que a partir de su egreso de la EEO, la mayoría de los participantes en este sondeo percibió una mejora en su situación económica.

Tanto egresados como estudiantes actuales coincidieron al señalar que su experiencia cursando el programa de posgrado fue muy positiva. Lo más positivo de esta experiencia, a decir de los encuestados, fueron sus profesores y el ambiente académico; lo menos positivo, por otra parte, se relacionó con la flexibilidad de las materias, las opciones de movilidad, y las oportunidades de formación continua.

Los empleadores –entre los que participaron organismos reconocidos del ámbito del estudio de la opinión como Beltrán y Asociados, el Instituto Nacional Electoral, o Round Vox– se centraron en demandar un especialista en estudios de opinión

con una fuerte formación técnica y metodológica. Reconocieron principalmente las habilidades en estadística y diseño de estudios cuantitativos y cualitativos como deseables. Por otra parte, no les pareció tan importante la inclusión de experiencias teóricas en la formación de los estudiantes. Además de lo anterior, mencionaron que un egresado de nuestro programa debería tener la capacidad de formar vínculos entre sus habilidades técnicas, y las diferentes áreas en las que se desarrollan los estudios de opinión como la política y la mercadotecnia.

Cómo resultado general de este análisis puede observarse que el especialista en estudios de opinión es un profesional valioso, demandado en diferentes sectores, cuyas habilidades técnicas y metodológicas son bien apreciadas. No obstante, estas habilidades deben adecuarse al contexto de su desempeño profesional y debe enriquecerlas con un conocimiento especializado de la materia a la que dedique su labor.

Por último, en lo que respecta al egreso del programa, este ha aumentado progresivamente hasta estabilizarse en las últimas dos generaciones, en los años 2016-2018. A partir de su consolidación dentro del PNPC, la capacidad de ingreso se ha fijado en 10 estudiantes por generación, teniendo siempre una mayor demanda que este límite en los procesos de selección universitarios.

1.6.1 Oferta educativa nacional e internacional

En el país, dentro del Padrón Nacional de Posgrados de Calidad sólo existen dos programas específicamente orientados al estudio de la opinión; la Maestría en Opinión Pública y Marketing Político de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, y la Especialización en Estudios de Opinión de la Universidad Veracruzana.

Además de estos programas, existen siete posgrados en PNPC con al menos una línea de investigación en estudios de opinión u opinión pública. Estos son:

- La Maestría en Ciencias Políticas de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
- La Maestría en Periodismo sobre Políticas Públicas del Centro de Investigación y Docencia Económicas
- La Maestría en Ciencias Políticas de la Universidad Autónoma de Nuevo León
- La Maestría en Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Zacatecas

- La Maestría en Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
- La Maestría en Comunicación de la Universidad Autónoma de México; y
- El Doctorado en Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de México.

Aunado a lo anterior, existen programas de posgrado en universidades privadas, que no tienen el reconocimiento en PNPC, sin embargo; contemplan líneas de investigación en opinión pública. A continuación se detalla algunas de ellas:

- La Maestría en Comunicación Política y Marketing Electoral de la Universidad Modelo, con sede en Yucatán.
- La Maestría en Comunicación para la Acción Política y Social, de la Universidad Simón Bolívar, en Ciudad de México.
- La Maestría en Estrategias de Comunicación Política y Social de la Universidad Kino, con sede en Sonora.

Por otra parte, en Iberoamérica se ofertan los siguientes posgrados relacionados con la opinión pública:

- El Máster en Gestión de la Opinión Pública de la Universidad de Valencia, en España
- La Maestría en Investigación en Comunicación con Mención en Opinión Pública, de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, con sede en Ecuador.
- El Posgrado en Opinión Pública y Comunicación Política, de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, con sede en Argentina.

No obstante, la mayoría de estudios de posgrado en temas de opinión pública podemos encontrarlos en Norteamérica. Como ejemplo de lo anterior, la American Association for Public Opinion Research (AAPOR) proporciona en su sitio Web una serie de enlaces a los siguientes programas de estudio:

- Data Analytics and Applied Social Research, del Queen's College.
- Graduate Program in Survey Research, de la Universidad de Connecticut
- Penn Program on Opinion Research and Election Studies de la Universidad de Pennsylvania

- Graduate Certificate Program in Public Opinion and Survey Research, de la Universidad de Cincinnati.

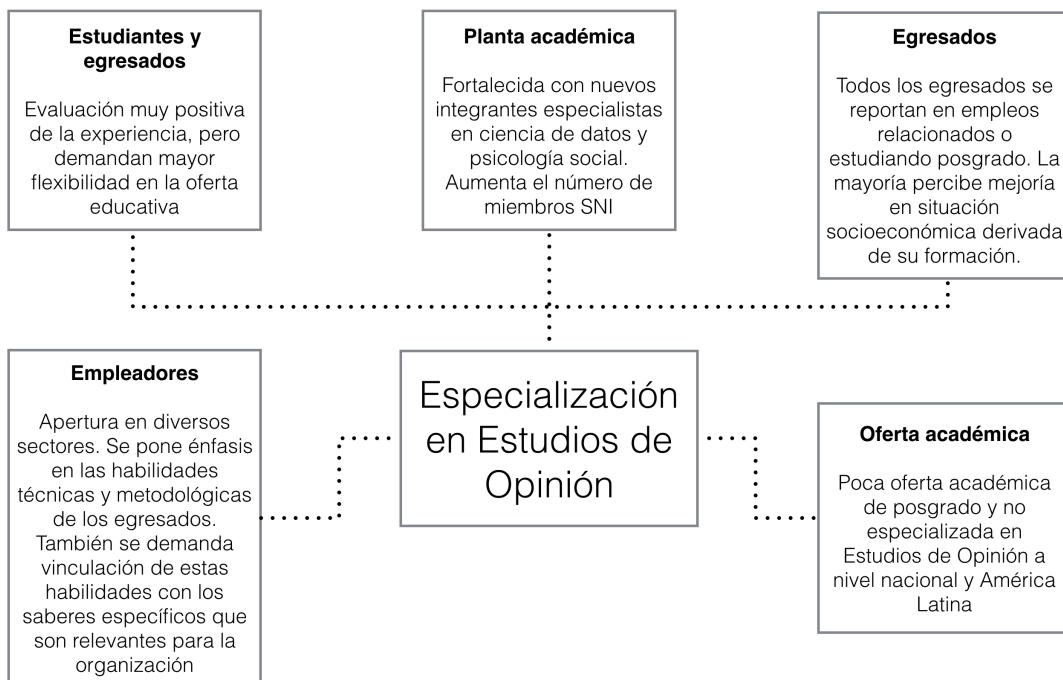
Entre otros programas con un fuerte enfoque en la metodología de estudios por encuestas.

En retrospectiva, las ventajas del programa de la EEO radican en que no existen nacionalmente programas enfocados totalmente a los estudios de opinión. Los programas nacionales, además, son fuertes en cuanto a la discusión teórica de la opinión pública, pero adolecen de una formación sólida en métodos estadísticos. Por último, la inclusión del Laboratorio para el Análisis de Información Generada a través de Redes Sociales e Internet (LARSI), y la apertura de una LGAC relacionada con este laboratorio representa una innovación en relación con la totalidad de los programas de posgrado en estudios de opinión que operan en el país.

1.6.2 Conclusiones generales de factibilidad

En conclusión, existen buenas perspectivas de que el programa tenga continuidad de manera sustentable. Las experiencias de los estudiantes y egresados son positivas, la oferta especializada de formación similar es escasa en México y Latinoamérica, y los empleadores valoran las habilidades del especialista en estudios de opinión. Tomando en cuenta lo anterior, y con el fin de incrementar la competitividad del programa, se realizó el resumen que se observa en la Figura 1, con los lineamientos del análisis de factibilidad a tomar en cuenta en la reestructura curricular del posgrado.

Figura 1. Resumen del análisis de factibilidad



1.7 Marco legal del programa de posgrado

De acuerdo con los organigramas vigentes de la Universidad Veracruzana, el Centro de Estudios de Opinión y Análisis, la unidad académica que oferta el programa de posgrado, está supeditada a la Dirección General de Investigaciones. Esta dirección, a su vez, depende de la Dirección General de la Unidad de Estudios de Posgrado, que en orden jerárquico ascendente depende de la Secretaría Académica, y finalmente, de Rectoría.

El programa en sí se encuentra regido por el Reglamento General de Estudios de Posgrado 2010 de la UV, el programa depende de las siguientes instancias académicas:

- I. El Consejo Universitario General.
- II. Las Comisiones Académicas por Área.
- III. La Secretaría Académica.
- IV. Los Directores Generales de Área Académica.
- V. La Junta Académica

- VI. El Coordinador de la Entidad Académica.
- VII. El Consejo Técnico u Órgano Equivalente.
- VIII. El Coordinador del Programa de Posgrado.

Y se encuentra sujeto a las siguientes disposiciones normativas de la Universidad Veracruzana:

- X. Estatuto General.
- XI. Estatuto de los Alumnos 2008.
- XII. Estatuto del Personal Académico.
- XIII. Reglamento General de Estudios de Posgrado 2010.

2. FUNDAMENTACIÓN ACADÉMICA

Como se ha mencionado, los estudios de opinión han experimentado un repunte en el mundo impulsadas por la tercera ola de la democratización. Esto es, como lo apunta Habermas (1974), la opinión pública se fortalece en un contexto en el que existe un estado de derecho garante de las libertades civiles, en particular de la libertad de expresión, a partir del cuál las personas pueden experimentar una relación más horizontal con sus autoridades y con las instituciones del estado.

Por otra parte, en el mundo y en América Latina se han implementado una serie de políticas de corte neoliberal, que aunque en ocasiones enfrentan alguna resistencia, ponen de manifiesto una tendencia clara hacia la globalización de la economía y el fortalecimiento del libre mercado. Esto promueve un clima de competencia entre las empresas, que requieren estar actualizadas día con día con información respecto a las percepciones, opiniones, actitudes y comportamientos de sus potenciales consumidores.

De la misma manera, existen en el mundo una serie de conflictos sociales protagonizados por ciudadanos, organizaciones de la sociedad civil, e instituciones de gobierno, que buscan controlar la opinión pública como parte de las estrategias para impulsar una agenda política.

Todo lo anterior, ha hecho de los estudios de opinión un insumo valioso en los países democráticos, propiciando la aparición y consolidación de empresas reconocidas en este ámbito como Gallup, Ipsos, Harris, Nielsen; y en México, Mitofsky, Buendía y Laredo, Gea-ISA, Beltrán y Asociados, entre otras.

2.1 Antecedentes del programa educativo

En el año 2005 se crea la Red Universitaria de Estudios de Opinión en la Facultad de Estadística e Informática de la Universidad Veracruzana, con el objetivo de realizar estudios de opinión institucionales y de brindar servicio a entidades públicas y privadas. Esta red queda adscrita a la Dirección General de Investigaciones y en 2010 promueve un programa académico integral, mismo que es ratificado por el Consejo Universitario General en 2012; naciendo de esta manera el Centro de Estudios de Opinión y Análisis (CEOA), y su programa de Especialización en Estudios de Opinión.

El CEOA desde sus inicios ha sido un referente académico en el campo de la opinión pública, y asimismo es notable su vinculación con el desarrollo social a nivel regional y nacional.

2.2 Fundamentos de la enseñanza

Los fundamentos de la enseñanza del programa se basan en las directrices del documento base del Modelo Educativo Integral y Flexible (MEIF) de la Universidad Veracruzana (1999), y de la teoría que sustenta el Aprendizaje por Proyectos.

Por una parte, el programa de posgrado de la EEO comparte el objetivo general expresado en el MEIF, es decir, busca:

Propiciar en los estudiantes de las diversas carreras que oferta la Universidad Veracruzana una formación integral y armónica: intelectual, humana, social y profesional.

Lo anterior a través de la integración en el programa de los ejes formativos: intelectual, humano, social, y profesional.

En el ámbito intelectual, en el programa se desarrollan los saberes teóricos y metodológicos desde perspectivas multidisciplinarias (la psicología, la comunicación, la estadística, la ciencia de datos). En el aspecto humano, el desarrollo ético a través del conocimiento de los códigos deontológicos de la profesión está representado en una de las experiencias educativas. En el ámbito social, los trabajos receptionales de los estudiantes se orientan a problemáticas pertinentes en la comunidad, con el objetivo de generar los fundamentos para su abordaje y solución. Profesionalmente, se asienta en el programa la participación de los estudiantes en las actividades de vinculación y extensión de la entidad académica.

El programa de la EEO además recupera el principio de flexibilidad del MEIF. De los 60 créditos que el estudiante debe obtener para egresar, 17 (28% del total) son de libre elección entre optativas y actividades académicas.

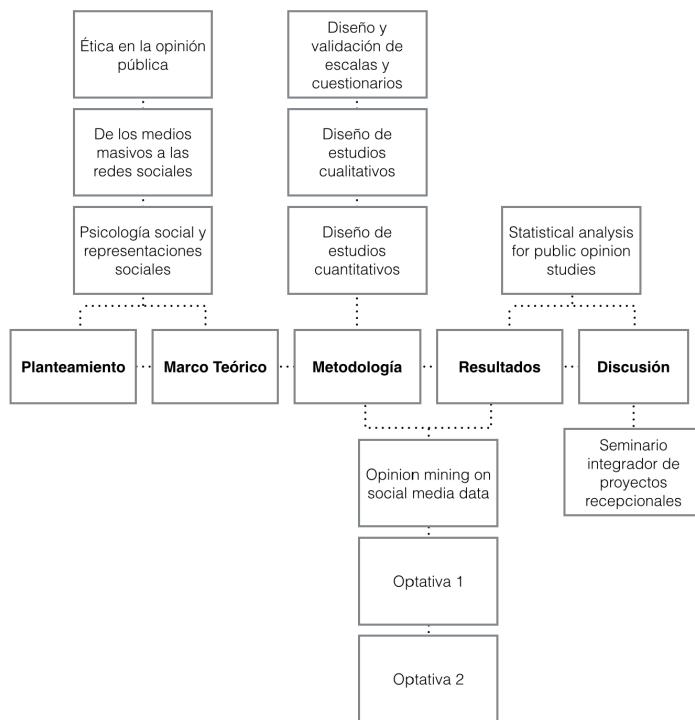
En cuanto al Aprendizaje por Proyectos, consiste en una metodología para la enseñanza a través de la acción, que se fundamenta en la teoría de aprendizaje significativo de Ausubel y en el constructivismo de Vigotsky (Bernabeu, 2009; Mujica, 2012). El aprendizaje significativo tiene un impacto específico en la educación de los adultos, quienes buscan aprender por un interés pragmático, y no buscan sólo el conocimiento por el conocimiento (Boned, 2015). En congruencia con este principio, los estudiantes de la EEO deben desarrollar su proyecto recepcional a lo

largo de los dos semestres de su formación. Por tal motivo, todas las experiencias educativas del programa, salvo las optativas, están ligadas al desarrollo del proyecto recepcional a través de las evidencias de evaluación, como se observa en la Figura 2.

Como se muestra en las cartas descriptivas de las experiencias educativas, todas ellas conceden gran peso en la evaluación a la presentación de un proyecto final que en la mayoría de los casos se integra como parte del proyecto recepcional.

Por último, la participación de los estudiantes en proyectos de vinculación y extensión de la entidad académica refuerza su práctica en ambientes significativos, que requieren de ellos la conceptualización y afrontamiento de problemas reales.

Figura 2. Vinculación entre experiencias educativas y proyecto recepcional



3. OBJETIVOS CURRICULARES

3.1 Misión

Contribuir al desarrollo profesional de los estudios de opinión a través de la investigación aplicada y la formación de recursos humanos, en congruencia con las funciones sustantivas de nuestra universidad, para generar conocimiento y su distribución social.

3.2 Visión

Ser un programa de posgrado reconocido en el país en materia de opinión pública por la calidad de sus egresados, de sus trabajos recepcionales, del proceso de formación académica, y por su vinculación con la sociedad mexicana.

3.3 Objetivo general

Formar especialistas expertos en materia de opinión pública capaces de realizar observaciones empíricas en este campo, y de fundamentar con evidencias la toma de decisiones en los sectores comercial, político, científico y comunitario en los que se desempeñen, con el fin de promover la convivencia, la gobernanza, el desarrollo económico, y la justicia social.

3.4 Objetivos específicos

Desarrollar en los estudiantes las competencias necesarias para que dominen los conceptos fundamentales relacionados con el estudio de la opinión pública.

Capacitar a los estudiantes en el uso de técnicas específicas para la recolección y análisis de datos de opinión pública utilizando las herramientas tecnológicas más novedosas en el campo.

Formar estudiantes críticos, capaces de utilizar su dominio teórico y sus propias observaciones en la detección de problemas y en el mejoramiento de su comunidad.

3.5 Metas

Alcanzar en el corto plazo el nivel de Internacionalización en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad.

Alcanzar el 80% de eficiencia terminal en las generaciones de la Especialización en Estudios de Opinión por cohorte generacional.

Que al menos el 70% de los estudiantes de cada generación realice movilidad académica nacional o internacional, por corte generacional.

Que el 50% de los estudiantes del posgrado se vincule a uno de los proyectos de investigación registrados en el SIREI.

Que al menos el 30% de los estudiantes participen en proyectos de extensión y vinculación del CEOA, por corte generacional.

Que el 50% de los estudiantes participe en actividades académicas de difusión (congresos, simposios, seminarios) de alcance nacional o internacional, por cohorte generacional.

Que al menos el 30% de los estudiantes envíen un artículo de investigación en conjunto con su director de tesis, en revista arbitrada, por cohorte generacional.

4. RECURSOS HUMANOS, MATERIALES Y DE INFRAESTRUCTURA ACADÉMICA

4.1 Personal académico

Para la operación del Programa de Estudios de Posgrado de la Especialización en Estudios de Opinión, el Núcleo Académico Básico (NAB) está integrado por cuatro doctoras y tres doctores, cinco de ellos pertenecen al Sistema Nacional de Investigadores (SNI).

Los integrantes del NAB son especialistas en el área de los estudios de opinión, TIC's, estadística, educación, representaciones sociales, medios de comunicación, comunicación y psicología, se adjunta reseña curricular básica en el Anexo D de este plan de estudios.

Los académicos que participan como docentes, directores y tutores dentro del Programa de Posgrado se observan en la Tabla 1.

Tabla 1. Adscripción del personal académico

Profesores de Tiempo Completo					
Nombre	Entidad de Adscripción	Último Grado Académico	SN I	PRODE P	
Claudio Rafael Castro López	Facultad de Estadística y Ciencias de la Computación	Doctorado	No	Sí	
Carmen Dolores Patricia Andrade del Cid	Facultad de Estadística y Ciencias de la Computación	Doctorado	Sí	Sí	
Rubén Flores González	Centro de Estudios de Opinión y Análisis	Doctorado	Sí	No	
Carlos Piña García	Centro de Estudios de Opinión y Análisis	Doctorado	Sí	No	
Jeysira Jaqcueline Dorantes CarrIÓN	Centro de Estudios de Género de la Universidad Veracruzana	Doctorado	Sí	Sí	
Laura Oliva Zárate	Instituto de Psicología y Educación	Doctorado	Sí	Sí	
Patricia del Carmen Aguirre Gamboa	Facultad de Ciencias de la Educación	Doctorado	No	Sí	
Profesores de Tiempo Parcial					
Nombre	Entidad de Adscripción	Último Grado Académico	SN I	PRODE P	
Guadalupe Aurora Maldonado Berea	Instituto de Ciencias de la Educación de la Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca	Doctorado	Sí	Sí	
Yolanda Ramírez Vázquez	Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas de la Universidad Veracruzana	Doctorado	No	No	

4.2 Personal administrativo, de apoyo, técnico y manual

Al presente se cuenta con 4 personas de apoyo técnico y manual, profesionistas de las áreas de estadística, recursos humanos, e informática. Todos con al menos un posgrado, que brindan soporte a las tareas administrativas de la dependencia,

así como de la coordinación del programa educativo, y dan mantenimiento y soporte a la infraestructura informática del CEOA.

4.3 Materiales e infraestructura académica

Para la operación de la EEO, se cuenta con la infraestructura física y de equipo ya instalada en la Universidad Veracruzana:

Un aula iluminada y con ventilación adecuada en el Edificio del CEOA de la UV para los cursos presenciales y de tutorías, con capacidad para 30 personas, el cual tiene los siguientes servicios: internet inalámbrico, pizarrón de plumón, mesas individuales y sillas acoljinadas, pantalla para proyección, un cañón retroproyector y una computadora portátil para uso exclusivo de la EEO. Cada profesor del NAB, adscrito al CEOA, dispone de un cubículo con las siguientes características: computadora, internet inalámbrico, escritorio fijo con cajoneras, sillas, teléfonos con extensiones, libreros, archiveros y con un espacio para recibir alumnos y trabajar en tutorías.

Bases de datos y estudios de opinión realizados, cuantitativos y cualitativos, realizados por el CEOA de la UV y un acervo de programas para el análisis de datos derivados de estudios de opinión.

Se cuenta a su vez con el apoyo y asesoría de un especialista en servicios informáticos para la atención técnica a cada uno de los usuarios que lo requiera. Dos proyectores de video o cañones, dos impresoras y un scanner, servicio de internet inalámbrico, teléfono con extensiones, y una cámara de video. El CEOA cuenta con un cubículo de consulta bibliográfica y elaboración de tareas para estudiantes y profesores de la EEO con un horario de 9:00 AM A 8:00 pm; una biblioteca con materiales especializados en Estudios de Opinión en el CEOA. Asimismo, el centro de cómputo ubicado en la Unidad de Servicios Bibliotecarios (USBI) de la Universidad Veracruzana, región Xalapa está disponible para uso de los estudiantes de la EEO.

Las Unidades de Servicios Bibliotecarios (USBI's), también cuentan con salas de videoconferencias para enlazarse con las cinco regiones de la UV: Xalapa, Veracruz-Boca del Río, Poza Rica- Tuxpan, Córdoba-Orizaba, Coatzacoalcos-Minatitlán, donde se realizan conferencias, eventos académicos, y seminarios especializados de la EEO, según lo establece el Plan de Estudios y sus programas de cada asignatura.

5. PERFIL DEL ALUMNO Y REQUISITOS DE INGRESO

El aspirante a la Especialidad en Estudios de Opinión deberá poseer los siguientes, conocimientos, habilidades, actitudes y valores que se mencionan a continuación.

Conocimientos

- Nociones básicas de metodología de la investigación.
- Conocimientos básicos de estadística.
- Dominio de la comunicación escrita y oral; buena redacción y ortografía.
- Dominio de ofimática; procesador de textos, editor de presentaciones, y procesador de hojas de cálculo.
- Saberes digitales elementales; correo electrónico, redes sociales, almacenamiento y distribución de archivos en entornos virtuales.
- Dominio del idioma inglés para la lectura de textos relacionados con los estudios de opinión comprobable mediante examen EXAVER 2 o equivalente.

Actitudes

- Actitud crítica sobre el desarrollo y valoración de los estudios de opinión.
- Actitud favorable a la lectura y la escritura.
- Actitud favorable al análisis matemático.
- Actitud favorable al trabajo en grupo.
- Actitud de superación profesional y académica.

Habilidades

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Búsqueda de información confiable de alta calidad.
- Discusión constructiva.
- Trabajo en equipo.

Valores

- Honestidad académica manifiesta en el uso apropiado que se hace de las ideas de otros autores en un texto propio.
- Responsabilidad para cumplir con las obligaciones que entraña el ser estudiante de un posgrado de alta calidad.
- Honradez en la gestión de recursos humanos, materiales y financieros, involucrados en la realización de los estudios de opinión.
- Respeto al discutir con otros miembros de la comunidad académica, y al evaluar sus aportaciones y proyectos.
- Respeto hacia la diversidad de planteamientos y metodologías asociados a la realización de estudios de opinión.
- Respeto a los derechos humanos y a la diversidad de las personas que integran la comunidad académica de la Universidad Veracruzana.

5.1 Requisitos de ingreso

Para ingresar a la Especialización en Estudios de Opinión, los aspirantes deberán reunir los siguientes requisitos, además de los estipulados en la convocatoria de posgrado.

- Título de nivel licenciatura en cualquier área del conocimiento.
- Cédula profesional de nivel licenciatura.
- Certificado legalizado de nivel licenciatura.
- Tener promedio de mínimo de 8.0 en los estudios de licenciatura.
- Aprobar el examen de conocimientos EXANI III, salvo en el caso de los aspirantes residentes en el extranjero, que están exentos de este requisito.
- Obtener resultado aprobatorio en la entrevista con el Comité de Admisión del Programa de Posgrado, quien valorará los conocimientos, habilidades, actitudes e intereses de los aspirantes, así como su currículum vitae.
- Presentar dos cartas de recomendación académicas de investigadores o docentes con posgrado de nivel mínimo de maestría.
- Presentar un anteproyecto que tendrá un máximo de 10 cuartillas inserto en alguna de las LGAC del programa.
- Presentar una carta de exposición de motivos por los que desea ingresar al programa de posgrado.

- Constancia de acreditación del examen EXAVER II; o TOEFL Interinstitucional con puntuación superior a 450 puntos. En el caso de aspirantes cuya lengua materna no sea el español, demostrar el dominio del idioma español.
- Curriculum vitae en original y una copia (para cotejo) de la documentación comprobatoria.

5.2 Procedimiento (administrativo) de admisión y selección de aspirantes

La Dirección General de la Unidad de Estudios de Posgrado emite convocatoria para ingreso a los posgrados de la Universidad Veracruzana. Una vez emitida esta convocatoria, se abre una plataforma en la que los aspirantes se registran en el programa que sea de su interés. Realizado su registro, la coordinación de la Especialización en Estudios de Opinión recoge a través de la plataforma y correo electrónico la documentación de los aspirantes a ingresar al programa. Asimismo, a través de correo electrónico, los aspirantes hacen llegar a la coordinación del posgrado su anteproyecto de investigación.

La coordinación de la Especialización en Estudios de Opinión comprueba la validez de la documentación presentada por los aspirantes, y revisa el anteproyecto en búsqueda de faltas a la honestidad académica o plagio. De inmediato, se rechazan aquellas solicitudes de personas que incurran en plagio académico en el anteproyecto presentado. Hecho esto, se forman comisiones con los profesores del Núcleo Académico Básico para realizar las siguientes tareas:

- Evaluar los anteproyectos según su pertinencia, calidad, innovación, trascendencia y apego a las LGAC's de la Especialización en Estudios de Opinión.
- Entrevistar a los aspirantes para evaluar su motivación y dominio de la propuesta que presentan como anteproyecto de investigación.

Realizadas las entrevistas, una comisión de integrantes del Núcleo Académico Básico elaborará las cédulas de evaluación de los aspirantes. Estas cédulas de evaluación deberán considerar las siguientes ponderaciones respecto a los elementos mencionados en la Tabla 2, que componen la evaluación especial de ingreso:

Tabla 2. Dimensiones de la evaluación especial de ingreso

Criterio	Porcentaje
Currículum Vitae	10%
Anteproyecto	30%
Entrevista	30%
EXANI III	20%
Constancia de estudios de lengua extranjera	10%
Total	100%

Cuando se requisen las cédulas de todos los aspirantes, se realiza la selección de las aspirantes o aspirantes que hayan obtenido una mayor puntuación en las cédulas de evaluación, hasta llenar el cupo generacional determinado por la coordinación del posgrado y la coordinación de la entidad académica.

5.3 Requisitos de inscripción administrativa

El proceso de inscripción al Programa Educativo de Posgrado de la Especialización en Estudios de Opinión (EEO), se lleva a cabo mediante los siguientes pasos:

- El aspirante deberá haber cumplido en su totalidad con la entrega de los documentos solicitados.
- Mediante el Sistema Integral de Información Universitaria (SIIU) se generará la orden de pago de cada aspirante, donde se indicará el monto correspondiente a pagar para que pueda ser inscrito oficialmente.
- El aspirante deberá presentarse en la Coordinación de la EEO para recoger su orden de pago, y posteriormente dirigirse al banco de su preferencia.
- Una vez realizado el depósito, el aspirante regresará a la Coordinación de la EEO para entregar una copia del baucher, el cual, será integrado a su carpeta física y electrónica.
- Como último paso, el aspirante será inscrito de manera oficial mediante el SIIU, en donde se capturarán los datos de identificación correspondientes.

6. PERFIL Y REQUISITOS DE PERMANENCIA, EGRESO Y TITULACIÓN

Los egresados de la Especialización en Estudios de Opinión bajo el presente plan de estudios compartirán el siguiente perfil.

Conocimientos

- En métodos de investigación cuantitativa y cualitativa aplicados al estudio de la opinión.
- Fundamentos teóricos sobre el desarrollo y la práctica de los estudios de opinión.
- Dominio de técnicas de recolección y análisis de la información relacionada con la opinión pública.
- Dominio intermedio de ciencia de datos aplicada a los estudios de opinión.
- Conocimiento de códigos deontológicos especializados en el manejo de la información y la difusión de estudios de opinión.
- Dominio de software especializado en análisis estadístico y en análisis cualitativo, aplicado a datos de opinión.
- Manejo de software especializado en organización y tratamiento de bases de datos de opinión.
- Estadística descriptiva e inferencial a nivel intermedio.
- Interpretación integral y socialmente pertinente de datos de estudios de opinión.

Actitudes

- Trabajo en equipos multidisciplinarios
- Reflexión ética en la práctica profesional
- Responsabilidad y profesionalismo
- Apertura al aprendizaje y actualización

Habilidades

- Diseño, desarrollo y evaluación de estudios de opinión profesionales.
- Diseño de instrumentos confiables para la observación de la opinión pública.
- Liderazgo de grupos para la aplicación de instrumentos de recolección de información.
- Comunicación profesional de observaciones realizadas relacionadas con los estudios de opinión.
- Habilidad para incorporar nuevos saberes y herramientas de trabajo en su práctica profesional.

- Visión heurística para interpretar datos de estudios de opinión y proponer soluciones fundamentadas en esos datos.

Valores

- Respeto a los derechos humanos y a la diversidad de opiniones de las personas que integran la sociedad.
- Apegio a los códigos deontológicos que guían la labor profesional del especialista en estudios de opinión.
- Responsabilidad en el cumplimiento de las obligaciones profesionales del egresado.
- Respeto a los miembros del equipo de trabajo con los que interactúe el egresado en su práctica profesional.
- Responsabilidad en la recopilación, tratamiento y comunicación de datos personales en la práctica profesional del egresado.
- Honestidad en el desarrollo y comunicación de resultados de estudios de opinión.

6.1 Requisitos de permanencia

Los requisitos de permanencia que debe observar el estudiante son:

- Cumplir con los aspectos de escolaridad determinados en el Programa de la Especialización.
- Acreditar el total de créditos del periodo escolar inmediato anterior.
- Acudir a las sesiones de asesoría con su tutor, en forma presencial o bien a través del enlace virtual en caso necesario.
- Participar en los coloquios de presentación de avances de proyecto receptional, con el aval y visto bueno del director del proyecto y uno de los tutores, ante especialistas en las temáticas desarrolladas.
- Ser respetuoso en su interacción con la comunidad académica del Centro de Estudios de Opinión y de la Universidad Veracruzana.
- Presentar al Coordinador del Posgrado al final de cada periodo escolar un informe de avance del trabajo de tesis avalado por el Director de Tesis.
- Cumplir con los pagos arancelarios y cuotas de recuperación que se establezcan.

6.2 Requisitos de egreso

- No tener adeudos arancelarios y de ningún tipo con la Universidad Veracruzana.
- Haber concluido con el aval de su tutor el proyecto de intervención.
- Presentar de manera individual ante un jurado, el resultado definitivo de su trabajo excepcional en un plazo no mayor a seis meses después de haber cubierto los créditos totales estipulados en el plan de estudios.
- Los demás requisitos de egreso que estipule el Reglamento General de Estudios de Posgrado, vigente.

Asimismo, el proceso de egreso del Programa Educativo de Posgrado de la Especialización en Estudios de Opinión (EEO), se lleva a cabo mediante los siguientes pasos:

- Comprobación de no adeudo arancelario y de ningún tipo con la Universidad Veracruzana.
- Comprobación de no ser deudor de algún documento a la Coordinación de la EEO.
- Comprobación de cumplimiento de créditos establecidos por la EEO.
- Pago del arancel de expedición de certificado completo en cualquier caja de la UV.

Para el trámite del certificado de estudios completo se requiere la siguiente documentación de parte del egresado:

- Fotocopia legible del acta de nacimiento
- Fotocopia legible de la CURP
- 6 fotos tamaño credencial ovaladas en blanco y negro, papel mate, con retoque, mujeres con blusa blanca y saco negro, hombres camisa blanca y saco negro.
- Arancel de pago en original.

6.3 Requisitos de titulación

El proceso de titulación del Programa Educativo de Posgrado de la Especialización en Estudios de Opinión (EEO), se lleva a cabo mediante los siguientes pasos:

- Entrega de la liberación de tesis a la Coordinación de la EEO (alumno).

- Entrega del formato donde se den a conocer los sinodales propuestos para el examen de obtención de grado a la Coordinación de la EEO (alumno).
- Envío de invitación formal a los sinodales para invitarlos a ser parte del jurado, en caso de aceptar se le envían los documentos correspondientes, que son el trabajo final, dictamen de tesis y el voto aprobatorio (EEO).
- Entrega de los tres dictámenes y los tres votos aprobatorios en físico a la Coordinación de la EEO (alumno).
- Asignación de fecha para la realización del examen de grado.
- Entrega de 6 tesis digitales (1 para el director, 3 para los sinodales, 1 para biblioteca UV y 1 para archivo de la EEO).
- Realización del examen de grado, donde se deliberará el resultado del mismo por los sinodales y se entregará la debida acta de examen al alumno

6.4 Obtención del diploma

El proceso para la obtención del Diploma del Programa Educativo de Posgrado de la Especialización en Estudios de Opinión (EEO), se lleva a cabo en Administración Escolar de la Universidad Veracruzana, y se deberán entregar en original y dos fotocopias de los siguientes requisitos:

- Solicitud DGP para el registro de Diploma de Especialidad o Especialización y expedición de cédula profesional.
- Comprobantes de pago referenciado por expedición de diploma y gestión de cédula profesional (una fotocopia). (La hoja de ayuda se proporciona en Oficialía Mayor).
- Comprobante de pago referenciado por registro de diploma de especialidad y expedición de cédula (original y tres copias). La hoja de ayuda se obtiene en <http://www.uv.mx/escolar/funciones/formatos/dpa-especialidad.pdf>
- Fotocopia legible de la cédula profesional de nivel licenciatura por ambos lados.
- 6 fotografías tamaño título, reciente (de 6 cm de ancho por 9 cm de alto, ovalada, en blanco y negro, fondo blanco, en papel mate, de frente, con una distancia de 1.5 cm, de la parte superior de la cabeza a la orilla superior de la fotografía, 4 cm de la parte superior de la cabeza al límite inferior de la barbilla, con ropa formal, saco oscuro, camisa o blusa color claro, lisa, los hombres con corbata oscura), sin manchas, agujeros por grapas, dobleces

u otros, con nombres y apellidos completos escritos al reverso sin estropearla.

- Dos fotografías tamaño infantil recientes, en blanco y negro, con retoque, en papel mate, con nombre y apellidos escritos al reverso sin estropearlas.
- Acta de nacimiento, original y fotocopia, legible, con firma y sello, expedida por el Registro Civil o Carta de Naturalización, en su caso.
- Certificado de Estudios de la Especialidad o Especialización, legalizado o acompañado de los requisitos para su legalización, original y fotocopia.
- Fotocopia certificada del acta de examen final.
- CURP, fotocopia legible.

7. PERFIL DEL ACADÉMICO

Los académicos que participen en las actividades de la Especialización en Estudios de Opinión como directores de tesis, tutores, y docentes deberán cumplir con el siguiente perfil en cuanto a conocimientos, habilidades, actitudes y valores.

Conocimientos

- Tener título de maestría.
- Mostrar dominios claros y probados acerca de las temáticas de las asignaturas del plan de estudios.
- Dominar estrategias centradas en el aprendizaje para aplicarlas en su labor docente con los estudiantes.
- Utilizar tecnología de punta y conocimientos multimodales de educación, para el ejercicio de la docencia.

Habilidades

- Facilitar la generación de un ambiente de aprendizaje propicio en la interacción con estudiantes.
- Comunicar efectivamente el conocimiento por vía oral y escrita.
- Organizar actividades que involucren el trabajo en equipo por parte los estudiantes.
- Incentivar el diálogo, reflexión y análisis sobre cuestiones teóricas y metodológicas enfocados a los Estudios de Opinión.

Actitudes

- A la discusión del conocimiento a partir de la interacción con los estudiantes de la Especialización.
- Apertura para analizar soluciones alternativas a los problemas que se presenten en su práctica docente.
- Actitud favorable al trabajo con los estudiantes de la Especialización.

- Actitud favorable al abordaje multidisciplinario del conocimiento.

Valores

- Respeto a los derechos humanos de los estudiantes y colegas que forman parte de la comunidad académica.
- Respeto a la diversidad ideológica y de carácter de las personas que integran la comunidad académica de la Especialización.
- Pasión por la búsqueda de conocimiento certero y verificable.
- Responsabilidad en el cumplimiento de sus actividades académicas.
- Honestidad en el cumplimiento de sus actividades académicas.
- Respeto por el trabajo de los colegas docentes y asimismo por el trabajo de los estudiantes.
- Puntualidad

8. DISEÑO CURRICULAR

8.1 Mapa curricular del plan de estudio

Nombre de la EE	Crédito s	Horas			
		Horas teoría con profesor	Horas teoría sin profesor	Horas práctica con profesor	Horas práctica sin profesor
Área teórica					
Psicología social y representaciones sociales	5	30		15	
De los medios masivos a las redes sociales	5	30		15	
Ética en la Opinión Pública	5	30		15	
Área metodológica					
Diseño de estudios cuantitativos de opinión	5	15		30	15
Diseño de estudios cualitativos de opinión	5	15		30	15
Diseño y validación de escalas y cuestionarios	4	15		30	

Opinion mining on social media data	4	15		30	
Optativa 1	4	15		15	15
Optativa 2	4	15		30	
Statistical analysis for public opinion studies	5	15		30	15
Seminario integrador de proyectos recepcionales	5	15			45
Actividades Académicas					
Actividad			Créditos		
Participación en Congreso, Simposio, Coloquio, o Conversatorio de alcance Nacional o Internacional			3		
Publicación de artículo en revista arbitrada o capítulo de libro			3		
Estancia de investigación					
Colaboración en proyecto de vinculación institucional del Centro de Estudios de Opinión y Análisis			6		
Total en cursos	Total en créditos		Total en horas teóricas	Total en horas prácticas	
11	60		210	345	

El catálogo de experiencias optativas se presenta a continuación, el estudiante deberá elegir una de las dos experiencias disponibles para cada optativa, con el fin de obtener 8 créditos en total.

Optativa 1
Monitoreo de medios masivos
Análisis de la participación política
Optativa 2
Ciencia de datos aplicada a estudios de opinión
Marketing político y social

8.2 Formato de horizontalidad y verticalidad del programa educativo

Área/ Semestre	Primero	Segundo
Área teórica	Psicología social y representaciones sociales (5 créditos)	
	De los medios masivos a las redes sociales (5 créditos)	
	Ética en la Opinión Pública (5 créditos)	
Área metodológica	Diseño de estudios cuantitativos de opinión (5 créditos)	
	Diseño de estudios cualitativos de opinión (5 créditos)	
	Opinion mining on social media data (4 créditos)	
		Diseño y validación de escalas y cuestionarios (4 créditos)
		Optativa 1 (4 créditos)
		Optativa 2 (4 créditos)
		Statistical analysis for public opinion studies (5 créditos)

		Seminario integrador de proyectos recepcionales (5 créditos)
Total de cursos		11
Total de créditos de los cursos		51
Actividades académicas		Participación en Congresos, Simposio, Coloquio, o Conversatorio de alcance Nacional o Internacional Estancia de investigación Publicación de artículo en revista arbitrada o capítulo de libro Colaboración en proyectos de vinculación institucional del Centro de Estudios de Opinión y Análisis
Total de Acts. Académicas		4
Total de créditos de las Acts. Académicas		9

8.3 Descripción y registro de las Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento

Línea de Generación y/o Aplicación del Conocimiento	Descripción	Profesores por LGAC
LGAC 1: Estadística y computación aplicadas a los estudios de opinión	Esta línea se enfoca en la aplicación de la estadística y la informática –de manera innovadora– en la observación sistemática de la opinión pública. Asimismo busca realizar aportaciones teóricas que consideren las redes sociales como plataformas en las que se producen las dinámicas características de la opinión.	Dr. Claudio Rafael Castro López
		Dra. Yolanda Ramírez Vázquez
		Dr. Carlos Piña García
LGAC 2: Monitoreo de la agenda pública y medios de comunicación	Esta línea se enfoca en proponer innovaciones teóricas y metodológicas para la observación de las opiniones que se vierten en medios de comunicación tradicionales y emergentes. Lo anterior, con el propósito de desarrollar una visión crítica del papel que juegan los medios en la formación de actitudes, hacia temas de importancia como el género, la sustentabilidad ambiental, y la justicia social.	Dra. Carmen Dolores Patricia Andrade del Cid
		Dra. Guadalupe Aurora Maldonado Berea
		Dra. Patricia del Carmen Aguirre Gamboa

LGAC 3: Formación de actitudes políticas y representaciones sociales.	<p>Esta línea tiene como propósito realizar aportaciones teóricas fundamentadas a la discusión sobre los procesos mediante los cuales se forman las actitudes psicológicas que anteceden a la opinión. Tiene un área de interés especial en las actitudes políticas, así como en la aplicación de la teoría de las representaciones sociales en los estudios de opinión.</p>	<p>Dra. Laura Oliva Zárate</p> <p>Dra. Jeysira Dorantes Carrión</p> <p>Dr. Rubén Flores González</p>
---	--	--

8.4 Descripción detallada de las actividades complementarias con valor crediticio

Se describen a continuación las actividades complementarias. De éstas, las y los estudiantes deberán colectar nueve créditos de la siguiente manera: Seis créditos mediante la colaboración en proyectos de vinculación institucional del Centro de Estudios de Opinión, y tres créditos por realizar sólo una de las siguientes actividades: a)Participación en Congreso, Simposio, Coloquio, o Conversatorio de alcance Nacional o Internacional; b)Estancia de investigación; y c)Publicación de artículo en revista arbitrada o capítulo de libro.

Colaboración en proyectos de vinculación institucional del Centro de Estudios de Opinión y Análisis

Para obtener los créditos de esta actividad, los estudiantes deberán acreditar 90 horas dedicadas a la colaboración en proyectos institucionales del Centro de Estudios de Opinión y Análisis. Estos proyectos pueden ser los siguientes:

- Monitoreo de medios masivos de comunicación en apoyo al Observatorio Veracruzano de Medios
- Minería y monitoreo de redes sociales en apoyo al Laboratorio de Análisis de Redes Sociales

- Apoyo a proyecto de investigación de un miembro del NAB registrado en el Sistema de Registro y Evaluación de la Investigación (SIREI)
- Apoyo a estudio desarrollado por el Centro de Estudios de Opinión
- Apoyo a la iniciativa “Voto Informado Veracruz”

El líder del proyecto de vinculación o investigación será responsable de registrar las horas dedicadas por el estudiante a la actividad, y elaborará constancia de haber cumplido con la misma. El estudiante elaborará un reporte final de su participación en el proyecto institucional.

Participación en Congreso, Simposio, Coloquio, o Conversatorio de alcance Nacional o Internacional

El estudiante participa con ponencia de su autoría en un evento académico de alcance nacional o internacional. Para obtener los créditos de la actividad, deberá presentar constancia de participación, así como el texto en extenso de su ponencia. Los créditos de la actividad pueden obtenerse una sola vez.

Estancia de investigación

Para obtener los créditos de esta actividad, la estudiante deberá realizar una estancia de investigación en la entidad académica de una universidad diferente a la Universidad Veracruzana. La estancia deberá tener una duración de un mes. Además, deberá presentar un plan de trabajo avalado por su director de tesis y por el investigador o investigadora que supervisará su estancia en la universidad receptora. Por último, deberá entregar reporte de finalización de la estancia y presentar los productos realizados durante la misma.

Publicación de artículo en revista arbitrada o capítulo de libro

Para obtener los créditos de esta actividad, el estudiante deberá comprobar que un texto de su autoría, relacionado con el tema de su tesis, ha sido enviado para su publicación en una revista arbitrada o como parte de capítulo de libro.

8.5 Tabla de experiencias educativas

Programa de E.E.	Área de Conocimiento	Descripción mínima
Psicología social y representaciones sociales	Teórica	Los estudiantes conocerán las aportaciones a los estudios de opinión desde la psicología social y la teoría de las representaciones sociales.
De los medios masivos a las redes sociales	Teórica	La experiencia describe la evolución de la relación entre medios de comunicación, ciencia comunicativa, y opinión pública.
Ética en la Opinión Pública	Teórica	La experiencia busca que los estudiantes reflexionen respecto al impacto de su profesión sobre el bienestar y la convivencia social. Asimismo, busca que conozcan un código deontológico al cuál apegarse en su práctica profesional.
Diseño de estudios cuantitativos de opinión	Metodológica	Se desarrollan competencias de investigación con metodología cuantitativa, y a la par se afina el diseño metodológico de los trabajos recepcionales de corte cuantitativo.

Diseño de estudios cualitativos de opinión	Metodológica	Se desarrollan competencias de investigación cualitativa, y a la par se afina el diseño metodológico de los trabajos recepcionales de corte cualitativo.
Diseño y validación de escalas y cuestionarios	Metodológica	Los estudiantes aprenden a diseñar instrumentos para la medición de la opinión pública tomando en cuenta sus objetivos de investigación y constructos propuestos. Asimismo, utilizan herramientas estadísticas y cualitativas para validar los instrumentos diseñados.
Opinion mining on social media data	Metodológica	Se practica con herramientas para colectar datos de opinión a partir de las redes sociales, y se aprende a organizar y analizar la información recolectada.
Optativa 1. Monitoreo de medios masivos	Metodológica	Los estudiantes aprenden técnicas y herramientas para monitorear la opinión en medios masivos tradicionales y medios digitales, sobre objetos concretos, de forma sistemática.

Optativa 1. Análisis de la participación política	Metodológica	La experiencia promueve que los estudiantes utilicen constructos de la psicología política y la comunicación política, para entender la realidad de una comunidad en concreto.
Optativa 2. Ciencia de datos aplicada a estudios de opinión	Metodológica	Los estudiantes aprenden a manejar, organizar, y limpiar bases de datos de opinión con grandes volúmenes de información, previo a su análisis.
Optativa 2. Marketing político y social	Metodológica	Los estudiantes aprenden a diseñar campañas para promover productos de orden político y social con impactos verificables en la opinión pública de una comunidad.
Statistical analysis for public opinion studies	Metodológica	La experiencia promueve en los estudiantes la aplicación de técnicas estadísticas para el análisis de los datos de sus proyectos recepcionales.

Seminario integrador de proyectos recepcionales	Metodológica	Los estudiantes aprenden a comunicar sus observaciones en el campo de la opinión de manera profesional y con sustento empírico mediante la integración de sus proyectos recepcionales.
---	--------------	--

8.6 Alternativas de movilidad académica

El estudiante podrá elegir cursos, seminarios y optativas en otras instituciones de educación superior, permitiendo con ello la movilidad estudiantil y el establecimiento de redes de colaboración a futuro, asimismo la posibilidad de entablar posibles estancias académicas que coadyuve a la generación de conocimientos y fortaleza el aprendizaje de los estudiantes.

Para favorecer la movilidad estudiantil y el intercambio académico en el Programa de Especialización, se aprovecharán, en principio los convenios marco que la UV ha firmado con instituciones educativas tales como la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) o la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP) para celebrar convenios específicos con sus centros de opinión para fomentar la movilidad académica. Se trabajará además con la Coordinación de Becas para la Movilidad Nacional e Internacional, adscrita a la Dirección General de Relaciones Internacionales (DGRI) de la UV.

Además de lo anterior, se ejercerán los convenios específicos firmados entre el CEOA y otras universidades, en los que se señale de forma específica la necesidad de promover el intercambio estudiantil.

Las experiencias de movilidad de estudiantes de generaciones anteriores, además, nos han abierto las puertas a universidades e instituciones a nivel nacional e internacional tales como: La Universidad de Salamanca, la Universidad Autónoma

de Nuevo León, la Universidad de Guadalajara, el China Outbound Tourism Research Institute, entre otros.

Al pertenecer el programa al Padrón de Posgrados de Calidad del CONACyT, los estudiantes que son aceptados en estancias cortas de investigación tienen la posibilidad de aplicar a la Beca Mixta, otorgada por esta dependencia de gobierno. Estas estancias en generaciones anteriores han tenido una duración de un mes por estudiante, y la mayoría de quienes han realizado movilidad han sido apoyados por el programa de becas mixtas.

Para llevar a cabo la movilidad estudiantil en estancia de investigación, se exige que el estudiante presente un plan de trabajo para realizar en la estancia de investigación. Este plan de trabajo deberá estar avalado por:

- El director de tesis del estudiante
- El coordinador del programa de posgrado
- El investigador de la institución receptora que acepte fungir como tutor del estudiante por el tiempo que dure la estancia

De igual manera, la institución receptora deberá emitir una carta de aceptación en la que se compromete a apoyar al estudiante con los recursos a su alcance, para que se alcancen los objetivos académicos propuestos en el plan de trabajo de la movilidad.

Al final de la movilidad, se expiden las constancias correspondientes al estudiante por haber realizado la movilidad a satisfacción de las instituciones emisora y receptora.

8.7 Tutorías

Durante su trayectoria escolar, se asignará a cada estudiante un tutor que tendrá las siguientes responsabilidades:

- Asesorar al estudiante en las diferentes etapas de desarrollo de su trabajo recepcional.
- Detectar problemáticas externas al estudiante que puedan tener algún efecto negativo en el desempeño académico del estudiante, o que incluso conduzcan a su deserción del programa.
- Canalizar al estudiante a las instancias de atención apropiadas en términos pedagógicos, psicológicos y médicos, con el fin de maximizar su desempeño académico.

- Facilitar al estudiante oportunidades de formación complementaria a las experiencias educativas que cursa de manera obligatoria.

Para lo anterior, existirán tres momentos tutoriales a lo largo de cada semestre, en el que tutor y tutorado deberán reunirse con el propósito de cumplir los objetivos enunciados de la tutoría.

El resultado de estas reuniones se asentará en un acta y será informado a la coordinación del programa, siguiendo los lineamientos del Sistema Institucional de Tutorías de la Universidad Veracruzana.

9. DURACIÓN DE LOS ESTUDIOS

La Especialización en Estudios de Opinión tiene una duración de un año. La carga horaria es de 555 horas (210 teóricas y 345 prácticas) que, se impartirán en dos semestres de 15 semanas cada uno.

10. DESCRIPCIÓN DEL RECONOCIMIENTO ACADÉMICO

Se dará de acuerdo al Capítulo IX: DE LOS DIPLOMAS O GRADOS ACADÉMICOS, del Reglamento General de Estudios de Posgrado 2010 artículo 63, en donde se señala que:

La Universidad Veracruzana expedirá para los estudios de posgrado certificados, constancias, diplomas o grados académicos, relacionados en cada caso con el género de las personas a las que se les otorguen, cuando éstas hayan concluido estudios.

Por lo que al egresado o egresada del Programa Educativo de Posgrado de la Especialización en Estudios de Opinión se le otorgará como reconocimiento académico un **Diploma** como **Especialista en Estudios de Opinión**.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ai-Camp, R. (1997). *Encuestas y Democracia: Opinión Pública y Apertura Política en México*. Coyoacán, CDMX, MX: Siglo XXI.
- Almond, G. A., y Verba, S. (1963). *The civic culture: Political attitudes and democracy in five nations*. NJ, US: Princeton University Press.
- Bernabeu, M. D. (2009). *Estudio sobre innovación educativa en universidades catalanas mediante el aprendizaje basado en problemas y en proyectos*. Tesis Doctoral. Bellaterra, Catalunya: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Boned, S. (2015). *Aprendizaje por proyectos: Una alternativa al método tradicional de enseñanza-aprendizaje*. Tesis de Maestría. Monzon, ES: Universidad Internacional de la Rioja.
- Burstein, P. (2003). The impact of public opinion on public policy: A review and an agenda. *Political Research Quarterly*, 56(1), 29-40.
- Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E., y Stokes, D. E. (1960). *The American Voter*. Oxford, England: John Wiley.
- Carrillo, E., y Tamayo, M. (2008). El estudio de la opinión pública sobre la administración y las políticas públicas. *Gestión y Política Pública*, 17(1), 193-215.
- Dalton, R. J. (2013). *Citizen politics: Public opinion and political parties in advanced industrial democracies*. CA, US: SAGE – CQ Press.
- Downs, A. (1957). An economic theory of political action in a democracy. *Journal of Political Economy*, 65(2), 135-150.
- Fernández, C., y Paxman, A. (2000). *El Tigre: Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*. CDMX, MX: Grijalbo Mondadori.
- Flores, R., y Saldierna, A. R. (2017). Tendencias en el estudio del comportamiento electoral en México. *Apuntes Electorales*, 16(56), 39-65.

Gabel, M.J. (2001). *Interests and Integration. Market Liberalization, Public Opinion and European Union*. MI, US: Michigan University Press.

Habermas, J., Lennox, S., & Lennox, F. (1974). The public sphere: An encyclopedia article (1964). *New German Critique*, (3), 49-55.

Herman, E. y Chomsky, N. (1988). *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*. NY, US: Pantheon.

Huneeus, C. (2010). Las encuestas de opinión pública en las nuevas democracias de América Latina. *La Sociología en sus Escenarios*, 19, 9-30.

Katz, E. y Lazarsfeld, P. (1955). *Personal influence. The part played by people in the flow of mass communications*. NY, US: Routledge.

Kocher, M. A., y Minushkin, S. (2007). Antiamericanismo y globalización económica: libre comercio, apertura de mercados y opinión pública en México. *Política y Gobierno*, 14(1), 77-115.

Lago, S. y Marotias, A. (2007). Los movimientos sociales en la era de Internet. *Razón y Palabra*, 54(11).

Lasswell, H. D. (1927). *Propaganda technique in the world war*. Cambridge, MA: MIT press.

Lazarsfeld, P. F. (1944). The election is over. *Public Opinion Quarterly*, 8(3), 317-330.

Lipmann, W. (1922). *Public Opinion*. NY, US: MacMillan Co.

Mujica, A.M. (2012). Aprendizaje por proyectos: Una vía al fortalecimiento de los semilleros de investigación. *Docencia Universitaria*, 13, 201-216.

Mutz, D. C. (1998). *Impersonal influence: How perceptions of mass collectives affect political attitudes*. CA, UK: Cambridge University Press.

Navia, P. y Ulriksen, C. P. (2017). Tuiteo, luego voto. El efecto del consumo de medios de comunicación y uso de redes sociales en la participación electoral en Chile 2009 y 2013. *Cuadernos.info*, 40, 71-88.

Odugbemi, S y Lee, T. (2011). *Accountability through public opinion. From inertia to public action.* NW, US: World Bank.

Orozco, G. y Miller, T. (2017). La televisión más allá de sí misma en América Latina. *Comunicación y Sociedad*, 30, 105-125.

Osgood, K. A. (2002). Hearts and minds: the unconventional cold war. *Journal of Cold War Studies*, 4(2), 85-107.

Ozouf, M. (1988). "Public Opinion" at the end of the old regime. *Journal of Modern History*, 60, 1-21.

Page, B. I., y Shapiro, R. Y. (1983). Effects of public opinion on policy. *American Political Science Review*, 77(1), 175-190.

Palamara, G. (2017). El resurgimiento y la independencia Latinoamericana. la percepción de las luchas allende el océano en la península italiana. *Cultura Latinoamericana*, 14(2), 59-76.

Pérez, E. (1979). El monopolio de la televisión comercial en México (el caso Televisa). *Revista Mexicana de Sociología*, 41(4), 1435-1468.

Terán, M. (2006). De la nación española a la federación mexicana. La opinión pública en la formación de una nación. *Estudios Mexicanos*, 22(2), 251-274.

Universidad Veracruzana (1999). Modelo Educativo Integral y Flexible. Lineamientos para el nivel licenciatura. Disponible en: <https://www.uv.mx/meif/files/2015/03/MEIF.pdf>

ANEXO A. PROGRAMAS DE ESTUDIOS

DATOS GENERALES	
Nombre del Curso	
Psicología social y representaciones sociales	
PRESENTACIÓN GENERAL	
Justificación	
<p>Los estudios de opinión se encuentran sustentados en un trabajo multidisciplinario por lo que la psicología social y las representaciones nos ofrecen una veta para comprender lo que viven, experimentan, piensan y representan los grupos sociales y los individuos en los determinados contextos y épocas en el que se encuentren.</p> <p>En la necesidad de entender los procesos por los que atraviesan nuestras sociedades, la psicología social nos apoya a comprender que es lo que acontece en las mentes de los individuos, como interpretan las realidades, qué sentimientos, qué emociones les generan, qué opiniones, y qué representaciones generan sobre lo que perciben como realidad. El análisis de estos aspectos que derivan de su pensamiento nos orienta a tomar decisiones pertinentes y adecuadas en donde es necesarios cambiar o modificar elementos que tiendan a la transformación de la mejora de la propia sociedad en este sentido la psicología social y las representaciones sociales nos permiten profundizar en cualquier estudio de opinión.</p>	
OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO	
<p>Comprender los aspectos teóricos y metodológicos de psicología social y representaciones sociales, en los estudios de opinión y su influencia en grupos e individuos.</p> <p>Comprender los aspectos que engloban a la psicología social.</p> <p>Conocer los aspectos teóricos que plantean la teoría de las representaciones sociales.</p> <p>Conocer elementos y fundamentos generales de los estudios de opinión en las sociedades.</p>	

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS	
UNIDAD 1	
Psicología social y opinión	
Objetivos particulares	
<p>Comprender los procesos sociales de la opinión y su interpretación desde la psicología social</p> <p>Comprender los elementos teóricos fundamentales de la actitud y la opinión pública</p>	
Temas	
<p>Opinión como control social</p> <p>Opinión como acontecimiento de la esfera pública</p> <p>Opinión como ideología</p> <p>Opinión como representación social</p>	
UNIDAD 2	
Las representaciones sociales en los estudios de opinión.	
Objetivos particulares	
<p>Comprender la teoría de las representaciones sociales, sus dimensiones, sus elementos e instrumentos de investigación, que inducen al estudio y comprensión de los pensamientos construidos por los individuos en las diversas sociedades.</p> <p>Valorar las aportaciones de la teoría de representaciones sociales y sus aportaciones a los estudios de opinión.</p>	
Temas	
<p>Teoría de representaciones sociales</p> <p>Dimensiones de las representaciones sociales: Información, actitud y campo de representación</p> <p>Núcleo central y elementos periféricos de las representaciones sociales</p> <p>Pensamientos, sentimientos y emociones que determinan al individuo en su definición identitaria</p> <p>Los estudios de opinión en la sociedad actual</p>	

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS

Consulta de redes sociales
Actividades de trabajo en aula
Lecturas comentadas
Mapas conceptuales
Elaboración de textos académicos

EQUIPO NECESARIO

Cañón retroproyector
Computadora
Pizarrón
Conexión a internet

BIBLIOGRAFÍA

Abric, Jean-Claude (1994) Prácticas sociales y representaciones. Edit. Filosofía y cultura contemporánea. México.

Banch María A. (2000), Aproximaciones procesuales y estructurales al estudio de las representaciones sociales. Pape on Social Representations Textesur les représentations sociales

Castorina, José Antonio (2005). Construcción conceptual y representaciones sociales. El conocimiento de la sociedad. Argentina: Miño y Dávila.

Combessie, Jean-Claude (2003). *El método en sociología*. Argentina: Ferreira.

Casillas, M. A., y Dorantes, J. J. (Julio-Diciembre, 2016). Valoraciones de los estudiantes de la Universidad Veracruzana sobre la Trilogía Qatsi. Iztapalapa Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, (81), 115-139.

Casillas, M., Dorantes, J., Guadarrama, M. E., Castro, C., y Morales, C. (2017). Tipos de violencia en la Universidad: Primeros resultados de una investigación en la UV. En M. Casillas, J. Dorantes, y V. Ortiz. (Coords.). Estudios sobre la violencia de género en la universidad (pp. 52-74). Xalapa-Veracruz: Biblioteca Digital de Humanidades.

Dorantes, J. J., (2016) Redes sociales y el ciberbullying en la Universidad Veracruzana. *Ensayos Pedagógicos Edición Especial*, 169-188.

Dorantes, J. J., (2018). La reforma en educación secundaria 2006 y un proceso de análisis estadístico. En J. Montano y C. Cruz. (Eds.). Aplicaciones de metodología estadística (pp. 187-205). México: Imaginaria Editores.

Dorantes, J. J., (2018). Género y violencia. En Ortega Guerrero, J. C., y Valencia-Romero González, K. A. (Eds.). El modelo educativo 2016 y la propuesta curricular de la educación obligatoria vista desde la Universidad. Reflexiones y análisis (pp. 200-209). México: Lulu.

Dorantes, J. J. (2017). Las habilidades tecnológicas que demandan los programas y documentos oficiales para la educación secundaria en su modalidad de telesecundaria. En A. Ramírez, y M. A. Casillas (Coords.). Saberes digitales de los docentes de educación básica. Una propuesta para la discusión desde Veracruz (134-156). Veracruz: Secretaría de Educación de Veracruz.

Dorantes, J., (2017). La violencia de género, miradas de los estudiantes de la Universidad Veracruzana. En M. Casillas, J. Dorantes, y V. Ortiz. (Coords.). Estudios sobre la violencia de género en la universidad (pp. 101-123). Xalapa-Veracruz: Biblioteca Digital de Humanidades.

Dorantes, J., (2016). Las representaciones sociales de los estudiantes sobre la violencia. Caso universidad veracruzana. En Ruiz, M. E., (Comp.). Complejidad, innovación y sustentabilidad: Experiencias educativas (pp. 163-179). Xalapa-Veracruz: Códice Servicios editoriales.

Casillas, M., Dorantes, J., y Ortiz, V. (Coords.). (2017). Estudios sobre la violencia de género en la universidad. Xalapa-Veracruz: Biblioteca Digital de Humanidades.

Dorantes, J. J. y Castro, C. R. (Comp.). (2018). Estudios de opinión. Xalapa-Veracruz: Biblioteca Digital de Humanidades. JODELET, Denise y Guerrero Tapia. Desvelando la cultura. Estudios en representaciones sociales. 1ed. Edit UAM. Facultad de Psicología. México 2000

Jodelet, Denise (1984). La representación social: fenómenos, concepto y teoría. En Serge Moscovici (Comp.). Psicología social II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales. Barcelona-Buenos Aires-México: Paidós.

Jodelet, Denise y Guerrero Tapia. Desvelando la cultura. Estudios en representaciones sociales. 1ed. Edit UAM. Facultad de Psicología. México 2000.

Moscovici, Serge. (1979) El psicoanálisis su imagen y su público. Buenos Aires Edit. Huemul.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

- Ajzen, I., y Fishbein, M. (1977). Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological bulletin*, 84(5), 888.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). The influence of attitudes on behavior. *The handbook of attitudes*, 173(221), 31.
- Dodds, T. y García F. (2017). Evaluando la relación entre el consumo televisivo y las actitudes hacia personas viviendo con VIH/SIDA en Chile. *Investigación y Desarrollo*, 25(1), 6 – 22.
- Habermas, J., Lennox, S., & Lennox, F. (1974). The public sphere: An encyclopedia article (1964). *New German Critique*, (3), 49-55.
- Kelman, H. (1961). Processes of opinion change. *Public Opinion Quarterly*, 25(1), 57-78.
- Mangum, M. y Block, R. (2018). Social Identity Theory and Public Opinion towards Immigration. *Social Sciences*, 7(3).
- Manza, J., y Brooks, C. (2012). How sociology lost public opinion: A genealogy of a missing concept in the study of the political. *Sociological Theory*, 30(2), 89-113.
- Salazar, J. A. A., Sánchez, C. E., & Marín, A. C. P. (2017). Representaciones sociales de los adolescentes acerca del riesgo de contraer VIH. *Archivos de Medicina (Manizales)*, 17(2), 234-250.

Otros Materiales de Consulta:

Seminario permanente de cultura y representaciones sociales UNAM.
http://webcast.unam.mx/?tribe_events=seminario-permanente-cultura-y-representaciones-sociales-8

EVALUACIÓN			
SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Revisión teórica	Revisión de reportes de lectura	Reportes de lectura	30%
Dominio conceptual	Exposición de mapa conceptual	Mapa conceptual	20%
Aplicación del dominio teórico	Revisión de ensayo aplicado a objeto de estudio	Ensayo de discusión teórica	50%
Total			100%

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
De los medios masivos a las redes sociales
PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
Este curso pretende que los estudiantes comprendan el contexto y la historia de las teorías que impulsaron el estudio de la comunicación para que analicen los cambios de paradigmas de la comunicación en un contexto histórico: desde los efectos de los medios, hasta las mediaciones sociales, principales teorías del siglo XX, y así discernir en la construcción de la agenda informativa y su participación en la conformación de la Opinión Pública.
OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Conocer las principales teorías de la comunicación para comprender la participación de los medios tradicionales y emergentes en la opinión pública.
Analizar la agenda informativa como factor estructural en la conformación de opinión pública.
UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
Conceptos y modelos de comunicación
Objetivos particulares
Analizar las principales teorías de la comunicación para comprender los procesos de formación de la opinión pública.

Temas
<p>Teorías y paradigmas del estudio de la comunicación de masas</p> <ul style="list-style-type: none"> Teorización de la sociedad de masas El crecimiento de las industrias mediáticas Teorías de la comunicación y propaganda Influencias de otras disciplinas Teoría de la propaganda - Harold Lasswell <p>Teoría de la formación de la opinión pública - Walter Lippmann</p> <ul style="list-style-type: none"> Teoría de efectos limitados Los innovadores de la <i>mass communication research</i> La Escuela de Frankfurt en la <i>Mass Communication Research</i> La audiencia activa ¿Funciones o usos? - Wright Usos y gratificaciones <i>Agenda-setting</i>
UNIDAD 2
<p>La producción de mensajes o <i>newsmaking</i></p>
Objetivos particulares
<p>Conocer cómo se producen las agendas informativas y su expresión como mediación social.</p>
Temas
<ul style="list-style-type: none"> Espiral del silencio La teoría del <i>gate keeper</i>. Sociología de la producción de mensajes: de Park y Lippmann, a Hirsh, Reese, Hernández y Cervantes ¿De los medios a las mediaciones o de las mediaciones a los medios? Las mediaciones según Martín Serrano Las mediaciones según Martín Barbero <p>De las mediaciones a los movimientos sociales del Siglo XXI en las redes sociales</p>
TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
<ul style="list-style-type: none"> Exposición de temas Lecturas comentadas Mapas conceptuales Elaboración de textos académicos

EQUIPO NECESARIO

Cañón retroproyector
Computadora
Pizarrón

BIBLIOGRAFÍA

- Andrade del Cid, P. (2007). *Relatos del Periodismo Veracruzano. El presente en la noticia*. México: IEV.
- Berelson, B., Lazarsfeld, P. y McPhee, W. (1954). *Voting: A study of opinion formation in a presidential campaign*. Chicago: University of Chicago.
- Cervantes, C. (1994). *Análisis de contenido y etnografía en el estudio de la producción de noticias*. Guadalajara: ALAIC-Universidad de Guadalajara.
- DeFleur, M. y Ball-Rockeach, S. (2001). *Teorías de la comunicación de masas*. México, Paidós.
- De Moragas, M. (1993). *Sociología de la comunicación de masas I. Escuelas y autores*. México, Gustavo Gili.
- De Moragas, M. (1993). *Sociología de la comunicación de masas II. Estructura, funciones y efectos*. México, Gustavo Gili.
- De Moragas, M. (1993). *Sociología de la comunicación de masas III. Propaganda política y opinión pública*. México, Gustavo Gili.
- Martín, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Martín, M. (1986). *La producción social de comunicación*. Madrid: Alianza Universidad.
- McCombs, M. y Shaw, D. (1972). The agenda setting function of the mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, pp. 176-87.
- McQuail, D. (1997). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. México, Paidós.
- McQuail, D. y Windahl, S. (1997). *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. Pamplona: EUNSA.

Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence: A theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24, pp. 43-51.

Schramm, W. (1982). *La ciencia de la comunicación humana*. México: Grijalbo.

Wolf, M. (1991). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. México: Paidós.

Wright, C. (1986). *Mass communication: A sociological perspective*. Nueva York: Random.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Otros Materiales de Consulta:

EVALUACIÓN

SUMATIVA

Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Revisión teórica	Revisión de reportes de lectura	Reportes de lectura	30%
Dominio conceptual	Exposición de mapa conceptual	Mapa conceptual	20%
Aplicación del dominio teórico	Revisión de ensayo aplicado a objeto de estudio	Ensayo de discusión teórica	50%
Total			100%

UNIVERSIDAD VERACRUZANA
Especialización en Estudios de Opinión

DATOS GENERALES	
Nombre del Curso	
Ética en la Opinión Pública	
PRESENTACIÓN GENERAL	
Justificación	
<p>Para el correcto ejercicio profesional de quienes estudian los fenómenos de comunicación y analizan las corrientes de opinión pública, es necesario contar con una perspectiva amplia que permita entender la responsabilidad moral de las tareas a realizar. Para ello, resulta pertinente incursionar en el campo disciplinario de la filosofía moral y de la ética, para entender las distintas clases de sistemas morales, particularmente los referidos como códigos deontológicos de las profesiones del cual se desprende en el caso particular de los estudios de opinión, la obtención, manejo e interpretación de información; su difusión y divulgación así como la solución de problemas y transformación de conflictos.</p>	
OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO	
<p>Reflexionar sobre la influencia de la opinión pública en la prevalencia y solución de problemas sociales desde la ética y moral.</p>	
UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS	
UNIDAD 1	
Reflexiones	
Objetivos particulares	
<p>Revisar el campo disciplinario de la filosofía moral y de la ética, para entender las distintas clases de sistemas morales, particularmente los referidos como códigos deontológicos de las profesiones</p> <p>Reflexionar sobre la importancia que tiene el comportamiento moral en la difusión y divulgación de estudios de opinión.</p>	

Temas
<p>1.1 Ética y moral 1.2 Código Deontológico 1.2.1 Obtención, manejo e interpretación de información 1.2.2 Difusión y Divulgación de Estudios de Opinión 1.2.3 Solución de problemas y transformación de conflictos</p>
UNIDAD 2
<p>Impacto en la opinión pública</p>
Objetivos particulares
<p>Identificar el impacto de la opinión pública a través de los medios masivos y redes a partir de los códigos morales.</p> <p>Comprender el concepto de post verdad, así como lo que se denominan noticias falsas en la actualidad, para reflexionar sobre la manipulación informativa y el desarrollo de corrientes de opinión inducidas.</p>
Temas
<p>2.1 Opinión pública; cómo se configura y expresa 2.2 Medios masivos y redes 2.2.1 Construcción social de la realidad 2.2.2 Tic's 2.3 Códigos morales 2.3.1 Post-verdad 2.3.2 Noticias falsas 2.3.2 Manipulación informativa</p>
UNIDAD 3
<p>Prevalencia y Solución de problemas Sociales</p>
Objetivos particulares
<p>Comprender la dinámica de los conflictos y su eventual transformación en oportunidades de desarrollo, con base en estrategias de comunicación.</p>

Temas
<p>3.1 Problemas y Percepción 3.2 Conflictos 3.2.1 Dinámica 3.2.2 Transformación en oportunidades de desarrollo</p>
TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
<p>Exposición de temas Lecturas comentadas Revisión de videos Mapas conceptuales Elaboración de textos académicos</p>
EQUIPO NECESARIO
<p>Retroproyector Computadora Pizarrón</p>
BIBLIOGRAFÍA
<p>Castells, M. (2009) Comunicación y poder. España: Alianza Editorial.</p> <p>Grijelmo, A. (2014). El Estilo del periodista. España: Taurus.</p> <p>International Chamber of Commer. (2017) Código Internacional ICC/ESOMAR para la práctica de la Investigación de Mercados, Opinión y Social y del Análisis de Datos.</p> <p>Jarvis, J. (2015). El fin de los medios de comunicación de masas. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.</p> <p>Jarvis, J. (2012). Partes públicas. Barcelona: Planeta.</p> <p>Llorente, J.A. y Cuenca, M. (2017). La era de la pos verdad: realidad vs. percepción. Revista Uno, 27, pp 1-58.</p> <p>Ralph Keyes, el primero en describir la era de la Post-Verdad. Noticias, Sociedad/ 25 de octubre de 2016.</p>

EVALUACIÓN			
SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Revisión teórica y audiovisual	Revisión de reportes de lectura	Reportes de lectura	30%
Dominio conceptual	Exposición de mapa conceptual	Mapa conceptual	20%
Aplicación del dominio teórico	Revisión de ensayo aplicado a objeto de estudio	Ensayo de discusión teórica	50%
Total			100%

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Diseño de estudios cuantitativos
PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
Un gran número de estudios de opinión se fundamentan en diseños de investigación cuantitativa, con formatos muy particulares. Diseños experimentales, no experimentales, con diferentes alcances y necesidades propias de análisis estadístico. El presente curso muestra a los estudiantes ejemplos de estos diseños utilizados en contextos reales del ámbito científico y profesional; con el fin de que los apliquen en sus propias investigaciones.
OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Que el estudiante conozca diferentes diseños cuantitativos de estudios de opinión
Que el estudiante sea capaz de diseñar estudios cuantitativos en temas de interés social que afectan a las distintas esferas de la actividad productiva.
UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
Diseños cuantitativos de estudios de opinión
Objetivos particulares
Que el estudiante conozca ejemplos de los diseños de investigación más comunes en el estudio de la opinión

Temas
<p>Metodología cuantitativa en estudios de opinión Diseño no experimental Diseños experimentales Diseño de estudio panel y longitudinales Alcances descriptivo, relacional, explicativo</p>
UNIDAD 2
<p>Elaboración de diseño de estudio de opinión cuantitativo</p>
Objetivos particulares
<p>Que el estudiante sea capaz de emprender el diseño de estudios cuantitativos, bajo enfoques estadísticos y metodologías cuantitativas para poder interpretar la realidad.</p>
Temas
<p>Transversalidad teoría-objetivos-hipótesis-diseño Definición de muestra o participantes en estudio Definición de constructos e indicadores de medición Elección y adecuación de diseño cuantitativo Propuestas de análisis estadístico</p>
TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
<p>Exposición de temas Revisión bibliográfica Revisión de artículos y reportes de estudios de opinión cuantitativos</p>
EQUIPO NECESARIO
<p>Cañón retroproyector Computadora Pizarrón</p>

BIBLIOGRAFÍA

- Behar, R. y Grima, P. (2004). *Respuestas a dudas típicas de estadística*. Madrid: Díaz de Santos.
- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Campbell, D. y Stanley, J. (1963). *Experimental and quasi experimental designs for research*. Dallas, TX: Houghton Mifflin
- Kinnear, C y Taylor, R. (1993). *Investigación de Mercados: Un enfoque Aplicado*. Colombia: Mc Graw Hill.
- Payne, S.LB. (1980). *The art of making questions*. Princeton, US: Princeton University Press.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

- Rodríguez, M. C. M., & Cabrera, I. P. (2007). Tipos de estudio en el enfoque de investigación cuantitativa. *Enfermería Universitaria*, 4(1), 35-38.
- Argibay, J. C. (2009). Muestra en investigación cuantitativa. *Subjetividad y procesos cognitivos*, 13(1), 13-29.
- Olaiz, G., Franco, A., Palma, O., Echarri, C., Valdez, R., y Herrera, C. (2006). Diseño metodológico de la Encuesta Nacional sobre Violencia contra las Mujeres en México, *Salud Pública de México*, 48, 328-335.
- Albornoz, J. I. J. (2015). La Construcción Social de la Investigación Cuantitativa. *Fronteras* 2(1), 5-20.

Otros Materiales de Consulta:

Manuales y guías de herramientas web en soporte electrónico que proporcionará el profesor.

EVALUACIÓN			
SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Comprensión de características de diseños de investigación cuantitativa	Elaboración de mapa conceptual	Mapa conceptual calificado	20%
Aplicación del conocimiento	Elaboración de diseño de estudio de opinión aplicable a trabajo recepcional	Diseño integrado en la sección metodológica del trabajo recepcional	80%
Total			100%

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Diseño de estudios cualitativos
PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
Los estudios cualitativos son un instrumento idóneo para indagar el imaginario colectivo y sus representaciones sociales. La combinación de metodologías y técnicas de análisis, procura no errar en correcta interpretación de datos en estudios de opinión.
OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Conocer métodos y técnicas de la investigación cualitativa para estudios de opinión.
Aplicar herramientas de pensamiento e investigación cualitativa en una base de datos.
UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
Enfoque cualitativo de la investigación
Objetivos particulares
Conocer los fundamentos de la investigación social aplicados a los estudios de opinión.
Temas
Fundamentos de la investigación empírica Sustento filosófico, epistemológico y científico Papel de la metodología en la investigación cualitativa

UNIDAD 2

Programa metodológico en Investigación Cualitativa: Exploración, descripción y significación en los estudios de opinión

Objetivos particulares

Conocer las bases epistemológicas de la investigación cualitativa.

Temas

El lenguaje y sus códigos de significación
Valores, creencias y construcción de sentido
Intuición, análisis, observación

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS

Exposición de temas
Sesiones de apoyo
Revisión bibliográfica

EQUIPO NECESARIO

Cañón retroproyector
Computadora
Pizarrón

BIBLIOGRAFÍA

Berger, P. y Luckman, T. (1987). *La construcción de la realidad social*. Buenos Aires: Amorrortu.

Blummer, H. (1982). *El interaccionismo Simbólico, perspectiva y método*. Madrid: Hora.

Festinger, et al. (1988). *Metodología de Investigación en Ciencias Sociales*. Madrid: Paidós.

Galindo, J. (1994). *Entre la exterioridad y la interioridad. Apuntes de una metodología cualitativa*. México: Huella.

Geertz, C. (1989). El impacto del concepto de cultura en el concepto del hombre. Barcelona: Gedisa.

Martínez, M. (1997). *La Investigación Cualitativa Etnográfica en Educación*. México: Trillas.

Tecla, A. (1993). *Teoría, Métodos y Técnicas en la investigación Social*. México: Taller Abierto.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Andrade, P., "La imagen de la Universidad Veracruzana a través de grupos de discusión", Revista Electrónica Razón y Palabra.

Andrade, P, y Trejo, D. " La prensa como referente del comportamiento electoral", OBS Journal.

Otros Materiales de Consulta:

Grupo: ic-investigacion-cualitativa@googlegroups.com

EVALUACIÓN			
SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Dominio conceptual de los temas	Lectura comentada de referencias	Control de lecturas	30%
Dominio técnico	Ejercicios en clase	Registro videográfico o en audio de ejercicios	40%
Aplicación integral de conceptos y técnicas	Elaboración de diseño de estudio de opinión aplicable a trabajo recepcional	Diseño integrado en la sección metodológica del trabajo recepcional	30%
Total			100%

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Diseño y validación de escalas y cuestionarios
PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
Los especialistas de opinión pública deben estar capacitados para diseñar instrumentos que brinden información confiable y válida respecto a los objetos de su estudio. Para ello, deben aprender a realizar preguntas y a organizarlas en congruencia con el propósito de su estudio y con la teoría disponible.
OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Conocer los elementos fundamentales que componen un instrumento de observación en el campo de los estudios de opinión Conocer las técnicas más importantes en la validación y confiabilidad de los instrumentos que buscan registrar la opinión Diseñar un cuestionario pertinente que forme parte de los instrumentos que utilizará el estudiante en el desarrollo de su proyecto recepcional.
UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
Instrumentos de observación en estudios de opinión
Objetivos particulares
El estudiante conocerá tipos de instrumentos actuales y pertinentes en el estudio de la opinión pública.

Temas
Escalas Redes Semánticas Inventarios Entrevistas
UNIDAD 2
Validación y confiabilidad
Objetivos particulares
El estudiante aprenderá técnicas para la validación y confiabilización de instrumentos para la observación de la opinión
Temas
Validación por criterio Validación por expertos Alfa de Cronbach Análisis factorial exploratorio Teoría del impacto de los ítems Análisis factorial confirmatorio
TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
Exposición de temas Lecturas comentadas Mapas conceptuales Prácticas dirigidas Elaboración de textos académicos
EQUIPO NECESARIO
Cañón retroproyector Computadora Pizarrón Software SPSS Software R con módulo QVM

BIBLIOGRAFÍA

Alaminos, A., y Castejón, J. L. (2006). *Elaboración, análisis e interpretación de encuestas, cuestionarios y escalas de opinión*. Alicante, ES: Universidad de Alicante.

Grasso, L. (2006). Encuestas. Elementos para su diseño y análisis. Córdoba, AR: Editorial Brujas.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

González Alonso, J., & Pazmiño Santacruz, M. (2015). Cálculo e interpretación del Alfa de Cronbach para el caso de validación de la consistencia interna de un cuestionario, con dos posibles escalas tipo Likert. *Revista Publicando*, 2(1), 62-67.

Campo-Arias, A., Herazo, E., & Oviedo, H. C. (2016). Valoración psicométrica de la Escala Breve para Racismo Moderno. *Revista de Salud Pública*, 18(3), 437-446.

Campo-Arias, A., Herazo, E., & Oviedo, H. C. (2017). Escala breve para homofobia en estudiantes de Medicina de dos universidades colombianas: resultados de un proceso de refinamiento. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 46(1), 31-35.

Etchezahar, E., Prado-Gascó, V., Jaume, L., & Brussino, S. (2014). Validación argentina de la Escala de Orientación a la Dominancia Social. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 46(1), 35-43.

Hidalgo-Montesinos, M. D., & French, B. F. (2016). Una introducción didáctica a la Teoría de Respuesta al Ítem para comprender la construcción de escalas. *Revista de Psicología Clínica con Niños y Adolescentes*, 3(2) 13-21.

Otros Materiales de Consulta:

EVALUACIÓN			
SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Dominio práctico	Ejercicios de elaboración de ítems y validaciones	Ejercicios calificados	30%
Aplicación	Diseño de un cuestionario para uso en proyecto recepcional	Cuestionario realizado	70%
Total			100%

DATOS GENERALES	
Nombre del Curso	Opinion mining on social media data
PRESENTACIÓN GENERAL	
Justificación	<p>The growing importance of online social networks as a catalyst of social change has sparked an increasing interest in studying them. Studies increasingly use online crawling of social networks for data collection. Mining social signals from online social networks provides quick knowledge of real-world events.</p> <p>This course on opinion mining and social media data will emphasize social data collection through computational tools. We will focus on how important is to gain insights from social media and we will study those patterns that can emerge from text and social data analysis. Thus, the main goal of this course is to provide the students a better understanding about the use of new technologies with the aim to update our thinking on research design in terms of opinion mining.</p>
OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO	
At the end of this course, the student will be able to collect data about human behaviour on a massive scale. Moreover, the student will have the ability to process big data extracted from social media and provide meaningful core questions related to the information obtained via computational tools.	
UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS	
UNIDAD 1	
Introduction to opinion mining on social media data	
Objetivos particulares	
<p>To get an overview of computational social science terminology and methodology, focusing on how data collection has been carried out traditionally and what to expect in the following sessions.</p> <p>To discuss strengths and weaknesses about social media data gathering.</p>	

Temas
Past, present and future of data collection. Social research in the digital age. Human behaviour in the digital age. The web as a digital laboratory.
UNIDAD 2
Interactive data analysis
Objetivos particulares
To understand interactive data analysis via a set of computational tools that perform simple data analysis with clever data visualization. In this context, the student will explore statistical distributions, box plots and scatter plots with the aim to make fast prototyping of a data analysis.
Temas
Visual programming. Data workflows. Loading working data Clustering, uncovering of groups in data Data exploration and visualization Analysis of social media data
TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
Oral presentation of information by the instructor. Academic papers discussion between students In-class presentation Research project
EQUIPO NECESARIO
Laptop or Desktop

BIBLIOGRAFÍA

- Golbeck, J. (2013). *Analyzing the social web*. Oxford: Newnes.
- Russell, M. A. (2013). *Mining the social web: data mining Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+, GitHub, and More*. Sebastopol: O'Reilly Media, Inc.
- Piña-García, C.A., Siqueiros-García, J.M., Robles-Belmont, E. et al. J Comput Soc Sc (2018) 1: 187. <https://doi.org/10.1007/s42001-017-0002-9>.

EVALUACIÓN

SUMATIVA

Aspecto a Evaluar	Forma de evaluación	Evidencia	Porcentaje
Technical domain	Class excercises	Graded excercises	20%
Application of concepts	Research Project	Submitted project	80 %
Total			100%

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Monitoreo de medios masivos
PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
La capacidad de algunos actores sobresalientes de la industria de los medios para acopiar información, enmarcarla, y trasmisitirla de forma masiva, los convierte en elementos clave en la construcción de la agenda pública. Aquellas organizaciones cuyo funcionamiento se liga estrechamente a la opinión de grupos o comunidades, deben, por lo tanto, monitorear el contenido de los medios de manera sistemática y profesional. Esto con el fin de tomar decisiones informadas para poder incidir asimismo en la agenda, de la manera que les parezca más conveniente.
OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Conocer y poner en práctica técnicas de análisis de contenido cualitativo y cuantitativo aplicadas al estudio de los mensajes trasmítidos a través de los medios de comunicación tradicionales y emergentes.
UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
Análisis de contenido
Objetivos particulares
Entender los conceptos teóricos que sustentan la trascendencia del análisis de contenido para el monitoreo de medios.
Temas
¿Por qué hacer análisis del contenido de los medios? Framing y Agenda Setting

UNIDAD 2
Técnicas de análisis de contenido
Objetivos particulares
Practicar las técnicas de análisis de contenido cualitativo y cuantitativo a través de un proyecto integrador de aprendizaje
Temas
Determinación de conceptos y categorías de análisis Elaboración de un libro de códigos Elaboración de hoja o base de captura Validación y confiabilidad del libro de códigos Comunicación de resultados del análisis de contenido
TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
Exposición de temas Proyecto integrador de aprendizaje
EQUIPO NECESARIO
Cañón retroproyector Computadora Pizarrón
BIBLIOGRAFÍA
Riff, D., Lacy, S., y Fico, F. (2014). <i>Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research</i> . New York: Routledge.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Entman, R. M. (2007). Framing bias: Media in the distribution of power. *Journal of Communication*, 57(1), 163-173.
- McCombs, M. y Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting. *Comunicación y Sociedad*, 8(1), 1-20.
- Scheufele, D. A. y Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 57(1), 9-20.
- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50(2), 93-109.
- Muñiz, C. (2015). La política como debate temático o estratégico. Framing de la campaña electoral mexicana de 2012 en la prensa digital. *Comunicación y Sociedad*, 23, 67-95.
- Andrade, P., Flores, R., y Muñiz, F. (2017). Fenómenos naturales y desastres humanos en la prensa impresa de México. De la información a la representación social. *Global Media Journal México*, 14(27).

Otros Materiales de Consulta:

EVALUACIÓN			
SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Revisión teórica	Revisión de reportes de lectura	Reportes de lectura	20%
Dominio técnico	Ejercicios en clase	Control de ejercicios	20%
Aplicación del conocimiento	Proyecto integrador	Proyecto final de análisis de contenido	60%
Total			100%

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Análisis de la participación política
PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
La participación política es una de las bases fundamentales de los estudios de opinión. El buen funcionamiento de una democracia depende del conocimiento que tenga un estado de la cultura política de sus ciudadanos, su orientación ideológica, y sus valores. De la misma manera, la ciudadanía organizada debe disponer de medios para participar en la vida política de su comunidad activamente y de manera racional. Por lo anterior, se hace necesario observar de forma cuidadosa y sistemática el comportamiento político de las personas que forman parte de una comunidad, una región, o incluso un estado.
OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Analizar de manera fundamentada fenómenos de participación política convencional y no convencional a partir de bases de datos locales, nacionales e internacionales.
UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
Conceptos de participación política
Objetivos particulares
Entender conceptualmente qué es la participación política convencional y no convencional.

Temas
Participación política convencional Turnout electoral Comportamiento electoral Participación política no convencional Organizaciones de la Sociedad Civil Manifestaciones y movimientos de masas
UNIDAD 2
Análisis de la participación política
Objetivos particulares
Analizar un fenómeno contemporáneo de participación política
Temas
Causas que promueven o inhiben la participación Cultura política Ideología política Valores políticos Eficacia política Desafección política Efectos de la participación en la comunidad Efectos de la participación en la política pública
TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
Exposición de temas Lecturas comentadas Mapas conceptuales Análisis de bases de datos
EQUIPO NECESARIO
Cañón retroproyector Computadora Pizarrón

BIBLIOGRAFÍA

Meixueiro, G. y Moreno, A. (2014). *El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012*. Ciudad de México: CESOP e ITAM.

Astorga, A., Bernal, G., Cevallos, F. y Luna, M. (2013). *Participación ciudadana, políticas públicas y educación en América Latina y Ecuador*. Quito, EC: OEI.

Cabrero, F. (2013). *Ciudadanía intercultural. Aportes desde la participación política de los pueblos indígenas en Latinoamérica*. Quito, EC: PNUD.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

McLeod, J. M., Scheufele, D. A., & Moy, P. (1999). Community, communication, and participation: The role of mass media and interpersonal discussion in local political participation. *Political communication*, 16(3), 315-336.

Dalton, R. J. (2008). Citizenship norms and the expansion of political participation. *Political studies*, 56(1), 76-98.

Contreras, C., Correa, F. y García, L. (2005). Participación política no convencional: culturas de protesta versus culturas institucionales. *Polis*, 1, 181-210.

Somuano, M. F. (2017). Los efectos del capital social sobre la participación política en México. *Política y gobierno*, 20(3), 83-107.

Otros Materiales de Consulta:

EVALUACIÓN			
SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Revisión teórica	Revisión de reportes de lectura	Reportes de lectura	30%
Dominio conceptual	Exposición de mapa conceptual	Mapa conceptual	10%
Aplicación del dominio teórico	Análisis de fenómeno contemporáneo de participación poítica	Ensayo de análisis	60%
Total			100%

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Ciencia de datos aplicada a estudios de opinión
PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
<p>El presente curso se enfocará en estudiar las técnicas actuales de extracción y análisis de información mediante Minería Social o Ciencia de Datos. Se propone investigar y aprender el uso de herramientas computacionales que permitan el manejo de grandes cantidades de datos. Los motivos que llevan a este tipo de cursos es la capacitación de profesionales en el campo de la ciencia de datos. El objetivo de este curso es la formación de científicos de datos altamente capacitados, para tomar decisiones adecuadas basadas en el conocimiento generado a partir de la información masiva que se obtiene de Internet.</p>
OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
<p>Al finalizar el curso el alumno será capaz de filtrar, analizar y visualizar grandes cantidades de datos empleando tecnologías innovadoras de curación de datos. Además, el alumno estará capacitado para cumplir tareas de asesoría y toma de decisiones basadas en el conocimiento obtenido.</p>
UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
Introducción a la ciencia de datos
Objetivos particulares
Que los estudiantes conozcan la Ciencia de Datos y sus aplicaciones en los estudios de opinión.

Temas
Aplicaciones Avanzadas de Bases de Datos El proceso de análisis de datos Análisis de grandes datos abiertos Fuentes de Datos Tipos de Bases de Datos
UNIDAD 2
Análisis y curación de datos
Objetivos particulares
Que los estudiantes apliquen los métodos de curación, filtrado y análisis de datos para la toma de decisiones.
Temas
Manejo de la herramienta para la visualización de los datos. Creación de un proyecto de Datos. Manipulación de Columnas y Celdas. Exportación de un proyecto de Datos. Análisis de Datos. Ordenamiento y detección de duplicados. Aplicación de filtros. Remoción de registros
TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
Técnica expositiva con el apoyo de materiales audiovisuales diversos Instalar herramientas para el análisis de datos a gran escala. Analizar las bases de datos de sus proyectos realizados en el CEOA. Revisión bibliográfica. Discusión en mesas redondas de lecturas asociadas al tema de ciencia de datos.
EQUIPO NECESARIO
Equipo de cómputo Programas para limpieza y filtrado de datos
BIBLIOGRAFÍA
Verborgh, R., & De Wilde, M. (2013). <i>Using OpenRefine</i> . Packt Publishing Ltd. Feldman, R., & Sanger, J. (2007). <i>The text mining handbook: advanced approaches in analyzing unstructured data</i> . Cambridge university press

EVALUACIÓN			
SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de evaluación	Evidencia	Porcentaje
Technical domain	Class excercises	Graded excercises	20%
Application of concepts	Research Project	Submitted project	80 %
Total			100%

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Marketing político y social
PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
Ante los cambios vertiginosos que plantea el mundo globalizado y sus repercusiones en los problemas económicos, sociales y políticos del país, es necesario que el especialista en estudios de opinión identifique el impacto del marketing en la opinión pública, toda vez que el comportamiento de la sociedad tiene especial incidencia en la toma de decisiones. A partir de lo anterior, es primordial el desarrollo de planes estratégicos de marketing político y social con alcance hacia los diferentes segmentos de la sociedad y desde los diferentes actores del ámbito político y social.
OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Comprender la aplicación del marketing en el ámbito político y las causas sociales.
Analizar la situación del entorno para las campañas políticas y sociales.
UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
Marketing, política y sociedad
Objetivos particulares
Comprender los conceptos básicos del marketing y su evolución al marketing político y social

Temas
Concepto de marketing Investigación en marketing Comportamiento del elector Segmentación del mercado
UNIDAD 2
La estrategia de marketing en sus diferentes ámbitos de aplicación
Objetivos particulares
Analizar los diferentes ámbitos de aplicación del marketing
Temas
Marketing en el ámbito político Marketing en el ámbito social Marketing en el ámbito ambiental Marketing en el ámbito educativo
UNIDAD 3
La campaña política y social
Objetivos particulares
Analizar los modelos estratégicos de campaña política y su proceso de comunicación
Temas
La campaña política y electoral La comunicación política y social Medios de comunicación y contenido del mensaje Evaluación de la campaña
TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
Exposición de temas Lecturas compartidas y comentadas Mapas conceptuales Elaboración de textos académicos

EQUIPO NECESARIO

Cañón retroproyector

Computadora
Pizarrón

BIBLIOGRAFÍA

Adell, Á., y Alonso Coto, M. A. (2011). *Marketing Político 2.0*. Barcelona: Grupo Planeta.

Donovan, R., & Henley, N. (2010). *Principles and practice of social marketing*. New York: Cambridge University Press.

Homs, R. (2013). *Marketing para el liderazgo político y social*. México: Penguin Random House Grupo Editorial México.

Richard, E., Batlle, M., Caballero, C., González, A., Fernández, M. L., Torres, J. C., Cañón B., D. (2015). *Manual de marketing político. Cómo construir una campaña electoral exitosa en Colombia, paso a paso*. Colombia: U. Externado de Colombia.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Otros Materiales de Consulta:

Alvídrez, S. (2017). Interactividad en Twitter: el efecto de la identidad partidista sobre la evaluación de candidatos políticos y sobre sus intenciones de voto. *Comunicación y sociedad*, 117-137.

Berumen Villaruel, G., & Medellín Mendoza, L. N. (2015). Marketing de los candidatos a la gubernatura de Nuevo León en las redes sociales durante el proceso electoral de 2015. *Apuntes electorales*, 57-90.

Díaz Jiménez, O. F., & Muñiz, C. (2017). Los efectos de la comunicación política en el compromiso político. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 181-222.

Sánchez Murillo, L. F. (2005). El marketing político y sus consecuencias para la democracia. *Comunicación y sociedad*, 11-38.

EVALUACIÓN			
SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Revisión teórica	Elaboración de mapa conceptual	Mapa conceptual	10%
Revisión teórica y dominio conceptual	Compartir de lectura y exposición	Mapa conceptual y exposición en grupo	10%
Análisis de los ámbitos del marketing	Revisión de ensayo aplicado a tema de tesis y su relación con el marketing	Ensayo	20%
Análisis de los medios de comunicación	Presentación sobre el uso de los medios en el marketing	Presentación oral	10%
Integración de los temas de marketing	Revisión de artículo aplicado a objeto de estudio	Artículo de difusión de avances de investigación y cartel académico	50%
Total			100%

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Statistical analysis for public opinion studies
PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
Statistics is a comprehensive set of methods that can be applied to the entire process of scientific observation. Once collected, data from public opinion observations must be analyzed in accordance with the objectives of a given study. Statistical analyses allow for complex phenomena to be described in quantifiable terms. Also, the interactions among various elements of a single phenomenon can be accounted for, using statistics. Finally, analyses can be performed to summarize conclusions from a given observation into a limited number of graphs and tables, providing important insights into complex social issues.
OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Upon completion of the course, the student will be able to propose and execute meaningful statistical analyses for a given set of quantitative observations.
UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
Descriptive analyses
Objetivos particulares
The student will perform statistical analyses upon a variety of databases in order to describe the general characteristics of a social phenomenon.

Temas
Variables and constructs Frequency analysis Measures of central tendency Statistical dispersion Z values
UNIDAD 2
Inferential analyses
Objetivos particulares
The student will perform statistical analyses upon a variety of databases in order to identify the interaction among variables and constructs within a social phenomenon
Temas
Standard error Confidence interval Mean comparison Z test and T test One factor analysis of variance ANOVA Covariance Correlation tests, Pearson and Spearman Modeling Linear regression modeling Logistic regression modeling
TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
Dissertation Practice with databases archive Problem solving
EQUIPO NECESARIO
Video projector Computer SPSS statistical software R statistical software

BIBLIOGRAFÍA

- Santana, P., Flores, C., y Romero, J. (2003). *Métodos estadísticos*. España: Universidad de las Palmas de Gran Canaria.
- Villafranca, R. y Ramajo, L. (2005). *Métodos estadísticos en ingeniería*. México: Limusa.
- Gil, S. y Zárate P. (2001). *Métodos estadísticos: un enfoque interdisciplinario, soluciones de los problemas*. México: Trillas.
- Ojeda, M. (1995). Tendencias recientes en el análisis de encuestas. *La Ciencia y el Hombre*, mayo-agosto, no. 20, p. 29-46.
- Ojeda, M. (1994). La Importancia de una buena cultura estadística en la investigación. *La Ciencia y el Hombre*. No. 17, México.
- Mora, M. (2006). *Investigación de mercados: enfoques, sistemas, información, proceso y proyectos*. México: Trillas.
- Pérez, C. (2009). *Técnicas de análisis de datos con SPSS*. España: Pearson.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

- Greenland, S., Senn, S. J., Rothman, K. J., Carlin, J. B., Poole, C., Goodman, S. N., y Altman, D. G. (2016). Statistical tests, P values, confidence intervals, and power: a guide to misinterpretations. *European Journal of Epidemiology*, 31(4), 337-350.
- Motulsky, H. J. (2015). Common misconceptions about data analysis and statistics. *British Journal of Pharmacology*, 172(8), 2126-2132.
- Jungherr, A., Schoen, H., Posegga, O., & Jürgens, P. (2017). Digital trace data in the study of public opinion: An indicator of attention toward politics rather than political support. *Social Science Computer Review*, 35(3), 336-356.

Otros Materiales de Consulta:

EVALUACIÓN			
SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Technical domain	Class excercises	Graded excercises	40%
Knowledge application	Analyses performed on receptional project	Analyses integrated into receptional project	60%
Total			100%

DATOS GENERALES	
Nombre del Curso	Seminario integrador de proyectos recepcionales
PRESENTACIÓN GENERAL	
Justificación	Los problemas que vive hoy en día la sociedad requieren la búsqueda de soluciones sustentadas en evidencia empírica. La comunicación de los resultados de una investigación es, por lo tanto, un aspecto muy importante de la labor profesional del especialista en estudios de opinión. Por lo anterior, toda redacción hecha con este propósito debe ser clara, breve y precisa de tal manera que se establezcan claramente no sólo las conclusiones que se derivan de una observación, sino también su sustento contextual, teórico y metodológico. Los reportes elaborados de esta manera pueden ser difundidos a través de publicaciones científicas, o reportes de calidad profesional.
OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO	
El alumno aplica principios de redacción científica para comunicar de manera eficaz y profesional los resultados de una investigación en el campo de los estudios de opinión.	
UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS	
UNIDAD 1	
Estructura general de un reporte de investigación	
Objetivos particulares	
El estudiante reconoce los elementos que componen un reporte de investigación en el campo de los estudios de opinión con calidad profesional, e identifica las características más importantes de estos elementos	

Temas
Título del reporte Introducción del reporte Materiales y métodos Resultados Conclusiones o discusión
UNIDAD 2
Redacción del reporte de investigación
Objetivos particulares
El estudiante redactará un reporte de investigación basado en las observaciones que ha realizado como parte de su trabajo recepcional
Temas
Estilos de redacción Uso de fuentes de información y referencia Herramientas para la administración de fuentes bibliográficas Elaboración de tablas y gráficas pertinentes Notación estadística para el reporte de resultados Interpretación cualitativa de los datos Plataformas para la difusión de los resultados, artículos, libros, reportes técnicos.
TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
Navegación en diversas ligas de revistas de alto impacto Consulta de reportes de investigación realizados por el Centro de Estudios de Opinión y Análisis de la Universidad Veracruzana Lectura comentada sobre trabajos recepcionales Redacción de manuscrito aplicando herramientas y técnicas de redacción
EQUIPO NECESARIO
Computadora Cañón retroproyector Conexión a internet

BIBLIOGRAFÍA

Cisneros, E. y Olave, A. (2012). *Redacción y publicación de artículos científicos enfoque discursivo*. México: Ecoe.

Villareal, R. (s/a). *Redacción del artículo científico: como elegir la revista para el escrito, objetivo*. México: Trillas.

Ferriols, L. (s/a). *Escribir y publicar un artículo científico original*. México: Combino Pharm Calidad por Principio.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

González R.S. Manual de Redacción e Investigación Documental. México: Trillas.

Martinsson A. UNISIST. Guía para la Redacción de Artículos Científicos Destinados a la publicación.

Ochoa, L., y Lobelle, A. C. (2014). El plagio y su relación con los procesos de escritura académica. *Forma y Función*, 27(2), 95-113.

Rodríguez Hernández, B. A., y García Valero, L. B. (2015). Escritura de textos académicos: dificultades experimentadas por escritores noveles y sugerencias de apoyo. CPU-e, *Revista de Investigación Educativa*, 20, 249-265.

Espino-Datsira, S. (2015). La enseñanza de estrategias de escritura y comunicación de textos científicos y académicos a estudiantes de posgrado. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 20(66), 959-976.

Franco, J. (2016). Experiencia de intervención educativa para mejorar la calidad de escritura académica de los estudiantes de posgrado. *Revista de Investigación Educativa*, 22, 151-175.

EVALUACIÓN			
SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de evaluación	Evidencia	Porcentaje
Dominio conceptual de la estructura de las publicaciones científicas	Lectura comentada de artículos y reportes de investigación	Informe de ejemplo de reporte	20%
Integración del conocimiento	Elaboración de reporte de investigación para publicación	Reporte de investigación completo	80 %
Total			100%

ANEXO B. PLAN DE AUTOEVALUACIÓN ANUAL

Al final de cada ciclo generacional, se hará una evaluación del cumplimiento de metas según lo propuesto en el presente plan de estudios. En este ejercicio participarán los miembros del NAB, y como resultado se elaborará un documento con los datos descritos en la siguiente tabla.

Rubro	Meta	Cumplimiento (Sí/No)	Porcentaje de cumplimiento
Eficiencia terminal	80%		
Movilidad	70%		
Vinculación a investigaciones en SIREI	50%		
Extensión y vinculación.	30%		
Participación en actividades de difusión académica	50%		
Publicación de artículo de investigación	30%		
Observaciones y recomendaciones			

Asimismo, se verificará el cumplimiento, vigencia, y pertinencia de lo siguiente:

- Que las experiencias educativas se hayan desarrollado sin contratiempos y que hayan contribuido efectivamente a la formación del estudiante y al desarrollo de su proyecto recepcional.
- Que las tutorías se hayan realizado en tiempo y forma, y que se hayan atendido en ellas los temas de interés para facilitar el proceso educativo del estudiante, su retención y egreso.
- Que los estudiantes se hayan dedicado de forma exclusiva al posgrado.
- Que se tenga toda la documentación que respalde el proceso de selección acorde a los perfiles de ingreso y egreso de los estudiantes.
- Que los perfiles de ingreso y egreso sean vigentes y hayan cumplido su propósito de fundamentar adecuadamente el proceso de selección.
- Que los profesores del Núcleo Académico Básico tengan productos científicos publicados derivados de las LGAC's del programa de posgrado.
- Que esté actualizada la información sobre los profesores que integran el Núcleo Académico Básico.
- Que existan avances en el cumplimiento de las metas expresadas en el plan de mejora delineado en este documento.

ANEXO C. PLAN DE MEJORA

El plan de mejora de la EEO contempla las recomendaciones realizadas en la Evaluación Plenaria de CONACyT, así como los objetivos y metas del Programa Estratégico de Trabajo 2017-2021 de la Universidad Veracruzana (PTE).

En relación con el primer documento, las recomendaciones realizadas en la evaluación plenaria fueron las siguientes:

1. Fortalecer la planta académica tanto en tamaño como en pertenencia al SNI
2. Trabajar en la vinculación académica y de investigación con otras instituciones fuera de la Universidad Veracruzana
3. Mayor apoyo económico de la Universidad para ampliar el número de licencias y programas de cómputo
4. Considerar la incorporación del área de psicología en la formación teórica de los estudiantes.

Respecto a los objetivos del PTE 2017-2021 de la Universidad Veracruzana, se armoniza el presente plan de mejora con los tres ejes de metas institucionales presentes en el PTE.

1. Liderazgo académico
2. Visibilidad e impacto social
3. Gestión y gobierno

Tomando en cuenta lo anterior, se proponen las siguientes metas como objetivos de mejora:

Producir y ofrecer dos cursos en línea de acceso abierto, relacionados con los estudios de opinión.

Que el 80 % de los profesores de la EEO cuenten con Perfil Deseable (PRODEP).

Tener al 70% de los profesores de la EEO adscritos al Sistema Nacional de Investigadores (SNI).

Incorporar a tres académicos con doctorado y pertenencia al SNI, así como dos técnicos académicos como miembros del CEOA, en todos los casos con perfil afín a las LGAC del Centro. Lo anterior, a partir del apoyo de personal ya contratado en la Universidad Veracruzana.

Seis de profesores de la EEO participan una vez al año en actividades académicas de difusión, tales como congresos, simposios, seminarios o talleres.

Constituir un cuerpo académico con profesores de la EEO.

Tres investigadores realizan una estancia en instituciones externas en ámbitos nacionales o internacionales.

Producir al menos dos productos académicos al año: bases de datos, artículos, libros, capítulos de libro, en colaboración con académicos de otras universidades.

80% de los profesores de la EEO se involucran en proyectos de extensión y vinculación.

Incrementar en 20% el número de licencias de software disponibles para el trabajo con los estudiantes.

Dos docentes de la EEO participan en proyectos de investigación registrados ante CONACyT.

ANEXO D. PERFIL CURRICULAR DEL NÚCLEO ACADÉMICO BÁSICO

Dr. Claudio Rafael Castro López

Doctor en Estadística Multivariante Aplicada por la Universidad de Salamanca; Maestro en Ciencias Matemáticas por la Universidad de la Habana y Licenciado en Estadística por la Universidad Veracruzana. Es Profesor de Tiempo Completo y Coordinador General del Centro de Estudios de Opinión y Análisis de la Universidad Veracruzana. Ha ejercido la docencia en diversos programas educativos desde 1981 a la fecha y ha trabajado la consultoría estadística desde 1986. Las líneas de investigación que trabaja en otros programas son: educación estadística, técnicas estadísticas aplicadas a la medición estadística de la opinión, análisis multivariante en datos cualitativos, modelación de tablas de contingencia multivariantes, análisis de segmentación, colapsabilidad de modelos y tablas multidimensionales y modelos gráficos multivariantes. Dirige trabajos recepcionales y de investigación en estudios de licenciatura y posgrado.

Dra. Carmen Dolores Patricia Andrade del Cid

Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco. Es Profesora de Tiempo Completo y miembro del Centro de Estudios de Opinión y Análisis de la Universidad Veracruzana. Dirige trabajos recepcionales y de investigación en estudios de licenciatura y posgrado. Las líneas de investigación que trabaja, aparte de la de la Especialización son: opinión pública, análisis del discurso en soportes diversos, medios de comunicación y redes sociales. Las experiencias que imparte en distintos posgrados abarcan temas como la teoría de las mediaciones en comunicación, hasta el diseño de investigación con metodología cualitativa.

Dr. Rubén Flores González

Doctor en psicología con especialidad en Psicología Política. Los intereses que tiene en investigación psicológica se enfocan a las actitudes políticas, la ideología, y el estudio del comportamiento electoral. En el área de la comunicación, se interesa por el estudio de los efectos de los medios en la cognición y actitudes políticas de los ciudadanos. Ha laborado como profesor en las universidades públicas de Colima y Nuevo León. En esta última universidad, realizó una estancia posdoctoral

en el Laboratorio de Comunicación Política de la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública. Actualmente forma parte del Sistema Nacional de Investigadores en nivel “candidato” y es investigador de tiempo completo en el Centro de Estudios de Opinión y Análisis de la Universidad Veracruzana.

Dra. Laura Oliva Zárate

Doctora en Educación por la UNED-España obteniendo Cum Laude, Maestra en Psicoterapia Infantil Gestalt y Licenciada en Psicología. Es Investigadora del Instituto de Psicología y Educación de la Universidad Veracruzana. Imparte docencia en la Maestría de Desarrollo Humano y en la Especialización en Estudios de Opinión de la Universidad Veracruzana. Pertenece al Cuerpo Académico Psicología y Desarrollo Humano, y cuenta con diversas participaciones en foros nacionales e internacionales, más de 100 artículos y capítulos y 4 libros sobre el estudio de la agresión y la violencia, así como de los problemas de conducta tanto en infantes como adolescentes. La línea de investigación que trabaja fuera del Programa de la Especialización es: análisis y diseño de interacciones sociales e institucionales. Pertenece al Sistema Nacional de Investigadores nivel uno y posee Perfil PRODEP.

Dra. Jeysira Jacqueline Dorantes Carrión

Doctora en Pedagogía por la Universidad Nacional Autónoma de México, Maestra en Educación por la Universidad Veracruzana con Mención Honorífica y Licenciada en Pedagogía por la Universidad Veracruzana. Es Profesora de Tiempo Completo Titular C e imparte docencia en la Maestría en Antropología y en la Especialización en Estudios de Opinión de la Universidad Veracruzana. Es miembro de la Red Nacional de Investigaciones en Representaciones Sociales (RENIRS-CEMERS/México). Es perfil PROMEP nivel 3 y las líneas de investigación que ha trabajado aparte de la de la Especialización son: educación, educación básica, educación secundaria, reforma educativa, evaluación de instituciones educativas, violencia y tipos de violencia, jóvenes estudiantes universitarios.

Dra. Patricia del Carmen Aguirre Gamboa

Doctora en Comunicación por la Universidad Veracruzana. Se ha desempeñado en el área de la Comunicación Organizacional y funge como docente e investigadora dentro de la Facultad de Ciencias y Técnicas de la Comunicación. Cuenta

con participaciones en diversos congresos, foros nacionales e internacionales, y posee diversas publicaciones, así como también, cultiva las líneas de investigación en cultura tecnológica en medios de información.

Dr. Carlos Adolfo Piña García

Doctor en Ciencias de la Computación por la Escuela en Ciencias de la Computación e Ingeniería Electrónica de la Universidad de Essex, Inglaterra; Maestro en Inteligencia Artificial con mención honorífica por la Facultad de Física e Inteligencia Artificial de la Universidad Veracruzana; Licenciado en Sistemas Computacionales Administrativos por la Universidad Veracruzana. Es investigador de tiempo completo y coordinador del Laboratorio para el Análisis de Información Generada a través de Redes Sociales en Internet (LARSI) de la Universidad Veracruzana. Tiene una estancia Post-doctoral en el Departamento de Ciencias de la Computación del Instituto de Investigaciones en Matemáticas Aplicadas y en Sistemas (IIMAS) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Tiene una estancia intra-doctoral en el Instituto de Tecnología de Beijing en China. Pertenece a la Sociedad Internacional de Sistemas Complejos y a la Academia Mexicana de Computación. Sus líneas de investigación son las siguientes: Ciencia Social Computacional, Análisis de Redes Sociales, Minería Social, Ciencia de Datos (Big Data), Visualización de Datos, Participación Política en Redes Sociales, Medición-Predicción del comportamiento humano.