

UNIVERSIDAD VERACRUZANA



MAESTRÍA EN ESTUDIOS DE OPINIÓN

Plan de estudios 2023

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	Maestra en Estudios de Opinión – Maestro en Estudios de Opinión
Orientación	Profesionalizante
Duración máxima	2 años
Modalidad	Presencial
Total de horas	885
Total de créditos	109

ÍNDICE

1	Justificación	6
1.1	Los estudios de opinión, un campo multidisciplinar	6
1.2	La opinión pública en el siglo XXI	6
1.3	La opinión frente a los retos globales	8
1.4	Los retos educativos y la pandemia por COVID19 en México	9
1.5	Factibilidad	10
1.6	Marco legal del programa de posgrado	18
2	Fundamentación Académica	20
2.1	Antecedentes del programa educativo	20
2.2	Fundamentos de la enseñanza	21
3	Objetivos Curriculares	23
3.1	Misión	23
3.2	Visión	23
3.3	Objetivo general	23
3.4	Objetivos específicos	24
3.5	Metas	24
4	Recursos Humanos, Materiales y de Infraestructura Académica	26
4.1	Personal académico	26
4.2	Personal administrativo, de apoyo, técnico y manual	31
4.3	Materiales e infraestructura académica	31
5	Perfil del Alumno y Requisitos de Ingreso	33
5.1	Requisitos de ingreso	34

6	Perfil y Requisitos de Permanencia, Egreso y Titulación	35
6.1	Requisitos de permanencia	36
6.2	Requisitos de egreso	37
6.3	Requisitos de titulación	37
6.4	Obtención del título	37
7	Perfil del Académico	38
8	Diseño Curricular	40
8.1	Mapa curricular del plan de estudio	40
8.2	Formato de horizontalidad y verticalidad	44
8.3	Descripción y registro de las LGAC	46
8.4	Descripción de las actividades complementarias con valor crediticio	47
8.5	Tabla de experiencias educativas	49
8.6	Alternativas de movilidad académica	57
8.7	Tutorías	58
9	Duración de los Estudios	60
10	Descripción del Reconocimiento Académico	61
11	Referencias Bibliográficas	62
12	ANEXOS	66
A.	Programas de Estudio	67
B.	Plan de Autoevaluación Anual	136

1. JUSTIFICACIÓN

1.1 Los estudios de opinión, un campo multidisciplinar

La historia moderna de los estudios de opinión se remonta a los inicios del siglo XX, impulsada por dos circunstancias fundamentales: la necesidad de reducir la incertidumbre en torno a la toma de decisiones en naciones democráticas, y la necesidad de mantener cierto grado de cohesión nacional frente a las amenazas externas en un entorno internacional conflictivo. Tras la Segunda Guerra Mundial, los estudios de opinión recibieron un impulso importante de los estudios académicos sobre influencia social, que se realizaron para intentar comprender el apoyo de las masas al nazismo y al fascismo. Estos antecedentes configuran desde entonces una de las definiciones más influyentes que existen sobre la opinión pública: es un insumo de control social. No necesariamente en un sentido perverso, sino también en un sentido normativo, que facilita la convivencia.

Como elemento de control social, es natural que la opinión despierte el interés de varias ciencias y disciplinas sociales. Los textos cuyo objeto central es la opinión nunca han sido abordados desde una sola perspectiva. Se pueden citar aportaciones desde el periodismo, como “Public Opinión” de Walter Lipmann (1922); la sociología freudiana, “Propaganda Technique in World War” (Lasswell, 1927); la sociología positivista, “The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign” (Lazarsfeld, Berelson y Gaudet, 1944); la comunicación, “Propaganda, Communication, and Public Opinion” (1946, Smith, Lasswell, y Casey); y la psicología “The Spiral of Silence. A Theory of Public Opinión” (Noelle-Neumann, 1974). A este conglomerado de interacciones teóricas, se suman también las aportaciones de carácter metodológico cuantitativo y cualitativo. De tal forma que no podemos hablar de una ciencia de la opinión, sino de la opinión como un campo de estudio teórico y de aplicación disciplinar.

1.2 La opinión pública en el siglo XXI

La era de la opinión en el siglo XXI puede ser definida como una era de efectos mínimos y máximas consecuencias.

Los avances tecnológicos en la comunicación de masas del siglo XX posibilitaron la difusión de propaganda política y publicidad a un gran número de personas. El monopolio de las plataformas de comunicación en una élite reducida facilitó el control político de amplios sectores de la población (Mutz, 1989). No obstante, los monopolios mediáticos –y también los políticos– que caracterizaron la segunda

mitad del siglo XX se fueron fragmentando debido a las exigencias de mayor pluralidad por parte de la sociedad civil, a un incremento de la competitividad comercial a nivel internacional, y al desarrollo de nuevas tecnologías de comunicación, más baratas, basadas en lo digital.

El día de hoy, la opinión pública no tiene un carácter monolítico, sino que es caracterizada por la pluralidad. Conviven en el siglo XXI una multitud de culturas y subculturas, cada una de las cuales demanda para sí productos y contenidos personalizados. Los competidores en la política, la comunicación y el mercado en general han debido esforzarse para atender a esta demanda diversificada. Los estudios de opinión han sido fundamentales en este esfuerzo para entender la composición de los mercados, del electorado y del comportamiento ciudadano. De igual manera, las redes sociales y la expansión de la cobertura de internet han permitido que se diversifiquen los puntos de contacto entre la ciudadanía y las élites político-económicas en los países democráticos, incrementándose de forma sustancial las opciones con las que cuenta una persona para el consumo de contenidos, y para la expresión de sus puntos de vista.

Esa diversidad cultural emulada por la oferta ha restado fuerza a la pretensión de control de masas que caracterizó a los medios de radiodifusión en el siglo XX. En la actualidad, comunidades de personas hacen consumos selectivos afines a su ideología e intereses temáticos, reduciendo la capacidad de persuasión de alguna élite en particular (Flaxman, Goel y Rao, 2016). De esta manera, podemos caracterizar al siglo XXI como una época de efectos mínimos, en el que el moldeamiento intencional de la opinión pública sólo ofrece resultados marginales (Benett e Iyengar, 2008).

Pese a lo anterior y dado un entorno internacional altamente competitivo, los resultados marginales son justamente lo que las organizaciones necesitan para tener éxito. En el plano político es menester recordar elecciones como las de Estados Unidos en 2016, donde el candidato electo resultó perdedor en el voto popular, pero ganó en el colegio electoral. Elecciones como la de México en 2006 donde la diferencia entre el primer y segundo lugar resultó inferior al 1% del conjunto de votantes. De la misma manera, la proliferación de aerolíneas de bajo costo en el mundo puede entenderse como una adaptación de la industria a la lógica de ganancias marginales (e.g. Graham y Shaw, 2008). Las organizaciones que deseen tener éxito deben por lo tanto invertir en conocer las actitudes, percepciones, y opiniones de las personas frente a sus productos y objetivos.

1.3 La opinión frente a los retos globales

No se puede ocultar que el siglo XXI entraña retos característicos en cuanto a la convivencia ciudadana y la sustentabilidad planetaria, en los que la opinión juega un papel fundamental.

En la primera década del siglo XXI, se ha observado que la ciudadanía ha mantenido altos niveles de activismo e involucramiento político que contrastan con la retórica conformista propuesta por Fukuyama (1989). Esta actividad se ha manifestado en la prevalencia de procesos electorales altamente competitivos en los países democráticos (e.g. Eichhorn y Linhart, 2021). Se han observado movilizaciones y discusiones en torno a las políticas características del siglo XX que promovieron el libre mercado y la internacionalización (Grugel y Ruggirozzi, 2012; Patomäki, 2009). También persiste en el mundo la demanda de reconocimiento y progresividad de los derechos humanos en favor de una sociedad más equitativa e incluyente. El movimiento feminista ha experimentado un auge significativo, consiguiendo promover cambios en los marcos regulatorios de estados e instituciones, en favor de espacios libres de violencia, y de una mayor participación de las mujeres y minorías sexuales en cuerpos de representación política (Aguilar-Barriga, 2020).

Todo lo anterior es evidencia de un contexto global en el que las controversias políticas y sociales son sujeto de discusión y formación de la opinión pública. En torno a ello, es preciso señalar que el fortalecimiento de plataformas de medios por internet, y el surgimiento de las redes sociodigitales ha roto el monopolio de los medios masivos de comunicación masiva en la formación política de la ciudadanía (Bennett e Iyengar, 2008; Flaxman, Goel y Rao, 2016). Si bien esto ha sido benéfico en tanto ha reducido, o vuelto más difícil, el control de las élites sobre la formación de actitudes políticas; también es evidente que ha crecido exponencialmente la oferta de contenidos de calidad dudosa, y plataformas sin criterios editoriales para moderar la calidad de su contenido (Engesser, Ernst, Esser y Büchel, 2017). Esto indica que los estudios de opinión mantienen su relevancia como una forma de monitorear el desarrollo de la cultura ciudadana; pero tienen que adecuarse a un contexto que considere nuevas maneras de formar actitudes, de discutir, y de intercambiar información.

Por otra parte, el calentamiento global debido a la actividad humana pone en peligro la sustentabilidad de la vida en el planeta. Ante esta amenaza, es imperativo un cambio tanto en las lógicas de desarrollo industrial como en los estilos de vida y participación ciudadana.

Cada vez es mayor el número de personas que perciben el calentamiento global como un problema urgente y responsabilizan a los gobiernos de tomar medidas para solucionarlo (Nisbet y Myers, 2007). Pese a lo anterior, la discusión respecto a la existencia del calentamiento global y sus efectos se ha polarizado políticamente, al grado que un conjunto relevante de personas se resiste a creer en que la actividad humana sea responsable del cambio climático, y asimismo se muestra reacia a cambiar su estilo de vida o demandar políticas públicas con sustento científico para enfrentar esta situación (Bolsen, Druckman y Lomax, 2015). Queda claro que frente a este reto no basta la apelación a los gobiernos por soluciones, sino que es necesario cierto grado de movilización y activismo organizado para crear conciencia, modificar actitudes, involucrar a la industria, y tener un impacto en los comportamientos de consumo de la población mundial, especialmente en los países desarrollados (Buterbury, 2016; Roser-Renouf, Atkinson, Maibach, y Leiserowitz, 2016).

Frente a esta problemática, y en congruencia con la relevancia de la discusión política sobre la progresividad de los derechos humanos y la igualdad de género, los estudios de opinión deben considerar un doble propósito: Por una parte, continuar evaluando el estado de la cultura ciudadana a partir de la participación de las personas en las controversias políticas y sociales de su comunidad; y por otro, el favorecer la formación de opiniones que contribuyan al desarrollo de conductas sustentables y de la convivencia basada en el reconocimiento de derechos y la igualdad.

1.4 Los retos educativos y la pandemia por COVID19 en México

En marzo de 2020 se declaró el estado de emergencia sanitaria por la pandemia de COVID19 en México. Después de algunas semanas de inactividad; la Universidad Veracruzana ajustó sus procesos para impartir las experiencias educativas de sus programas académicos, en línea. Algunos programas fueron más expeditos que otros, pero tras casi dos años de actividad académica a distancia, todos los programas en todos los niveles, tuvieron que ajustar su metodología de enseñanza y sus procesos administrativos.

Entre las adaptaciones que destacan en esta etapa, la Universidad Veracruzana mejoró su plataforma para la administración de experiencias educativas de manera virtual, Eminus4, y se aumentaron las capacidades de conexión, para que todos los programas educativos pudieran hacer uso de esta plataforma. Esta plataforma cuenta con herramientas para la gestión de contenidos, actividades, evaluaciones, y seguimiento de estudiantes y académicos. En el mismo sentido, la Universidad

Veracruzana gestionó acuerdos para el licenciamiento institucional de la plataforma Microsoft Teams, lo que permite el desarrollo de reuniones virtuales sincrónicas para la gestión, y para la impartición de experiencias educativas. El portal Mi-UV de igual forma fue actualizado para facilitar la entrega de actas de calificaciones, y gestionar los procesos de tutorías, entre otras funcionalidades.

Dado este aumento de capacidades, y pese a los rezagos que prevalecen en cuanto a la conectividad en diferentes regiones de México, es posible y deseable que la Universidad Veracruzana aumente su oferta de experiencias educativas en línea. Esto además será imprescindible en la medida en que se implementen, paulatinamente, las disposiciones de la Ley General de Educación, que en su artículo 6, numeral XII menciona:

Artículo 6. Para efectos de la presente Ley se entenderá por:

XII Obligatoriedad, a las acciones que promueva el estado para apoyar el incremento de la cobertura de educación superior, mejorar la distribución territorial y la diversidad de la oferta educativa.

Por lo anterior, es posible considerar actividades virtuales o híbridas en complemento a las actividades presenciales inherentes a la modalidad propuesta para el plan de estudios.

1.5 Factibilidad

En el estudio de factibilidad del programa se tomaron en cuenta los siguientes documentos:

- Datos del estudio institucional de egresados de la Universidad Veracruzana, implementado por la Coordinación del Programa Institucional de Seguimiento de Egresados
- Encuesta a posibles empleadores
- Encuesta a posibles aspirantes
- Padrón del Sistema Nacional de Posgrados de SECIHTI

1.5.1 Interés de egresadas y egresados en el posgrado

El estudio institucional de egresadas y egresados de la Universidad Veracruzana consistió en tres encuestas que en total fueron respondidas por 3,640 participantes.

En estas encuestas se preguntaba por las funciones que desempeñaban en sus empleos actuales las egresadas y egresados, si tenían aspiraciones de estudiar algún posgrado, y en qué temáticas les gustaría cursar estudios de posgrado. En relación con sus empleos actuales, se observó a 129 egresadas y egresados que desempeñaban funciones relacionadas con los estudios de opinión, tales como desarrollo de encuestas y entrevistas, marketing, monitoreo de medios, e implementación de estrategias de comunicación institucional. Estas funciones fueron referidas por las y los egresados en sus propios términos (Figura 1).



Figura 2. Nube de palabras de egresados que se interesan por temáticas relacionadas con los estudios de opinión



Se desarrolló una encuesta en línea a posibles empleadores de investigadoras e investigadores en opinión pública. En esta encuesta participaron algunas empresas destacadas del área de investigaciones políticas y de mercado tales como Tag Research, Testa Marketing, Berumen y Asociados, GEA-ISA, Berumen, RoundVox, y Beltrán y Asociados. Para el desarrollo de esta encuesta, se enviaron correos electrónicos a empresas del catálogo del Directorio Nacional de Unidades Económicas del INEGI (DENUE) en su versión de 2018. La respuesta a las solicitudes de encuesta fue baja y se recopilaron 20 respuestas. Entre las habilidades descritas como parte el perfil ideal para una investigadora o investigador en temas de opinión, se señalan el conocimiento de software especializado, de estadística, conocimientos actuales sobre política y sobre monitoreo de medios. Por ejemplo:

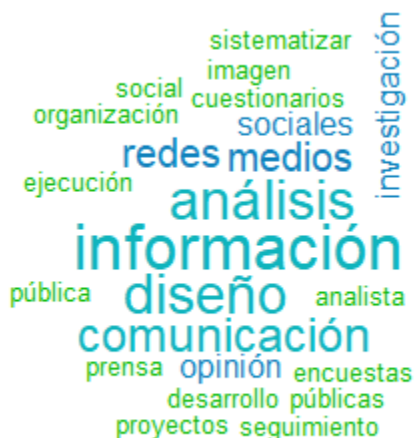
Habilidades ser curioso y sistemático. Contar con manejo de herramientas digitales. Conocimientos de Ciencia política, gobierno, comunicación, sociología y métodos cuantitativos, específicamente estadística (Socia directora de BGC Beltrán y Asociados).

En relación con los puestos de trabajo y funciones que se pueden desempeñar, se mencionaron el monitoreo de medios, el análisis de datos, la planeación y ejecución de proyectos, la participación en equipos de trabajo, y funciones directivas (Figura 3).

Con ingenio y creatividad para identificar y desarrollar nuevos indicadores relevantes al seguimiento y análisis de la opinión pública en distintos temas relevantes al acontecer nacional (Presidente del consejo de Berumen y Asociados).

En resumen, podemos observar que para las y los empleadores que respondieron la encuesta, es importante que las y los egresados de un posgrado de opinión tengan conocimiento técnico sobre el manejo de grandes volúmenes de información, así como teórico respecto a temas que son comúnmente el objeto de la opinión, como temas de actualidad política e imagen pública.

Figura 3. Nube de palabras de funciones que pueden desempeñar los egresados de un posgrado de opinión, según empleadores



En el estudio de factibilidad del programa se tomaron en cuenta los siguientes documentos

1.5.2 Estudio de aspirantes

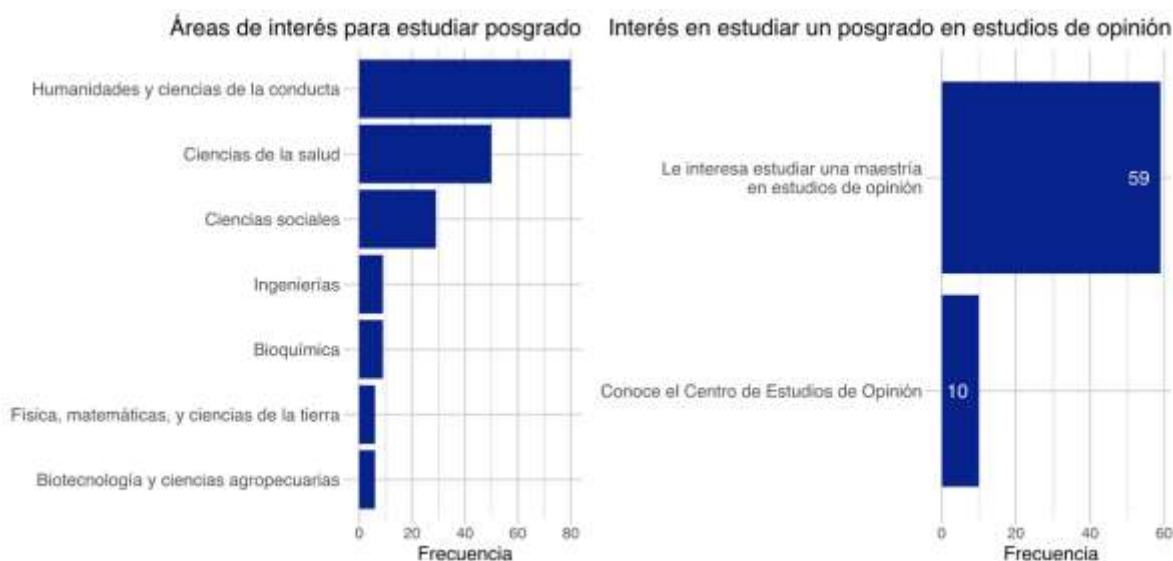
Se realizó una encuesta a 129 estudiantes de pregrado de la Universidad Veracruzana, centrada en su posible interés por estudiar un posgrado en estudios de opinión. Respondieron este instrumento 81 mujeres y 47 hombres, en edades de 18 a 55 años, con una media de edad de 22 años ($DE = 5.96$). Considerando una propuesta de perfil de ingreso, se observa que la mayoría de las y los participantes cumplen con las habilidades esperadas para el estudio de un posgrado de opinión, excepto en lo relativo a la certificación en el idioma inglés (Figura 4).

Figura 4. Habilitación de aspirantes para el ingreso al posgrado en estudios de opinión



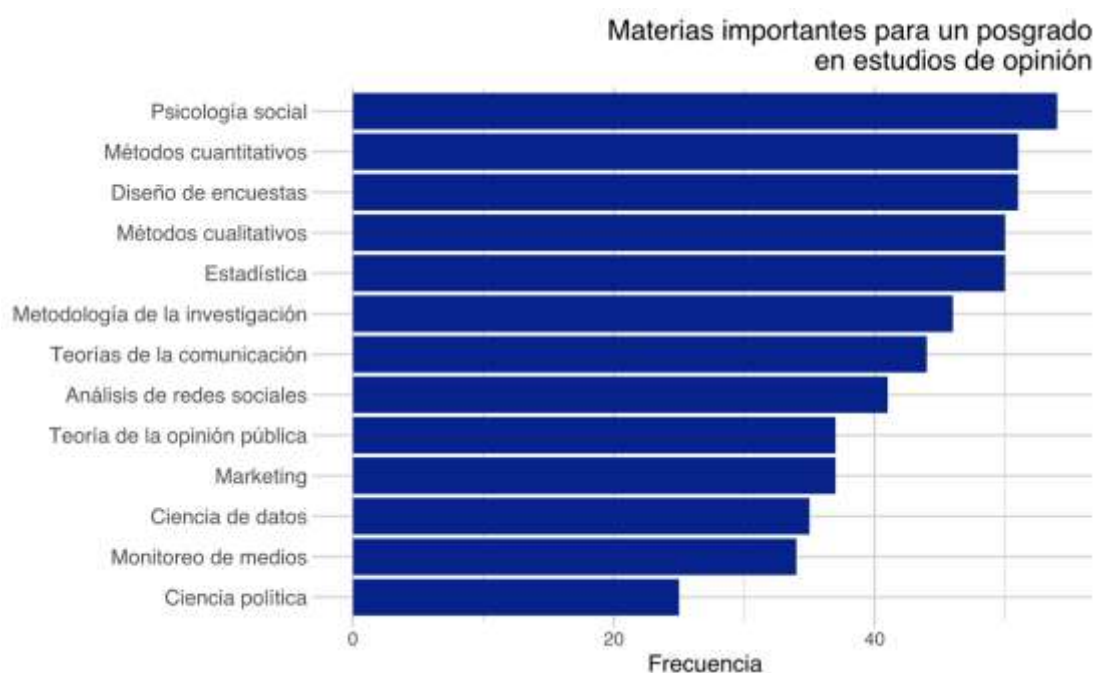
De las y los participantes, 113 manifiestan interés por estudiar un posgrado, de quienes 59 podrían estar interesados en ingresar a una maestría en estudios de opinión. Cabe destacar, que existe un interés importante de los participantes por estudiar posgrados en las áreas de humanidades y ciencias sociales, que es donde se inscribe esta propuesta (Figura 5).

Figura 5. Aspirantes interesados en estudiar un posgrado en estudios de opinión



En cuanto a las experiencias que las y los posibles aspirantes perciben como importantes en un posgrado de estudio de opinión, destacan psicología social, métodos cuantitativos, y diseño de encuestas (Figura 6).

Figura 6. Materias relevantes de un posgrado en estudios de opinión, según aspirantes



1.5.3 Oferta educativa nacional e internacional

En México, dentro del Sistema Nacional de Posgrados 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 SNP con al menos una línea de investigación en estudios de opinión u opinión pública. Estos programas se enlistan en la Tabla 1.

Tabla 1. Posgrados SNP con línea de investigación en estudios de opinión u opinión pública

Maestría en Ciencias Políticas	Benemérita Universidad Autónoma de	Puebla, México
Maestría en Periodismo sobre Políticas Públicas	Centro de Investigación y Docencia Económicas	Ciudad de México, México
Maestría en Ciencias Políticas	Universidad Autónoma de Nuevo León	Nuevo León, México
Maestría en Ciencias Sociales	Universidad Autónoma de Zacatecas	Zacatecas, México
Maestría en Ciencias Sociales	Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo	Hidalgo, México
Maestría en Comunicación	Universidad Autónoma de México	Ciudad de México, México
Doctorado en Ciencias Políticas y Sociales	Universidad Autónoma de México	Ciudad de México, México

Aunado a lo anterior, existen programas de posgrado en universidades privadas, que no tienen el reconocimiento en el SNP, sin embargo; contemplan líneas de investigación en opinión pública (Tabla 2).

Tabla 2. Posgrados en universidades privadas con línea de investigación en opinión pública

Maestría en Comunicación Política y Marketing Electoral	Benemérita Universidad Modelo	Yucatán, Mérida, México
Maestría en Comunicación para la Acción Política y Social	Universidad Simón Bolívar	Ciudad de México, México
Maestría en Estrategias de Comunicación Política y Social	Universidad Kino	Sonora, México
Máster en Gestión de la Opinión Pública	Universidad de Valencia	Valencia, España
Maestría en Investigación en Comunicación con Mención en Opinión Pública	Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales	Ecuador, Ecuador
<u>Posgrado en Opinión Pública y Comunicación Política</u>	<u>Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales</u>	<u>Argentina, Argentina</u>

No obstante, la mayoría de los 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 MAEO 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 (LARSÍ), y la existencia de una Línea de Generación y Aplicación del Conocimiento (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.

1.5.4 Conclusiones generales de factibilidad

A partir de las evidencias revisadas, se observa que sí existe interés de estudiantes de pregrado por realizar en el futuro un posgrado en estudios de opinión. De igual manera, entre egresadas y egresados observamos un interés por mantenerse en formación continua, en áreas y temas que podrían ser cubiertos por un posgrado en estudios de opinión. Se recaba la opinión de empleadores respecto a las expectativas que generarían las y los egresados del programa que se propone, destacándose la necesidad de contar con herramientas técnicas, y la capacidad de interpretar y comunicar los datos de un estudio de opinión. Finalmente, se observa como amenaza que muchas y muchos estudiantes de la UV no cuentan con certificación del idioma inglés, necesaria para estudiar la mayoría de los posgrados adscritos al Sistema Nacional de Posgrados en México.

1.6 Marco legal del programa de posgrado

El marco legal del programa se sustenta en los principios del Plan Nacional de Desarrollo 2019 – 2024, que en su eje “Política Social” señala como objetivo el Derecho a la Educación, en cuyo texto se destaca el compromiso del gobierno federal por garantizar el acceso de todos los jóvenes a la educación. (PND, 2019).

Por su parte, el Plan Veracruzano de Desarrollo menciona en su eje III. Educación, el propósito de que “la población acceda y permanezca en una formación técnica, profesional y superior de calidad relacionada con el entorno”; y llama a fortalecer una formación científica y tecnológica. En este eje, una de sus líneas de acción se refiere a “Impulsar la formación técnica, tecnológica y la investigación contextualizada en el nivel medio superior y superior” (PVD, 2019).

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, a la Dirección General de la Unidad de Estudios de Posgrado, y a la Dirección General del Área

Académica Económico-Administrativa. Todas estas dependencias, en orden jerárquico ascendente dependen de la Secretaría Académica.

El programa 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:

- IX. Ley Orgánica
- 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

2.1 Antecedentes del programa educativo

En el año 2012, a la par que es fundado el Centro de Estudios de Opinión y Análisis (CEOA), entra en operación la Especialización en Estudios de Opinión, programa de posgrado de orientación profesionalizante, cuyo objetivo es: *formar especialistas expertos en materia de opinión pública capaces de realizar observaciones empíricas en este campo, así como 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.*

Este programa de posgrado se ha desarrollado de forma satisfactoria, obteniendo rápidamente la adscripción al Programa Nacional de Posgrados de Calidad de SECIHTI antes (CONAHCYT), y adquirió el nivel de posgrado “Consolidado” que otorga esta acreditación de calidad. A la fecha, se han titulado 58 estudiantes de este programa, quienes se han insertado laboralmente en espacios institucionales, o han decidido cursar un posgrado de nivel superior. Entre otros logros, se han publicado dos antologías con los trabajos de investigación de las y los estudiantes del programa, y se cuenta con decenas de publicaciones arbitradas a partir de la producción científica de estudiantes y docentes.

Por otra parte, desde su creación el Centro de Estudios de Opinión y Análisis ha evolucionado, desarrollando áreas para la implementación de estudios cuantitativos y un observatorio para el monitoreo de medios locales. De la misma forma, se ha innovado tecnológicamente al poner en marcha el Laboratorio de Análisis de Redes Sociales e Información Generada en Internet (LARSI). Esta evolución ha sido posible gracias al fortalecimiento de la planta académica del CEOA, que cuenta en un 60% con adscripción al Sistema Nacional de Investigadores (SNII) y al Programa para el Desarrollo Profesional Docente (PRODEP).

Tomando en cuenta el éxito de este programa, su producción científica, las fortalezas de su núcleo académico básico, así como el interés de los egresados por cursar estudios de posgrado en áreas relacionadas con la opinión, es que se propone la creación de un programa de nivel superior, que permita que el Centro de Estudios de Opinión desarrolle propuestas de investigación de mayor alcance en torno a la opinión pública a nivel local o internacional.

2.2 Fundamentos de la enseñanza

La enseñanza en el programa se basa en la metodología de Aprendizaje por Proyectos, en la teoría del Aprendizaje Significativo, así como en los lineamientos generales del Modelo Educativo Integral y Flexible de la Universidad Veracruzana (MEIF).

Tomando en cuenta la teoría del Aprendizaje Significativo, entendemos que se observan aprendizajes duraderos cuando las personas adultas se enfrentan con los problemas reales de su entorno, y buscan desarrollar habilidades que les permitan enfrentar de forma eficiente esos problemas. Las personas adultas no estudian “por deporte”, sino que buscan una aplicación inmediata de aquello que estudian. En congruencia con esta teoría, podemos observar que la distribución proporcional de las áreas del conocimiento en el currículum del programa incluye una fuerte carga en la metodología, en el desarrollo del proyecto de investigación, y en actividades centradas en la investigación-divulgación de la ciencia. La teoría en el currículum se halla vinculada a la etapa de ajuste de la investigación que se requiere como resultado para la titulación del programa.

Figura 7. Proporción de contenidos en el currículum de la Maestría en Estudios de Opinión



El programa también ofrece contenidos flexibles, con un catálogo de experiencias optativas a disposición del estudiante, enfocadas a desarrollar las habilidades necesarias para asegurar el cumplimiento de los objetivos de la investigación propuesta como tesis, o para que las y los estudiantes se especialicen en su

formación como investigadores expertos en estudios de opinión. Dentro de este catálogo de optativas, se retoman los principios de inclusión y no discriminación presentes en el MEIF, al proponer en cada semestre el cursar una experiencia enfocada en la estructuración de instrumentos para tomar en cuenta las opiniones de personas con discapacidad y hablantes de lenguas indígenas.

Por último, de forma consistente con la metodología del Aprendizaje por proyectos, todas las experiencias conceden una alta importancia en su evaluación a productos integradores elaborados por las y los estudiantes. Estos productos, además, se espera que sean integrados al documento recepcional de las estudiantes, asegurando de esta manera la eficiencia terminal y la calidad en la titulación (Tabla3).

Tabla 3. Vinculación entre experiencias educativas y tesis recepcional

	Semestres			
	Primero	Segundo	Tercero	Cuarto
Experiencias educativas	Teoría de la opinión I	Diseño y validación de escalas y cuestionarios	Estadística avanzada en los estudios de opinión	Seminario de investigación IV
	Teoría de la opinión II	R for data science and opinion mining	Ciencia de datos aplicada a los estudios de opinión	Optativa IV
	Ética y estudios de opinión	Principles of statistical analysis	Seminario de investigación III	
	Seminario de investigación I	Seminario de investigación II	Optativa III	
	Optativa I	Optativa II		
Avance del documento de tesis por semestre	Planteamiento y Marco Teórico	Metodología	Resultados	Discusión

3. OBJETIVOS CURRICULARES

3.1 Misión

Formar recursos humanos especializados en realizar observaciones con conocimientos avanzados en métodos de investigación cuantitativas y cualitativa, dominio teórico de la opinión y conocimiento intermedio de ciencias de datos para fortalecer la toma de decisiones en los ámbitos social e institucional y que sean líderes en el fortalecimiento de los estudios de opinión a nivel regional y nacional.

3.2 Visión 2030

Ser un programa de posgrado reconocido por su alta calidad por la formación de sus estudiantes, la vinculación social de su comunidad académica, y la relevancia de sus investigaciones en materia de opinión pública.

Valores

Honestidad académica

Honestidad en el manejo de información relacionada con los estudios de opinión

Respeto al derecho a la privacidad y a la normatividad aplicable en materia de protección de datos personales

Respeto a la pluralidad de ideas y perspectivas

Respeto a las identidades

Pensamiento crítico

Compromiso con el análisis complejo de los procesos sociales

No violencia

Compromiso con la educación no sexista y no binarista

Aplicación de la perspectiva de género

Empatía pedagógica frente a la neurodivergencia y diversidad funcional

Promoción activa de la equidad y la justicia social

3.3 Objetivo general

Formar investigadoras e investigadores expertos en el diseño, ejecución, y

evaluación de estudios de opinión; con la capacidad de generar insumos confiables y certeros para la toma de decisiones con ética en los ámbitos académico, institucional, comercial y social; cuyas acciones promuevan el desarrollo económico, la convivencia pacífica, el estado democrático de derecho y la sustentabilidad ambiental. Estos objetivos son alcanzables a partir de la transversalización de la perspectiva de género y derechos humanos considerada en el plan de trabajo de rectoría de la Universidad Veracruzana 2021-2025; y en la transversalización de los valores enunciados en el plan de estudios.

3.4 Objetivos específicos

Formar investigadores e investigadoras con dominio teórico sobre la opinión y los conceptos que se relacionan con el estudio de la opinión de las diferentes ciencias y disciplinas que convergen en este campo de estudios.

Capacitar a las y los investigadores en el uso de herramientas y técnicas innovadoras para la recolección y sistematización de datos en los estudios de opinión, reconociendo la pertinencia de los diferentes paradigmas metodológicos, interpretativo, positivista y pragmático.

Formar recursos humanos capaces de trabajar en ambientes multidisciplinarios, de comunicar sus observaciones a un equipo de trabajo, y de colaborar para la obtención de los objetivos de la organización en la que se desempeñen profesionalmente.

Formar recursos humanos con capacidad crítica, que puedan reconocer los problemas de su entorno y utilizar sus conocimientos de forma ética para el mejoramiento de la convivencia y las condiciones de vida en su comunidad.

3.5 Metas

- Contar con una matrícula inicial de 10 estudiantes y que el 80% de ella se titule de la maestría.
- Alcanzar el 70% de eficiencia terminal en las generaciones de la Maestría en Estudios de Opinión por cohorte generacional.
- Que al menos el 30% de los estudiantes de cada generación realice movilidad académica nacional o internacional, por cohorte generacional.
- Que el 50% de los estudiantes del posgrado se vincule con alguno de los proyectos de investigación registrados en el SIREI.

- Que al menos el 40% de los estudiantes participen en proyectos de extensión y vinculación del CEOA, por cohorte generacional.
- Que el 40% de los estudiantes participe en actividades académicas de difusión (congresos, simposios, seminarios) de alcance nacional o internacional, por cohorte generacional.
- Que al menos el 50% de los estudiantes envíen un artículo de investigación en conjunto con su director de tesis a 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 la Maestría en Estudios de Opinión (MAEO), el Núcleo Académico Básico (NAB) está integrado por ocho académicas y seis académicos, diez de ellos pertenecen al Sistema Nacional de Investigadores (SNII).

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

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.

<https://scholar.google.com/citations?user=D4t2UVkAAAAJ&hl=es&oi=ao>.

Dra. Alejandra Rodríguez Estrada

Es doctora en Ciencias, maestra en Ciencias con especialidad en Comunicación Internacional. Miembro del SNII nivel I. Sus investigaciones abordan la conformación del campo científico de la comunicación política en México y temas afines a la comunicación política y opinión pública, los procesos de socialización política, la participación política y los nuevos medios. Pertenece a la Línea de Generación y Aplicación del Conocimiento (LGAC): Efectos de la comunicación y actitudes políticas. Actualmente coordina la Red Iberoamericana REPCOMPOL (Red de Posgrados de Excelencia en Comunicación Política) que busca vincular y

fortalecer los posgrados de la región.

Tiene publicaciones tanto nacionales como internacionales algunas de las cuales se pueden consultar en:

https://scholar.google.com/citations?hl=es&user=SysGVVsAAAAJ&view_op=list_works&sortby=pubdate).

Dr. Oniel Francisco Díaz Jiménez

Es Doctor en Ciencia Política y Estudios Internacionales por la Universidad de Birmingham, Reino Unido e Investigador del Centro de Estudios de Opinión y Análisis de la Universidad Veracruzana. Es miembro del SNII en el nivel II. Se especializa en temas de elecciones, partidos y sistemas de partidos, comunicación política, participación ciudadana, opinión pública y comportamiento electoral en perspectiva comparada. Pertenece a la Línea de Generación y Aplicación del Conocimiento (LGAC) Efectos de la comunicación y actitudes políticas de la Maestría en Estudios de Opinión. Ha sido investigador visitante en el Centro para el Estudio de las Instituciones Democráticas del Departamento de Ciencia Política de la Universidad de la Columbia Británica en Canadá, así como en el Instituto de Iberoamérica / Área de Ciencia Política de la Facultad de Derecho de la Universidad de Salamanca en España y en el Instituto de Investigaciones en Innovación y Gobernanza de la Universidad de Guadalajara. Ha sido también profesor visitante en el Departamento de Procesos Sociales de la Universidad Autónoma Metropolitana y catedrático en cursos de licenciatura y posgrado en diversas instituciones de educación superior públicas y privadas. Ha sido ponente en diversos eventos académicos y congresos nacionales e internacionales. Es autor de diversos libros, capítulos de libros y artículos en revistas especializadas nacionales e internacionales, las cuales se pueden consultar en:

https://scholar.google.com/citations?user=TrVh_v4AAAAJ&hl=es).

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, nivel 1. Está adscrito a la Asociación Mexicana de Estadística, al capítulo Latinoamérica de la World Association for Public Opinion Research (WAPOR), y a la Cátedra Internacional de Opinión Pública José Antonio Meyer Rodríguez. Es investigador de tiempo completo en el Centro de Estudios de Opinión y Análisis de la Universidad Veracruzana, y se encuentra adscrito a la Línea de Generación y Aplicación del Conocimiento (LGAC): Efectos de la comunicación y actitudes políticas.

<https://scholar.google.com/citations?user=pOJYWjwAAAAJ&hl=es>.

Dr. Carlos Adolfo Piña García

Miembro del Sistema Nacional de Investigadores nivel 1 y académico de tiempo completo adscrito al Centro de Estudios de Opinión y Análisis de la Universidad Veracruzana. Es Doctor en Ciencias de la Computación por la Universidad de Essex, Inglaterra; Maestro en Inteligencia Artificial con mención honorífica por la Universidad Veracruzana; y cuenta con una estancia posdoctoral en el IIMAS-UNAM. Su trayectoria combina la investigación científica con la aplicación de metodologías computacionales al estudio de fenómenos sociales y de opinión pública. Pertenece a la Línea de Generación y Aplicación del Conocimiento (LGAC): Análisis de redes sociales e información generada en internet, participando en la línea de investigación enfocada en el análisis de redes sociales e información digital, donde integra técnicas de ciencia de datos, minería de texto, procesamiento de lenguaje natural e Inteligencia Artificial para el estudio de la opinión pública en plataformas digitales. Su participación es fundamental para fortalecer el componente metodológico y tecnológico de la Maestría en Estudios de Opinión, aportando enfoques interdisciplinarios que vinculan las ciencias computacionales con las ciencias sociales. Contribuye al cumplimiento de los objetivos del programa al promover la innovación en el análisis de datos de opinión y en la interpretación de la comunicación pública contemporánea. Ha desarrollado actividades de docencia, investigación y vinculación orientadas a la formación de estudiantes en métodos digitales aplicados al análisis de opinión. Ha impulsado proyectos de investigación en redes sociales, desinformación y campañas coordinadas, así como la difusión de resultados mediante publicaciones académicas arbitradas e indexadas.

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, es parte de la Línea de Generación y Aplicación del Conocimiento (LGAC): “efectos de la comunicación y actitudes políticas”, así como en la de “estudios de opinión con perspectiva de género y enfoque de derechos humanos”.

Dra. Judith Guadalupe Montero Mora

Docente de tiempo completo de la Facultad de Estadística. Licenciada en Estadística por la Facultad de Estadística (UV). Especialista en Métodos Estadístico (UV). Maestra en Ciencias Administrativas, por el Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas (UV). Doctora en Planeación Estratégica y Dirección de Tecnología por la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP) con mención honorífica por investigación. Consultor estadístico en el Laboratorio de Investigación y Asesoría Estadística de la Facultad de Estadística. Instructor en diversos cursos a nivel licenciatura y posgrado y en instituciones del sector público y privado. Integrante de la Línea de Generación y Aplicación del Conocimiento (LGAC): Análisis de redes sociales e información generada en internet. Reconocimiento a Profesores de Tiempo Completo con Perfil Deseable (PRODEP). Candidata a Investigadora en el SNII. Dirección de tesis y tutora a nivel licenciatura, especialidad, maestría y doctorado. Áreas de interés: Diseño de Estudios de Investigación, Modelación Estadística, Diseño y Análisis Estadístico: Estudios Muestrales, Estudios Experimentales, Estudios Observacionales. Control estadístico de Calidad, análisis multivariado, Minería de datos.

<https://scholar.google.com/citations?user=aW7XxtEAAAAJ&hl=es&oi=ao>.

Dra. Irma del Carmen Guerra Osorno

Profesora de Tiempo Completo Titular C en la Facultad de Economía de la Universidad Veracruzana. Estudió la licenciatura en economía y una especialización en métodos estadísticos en la UV, tiene una maestría en administración pública por el Instituto de Administración Pública de Veracruz y un doctorado en políticas públicas por el Centro de Investigación y Docencia Económicas. Se especializa en

temas de transparencia y rendición de cuentas, combate a la corrupción, capacidades administrativas y temas de política pública en general. Maneja software para el análisis cualitativo y cuantitativo como Atlas.ti, R, Stata, entre otros. Ha colaborado con universidades como el CIDE, FLACSO-México y la Universidad de Guadalajara. Es autora de diversos capítulos de libro y artículos científicos. Desde 2021 pertenece al Sistema Nacional de Investigadores como Candidata. Pertenece a la Línea de Generación y Aplicación del Conocimiento (LGAC): “El papel del Estado en la economía, una visión alternativa en políticas públicas”.

<https://scholar.google.com/citations?user=HHzDHP0AAAAJ&hl=es&oi=ao>.

Mtra. Rocío López Lara

Profesora-Investigadora de Tiempo Completo Titular, adscrita al Instituto de Salud Pública de la Universidad Veracruzana, desde 2015. Además, se desempeña como consultora en planeación, desarrollo y evaluación de programas y proyectos educativos, sociales y en salud con perspectiva de género, desde el 2003. Es Psicóloga y Maestra en Salud Pública, por la Universidad Veracruzana; doctorante en Ciencias Sociales, por El Colegio de Sonora; con Especialización en Políticas del cuidado con perspectiva de género (por CLACSO) y en el Diseño de Entornos Virtuales de Aprendizaje (por la OEA/IFD-VE). Ha cursado diversos diplomados, cursos y seminarios universitarios nacionales e internacionales en temas como Políticas, programas y proyectos con enfoque de derecho e igualdad de género. Forma parte del Núcleo Académico Básico de la Maestría en Salud Pública, desde 2015 (ISP/UV), donde desarrolla actividades de docencia, tutoría, dirección de tesis, asesoría de prácticas comunitarias, divulgación del conocimiento en congresos, y participa como integrante de comités en otros programas de posgrado. Es integrante del Observatorio de Igualdad de Género de la Universidad Veracruzana.

<https://scholar.google.com/citations?user=7vVcs2cAAAAJ&hl=es&oi=ao>

Dra. Lizette Teresa Figueroa Vázquez

Docente de tiempo completo de la Universidad Veracruzana. Actualmente comisionada al Centro de Estudios de Opinión y Análisis, donde es Representante de igualdad de género. Es Psicóloga, Maestra en Desarrollo Comunitario y Doctora en Psicología por la Universidad Veracruzana. Forma parte de la Línea de Generación y Aplicación del Conocimiento (LGAC): “Estudios de opinión con perspectiva de género y enfoque de derechos humanos” de la MAEO. Fue fundadora, docente y coordinadora de la Maestría en Salud, Arte y Comunidad de

la Facultad de Psicología de la UV. Directora del Centro Marie Langer A.C. de 1997 a la fecha, donde se realiza trabajo comunitario con mujeres y jóvenes, en el fomento de la salud integral comunitaria con perspectiva de género. Sus líneas de investigación son el estudio del impacto psicosocial que producen las prácticas violentas y la formación de psicólogos; género; y Prácticas Psicosociales e intervención grupal.

<https://scholar.google.com/citations?user=HZizdzUAAAAJ&hl=es&oi=ao>.

Dr. José Oliveros Ruíz

Doctor y Maestro en Derecho con publicaciones sobre democracia, justicia y derecho electoral. Participa activamente en comités tutoriales y dirección de tesis, que contribuyen a la formación de excelencia de la comunidad estudiantil. El Dr. José Oliveros Ruíz, realiza investigación individual y colegiada relacionada con la Línea de Generación y Aplicación del Conocimiento (LGAC): Efectos de la comunicación y actitudes políticas. Por ejemplo, la valoración de la actividad jurisdiccional en México y los resultados de la elección judicial del 01 de junio de 2025. La participación de este perfil en la Maestría en Estudios de Opinión es pertinente por su alineación directa con las actividades sustantivas del programa. Al desarrollar proyectos dentro de la LGAC, no solo genera nuevo conocimiento sobre cómo los flujos de comunicación y los digitales, moldean las percepciones, preferencias y participación política. Su participación en comités tutoriales y la dirección de tesis es donde el académico y los estudiantes coinciden en la elaboración de investigaciones de calidad que constituyen una contribución original al campo de los estudios de opinión en temas novedosos.

Mtro. Ramón Armando Pérez Márquez

Investigador en el Centro de Estudios de Opinión y Análisis CEOA, Ha fungido como Jefe del Área de Investigación, Dirección de Posgrado, Investigación e Innovación; Tecnológico Nacional de México TecNM, 2019-2025, CDMX. Jefe de Oficina, Dirección de Televisión Educativa; Secretaría de Educación Pública SEP, 2018, CDMX. Encargado de Acuerdos, Coordinación de Comunicación Social; Instituto Politécnico Nacional IPN, 2016-2017, Zacatenco CDMX. Secretario Particular del Rector; Universidad Veracruzana, 2004-2013. Su formación académica y experiencia enriquecen la Línea de Generación y Aplicación del Conocimiento (LGAC): El papel del Estado en la economía, una visión alternativa en políticas públicas de la que forma parte.

Los académicos que participan como docentes, directores y tutores dentro del Programa de Posgrado se observan en la Tabla 4.

Tabla 4. Académicos del Núcleo Académico Básico

Profesores de Tiempo Completo				
Nombre	Entidad de adscripción	Último Grado Académico	SNII	PRODEP
Alejandra Rodríguez Estrada	Centro de Estudios de Opinión y Análisis	Doctorado	I	No
Rubén Flores González	Centro de Estudios de Opinión y Análisis	Doctorado	I	Sí
Carmen Dolores Patricia Andrade del Cid †	Centro de Estudios de Opinión y Análisis	Doctorado	I	Sí
Carlos Piña García	Centro de Estudios de Opinión y Análisis	Doctorado	I	Sí
José Oliveros Ruiz	Centro de Estudios de Opinión y Análisis	Doctorado	No	No
Lizette Teresa Figueroa Vázquez	Centro de Estudios de Opinión y Análisis	Doctorado	No	Sí
Oniel Francisco Díaz Jiménez	Centro de Estudios de Opinión y Análisis	Doctorado	II	No
Ramón Armando Pérez Máquez	Centro de Estudios de Opinión y Análisis	Maestría	No	No
Profesores de Tiempo Parcial				
Nombre	Entidad de Adscripción	Último Grado Académico	SNII	PRODEP
Rocío López Lara	Instituto de Ciencias de la Salud	Maestría	No	Sí
Patricia del Carmen Aguirre Gamboa	Facultad de Ciencias de la Comunicación	Doctorado	I	Sí
Irma del Carmen Guerra Osorno	Facultad de Economía UV	Doctorado	C	Sí
Judith Guadalupe Montero Mora	Facultad de Estadística UV	Doctorado	C	Sí

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 MAEO, 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 acojinadas, pantalla para proyección, un cañón retroproyector y una computadora portátil para uso de la MAEO. 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 MAEO con un horario de 9:00 AM A 17:00 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, y la Biblioteca Virtual UV disponible en <https://www.uv.mx/bvirtual/>.

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 pueden realizar conferencias, eventos académicos, y

seminarios especializados de la MAEO, según lo establece el Plan de Estudios y sus programas de cada asignatura.

La plataforma de aprendizaje Eminus 4 es una plataforma educativa que apoya en los procesos de aprendizaje en distintas modalidades, teniendo como principales características:

- Administración de experiencias educativas.
- Contenido educativo en múltiples formatos.
- Facilitación de uso y reutilización de recursos educativos desde repositorios institucionales.
- Gestión de instrumentos de evaluación.
- Incorporación de idiomas: inglés y francés.
- Implementación de seguimiento de académicos y estudiantes.
- Unificación de actividades evaluables y no evaluables.
- Comunicación síncrona a través de: Salón interactivo, Microsoft Teams y Zoom UV.

5. PERFIL DEL ALUMNO Y REQUISITOS DE INGRESO

El aspirante a la Maestría 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.
- 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, TOEFL 460 puntos, o resultado de examen equivalente a dominio B1 en el Marco Común Europeo de Referencia.

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 Maestría 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 académica de investigadores o docentes con posgrado de nivel mínimo de maestría.
 - Presentar un anteproyecto inserto en alguna de las Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento (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 2, TOEFL ITP 460 puntos, o resultado de examen equivalente a dominio B1 en el Marco Común Europeo de Referencia.

- Currículum vitae en original y una copia (para cotejo) de la documentación comprobatoria.

6. PERFIL Y REQUISITOS DE PERMANENCIA, EGRESO Y TITULACIÓN

Los egresados de la Maestría en Estudios de Opinión compartirán el siguiente perfil.

Conocimientos

- Conocimiento avanzado de métodos de investigación cuantitativa y cualitativa aplicados al estudio de la opinión.
- Dominio teórico sobre la opinión, constructos relacionados con la opinión, y los procesos mediante los cuáles las opiniones se desarrollan y se difunden.
- Estadística descriptiva e inferencial a nivel intermedio.
- Conocimiento avanzado sobre problemáticas internacionales en que la opinión pública es parte importante de su estructura y solución.
- Conocimiento intermedio de Ciencia de Datos.
- Conocimiento de códigos deontológicos especializados en el manejo de la información y la difusión de estudios de opinión.
- Dominio básico de herramientas para el trabajo multicultural

Actitudes

- Trabajo en equipos multidisciplinarios
- Reflexión ética en la práctica profesional
- Responsabilidad y profesionalismo
- Apertura al aprendizaje y actualización
- Actitud favorable hacia el trabajo en contextos multiculturales

Habilidades

- Diseño, desarrollo y evaluación de proyectos de investigación sobre estudios de opinión profesionales.
- Diseño de instrumentos confiables para la observación de la opinión pública.
- Dominio de técnicas de recolección y análisis de la información relacionada con la opinión pública.
- Liderazgo de grupos para la aplicación de instrumentos de recolección de información.
- Dominio de software especializado en análisis estadístico y en análisis cualitativo, aplicado a datos de opinión.
- Comunicación profesional de observaciones realizadas relacionadas con los estudios de opinión.

- Visión heurística para interpretar datos de estudios de opinión y proponer soluciones fundamentadas en evidencias.
- Capacidad para proponer proyectos para la formación y el cambio de actitudes políticas, ciudadanas, y comunitarias.
- Capacidad para incidir socialmente en el entorno en la solución de problemas sociales relacionados con la opinión pública.

Valores

- Respeto a los derechos humanos y a la diversidad de opiniones de las personas que integran la sociedad.
- Apego 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.
- Aprecio por la diversidad y la multiculturalidad.

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 maestría.
- Acreditar el total de créditos del periodo escolar inmediato anterior con una calificación mínima aprobatoria de 7.
- 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 recepcional, 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 director o directora, su documento de tesis.
- Presentar de manera individual ante un jurado, el resultado definitivo de su trabajo recepcional 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.

El procedimiento administrativo de egreso del Programa Educativo puede consultarse directamente en la Coordinación del Programa de Posgrado, así como en el sitio web del programa.

6.3 Requisitos de titulación

La o el estudiante debe presentar el examen de grado correspondiente para la obtención del título. Los requisitos para la presentación del examen, y la generación de documentos relativa a éste; se consultan directamente en la Coordinación del Programa de Posgrado, así como en el sitio web del programa.

6.4 Obtención del título

Una vez presentado el examen de grado, el documento formal de título se tramita ante la Dirección General de Administración Escolar de la Universidad Veracruzana. Los requisitos correspondientes pueden consultarse directamente en esta dependencia, o ante la Coordinación del Programa de Posgrado. De igual manera, se puede consultar en el sitio web del programa

7. PERFIL DEL ACADÉMICO

Los académicos que participen en las actividades de la Maestría 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 como mínimo título de maestría con cursos de actualización. Deseable título de doctorado.
- 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 Maestría.
- Apertura para analizar soluciones alternativas a los problemas que se presenten en su práctica docente.
- Actitud favorable al trabajo con los estudiantes de la Maestría.
- 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 Maestría.
- 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	Créditos	Horas			
		Horas teoría con profesor	Horas teoría sin profesor	Horas práctica con profesor	Horas práctica sin profesor
Área teórica					
Teorías de la opinión I	5	30		15	
Opinión y comunicación	5	30		15	
Ética y estudios de opinión	5	30		15	
Área de investigación					
Seminario de investigación I	6	30	15		
Seminario de investigación II	6	30	15		
Seminario de investigación III	7	15	15	15	30

Seminario de investigación IV	8	15	30	15	15
Área metodológica					
Diseño y validación de escalas y cuestionarios	5	15		30	15
Principles of statistical analysis (impartida en idioma inglés)	5	15		30	15
R for data science and opinion mining (impartida en idioma inglés)	5	15		30	15
Estadística avanzada en los estudios de opinión	5	15		30	15
Ciencia de datos aplicada a los estudios de opinión	5	15		30	15
Optativa I	4	15		15	15
Optativa II	4	15		15	15
Optativa III	5		15	30	15

Optativa IV	5		15	30	15
Actividades Académicas					
Actividad				Créditos	
Participación en Congreso, Simposio, Coloquio, Conversatorio de alcance Nacional, Internacional; o publicación de artículo en revista arbitrada o capítulo de libro				6	
Estancia de investigación o estancia de vinculación				6	
Colaboración en proyecto de vinculación institucional del Centro de Estudios de Opinión y Análisis				12	
Total en cursos 19	Total en créditos 109		Total en horas teóricas 390		Total en horas prácticas 495

El catálogo de experiencias optativas se presenta a continuación, el estudiante deberá elegir una de las experiencias disponibles para cada optativa (Tabla 5.).

Tabla 5. Experiencias optativas
Optativa 1
Monitoreo de medios
Estudios de opinión con perspectiva de derechos humanos
Optativa 2
Estudios electorales
Estudios de opinión con perspectiva de género
Optativa 3
Taller de técnicas cualitativas para el análisis de datos
Ciencia computacional para el análisis de la opinión pública
Optativa 4
Estudios de opinión para la transformación social
Aprendizaje automático en los estudios de opinión

8.2 Formato de horizontalidad y verticalidad del programa educativo

Área/ Semestre	Primero	Segundo	Tercero	Cuarto
Área teórica	Teorías de la opinión I (5 créditos)			
	Opinión y comunicación (5 créditos)			
	Ética y estudios de opinión (5 créditos)			
Área de investiga ción	Seminario de investigación I (6 créditos)	Seminario de investigación II (6 créditos)	Seminario de investigación III (7 créditos)	Seminario de investigación IV (8 créditos)
Área metodoló gica	Optativa I (4 créditos)	Diseño y validación de escalas y cuestionarios (5 créditos)	Estadística avanzada en los estudios de opinión (5 créditos)	Optativa IV (5 créditos)
		R for Data Science and Opinion Mining (5 créditos)	Ciencia de datos aplicada a los estudios de opinión (5 créditos)	
		Principles of statistical analysis (5 créditos)	Optativa III (5 créditos)	
		Optativa II (4 créditos)		
Total de cursos	16			
Total de créditos	85			

de los cursos			
Actividad es académic as	Participación en Congresos, Simposio, Coloquio, Conversatorio de alcance Nacional, Internacional; o publicación de artículo en revista arbitrada o capítulo de libro Estancia de investigación Colaboración en proyectos de vinculación institucional del Centro de Estudios de Opinión y Análisis		
Total de Acts. Académic as	3		
Total de créditos de las Acts. Académic as	24		

8.3 Descripción y registro de las Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento (LGAC):

En la Tabla 6 se describen las Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento del programa.

Tabla 6. LGAC		
LGAC	Descripción	Profesores por LGAC
LGAC 1: Análisis de redes sociales e información generada en internet	Esta línea aborda el estudio de la opinión pública a partir del debate presente en redes sociales y foros de internet. Para ello, utiliza herramientas computacionales para la recolección, almacenamiento, manejo, y análisis de grandes bases de datos. .	Dr. Carlos Piña García
		Dra. Judith Guadalupe Montero Mora
LGAC 2: Efectos de la comunicación y actitudes políticas	Esta línea de investigación estudia los efectos de los medios formales y emergentes sobre las actitudes políticas de las personas. También desarrolla herramientas para evaluar las actitudes políticas como antecedentes de la opinión pública.	Dra. Alejandra Rodríguez Estrada
		Dr. José Oliveros Ruiz
		Dr. Rubén Flores González
		Dra. Alejandra Rodríguez Estrada

		Dra. Mónica Mendoza Madrigal
		Dr Paulo César López Romero
		Dra. Patricia Aguirre Gamboa
LGAC 3: Estudios de opinión con perspectiva de género y enfoque de derechos humanos	Esta línea de investigación indaga sobre el conocimiento y las actitudes de la ciudadanía hacia los derechos humanos y la implementación de la perspectiva de género en las políticas públicas de los Estados.	Dra. Rocío López Lara
		Dra. Patricia Aguirre Gamboa
		Dra. Mónica Mendoza Madrigal
		Dra. Lizette Teresa Figueroa Vázquez
LGAC 4: El papel del Estado en la economía. Una visión alternativa en políticas públicas	Analiza el rol del Estado en el desarrollo económico desde enfoques alternativos a la ortodoxia neoliberal poniendo énfasis en la evaluación de políticas públicas mediante métodos rigurosos como análisis contrafactuales y el análisis de percepción de la población objetivo.	Mtro. Ramón Armando Pérez Márquez
		Dra. Irma del Carmen Guerra Osorno

8.4 Descripción detallada de las actividades complementarias con valor crediticio

Las y los estudiantes deberán coleccionar dieciocho créditos de la siguiente manera: Doce créditos mediante la colaboración en proyectos de vinculación institucional del Centro de Estudios de Opinión y Análisis, seis créditos por divulgar su trabajo de investigación en congresos, simposios, coloquios, conversatorios de alcance nacional o internacional, o como producto académico escrito (capítulo de libro, o artículo arbitrado); y seis créditos por realizar una estancia de investigación o de vinculación.

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 180 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

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.

Divulgación en congresos, simposios, artículos y capítulos de libro

El estudiante participa con ponencia de su autoría en un evento académico de alcance nacional o internacional. También puede obtener los créditos a partir de una publicación realizada como capítulo de libro o artículo arbitrado por pares. Para obtener los créditos de la actividad, deberá presentar constancia de participación, el texto en extenso de su ponencia, o manuscrito académico enviado a revisión por pares. Los créditos de la actividad pueden obtenerse una sola vez.

Estancia de investigación o de vinculación

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 dos meses como mínimo. 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.

8.5 Tabla de experiencias educativas

Se presenta a continuación una tabla con la descripción mínima de experiencias educativas

Tabla 7. Descripción mínima de experiencias educativas			
Programa de E.E.	Área de Conocimiento	Descripción mínima	Observaciones
Teorías de la opinión I	Teórica	Las y los estudiantes estudiarán los fundamentos teóricos de la formación y mantenimiento de opiniones, a través de los constructos de actitud psicológica y representación social	

Opinión y comunicación	Teórica	La experiencia educativa vincula el estudio de las opiniones con las principales teorías de la comunicación de masas.	
Ética y estudios de opinión	Teórica	Las y los estudiantes reflexionan respecto a las implicaciones éticas de los estudios de opinión, y proponen códigos deontológicos para su ejercicio profesional	
Seminario de investigación I	Metodológica	En esta experiencia se acompaña a las y los estudiantes en el desarrollo de su anteproyecto de investigación	
Seminario de investigación II	Investigación	La experiencia educativa propicia la reflexión metodológica en torno a la pertinencia	

		<p>de utilizar el paradigma interpretativo en el estudio de las opiniones. En congruencia con lo anterior, promueve que los estudiantes propongan diseños de investigación cualitativa en sus proyectos recepcionales.</p>	
<p>Seminario de investigación III</p>	<p>Investigación</p>	<p>Las y los estudiantes conocerán en la experiencia cuáles son los principales diseños positivistas para el estudio de la opinión, y los aplicarán a los fenómenos que son objeto de sus investigaciones.</p>	

Seminario de investigación IV	Investigación	Se acompañará a las y los estudiantes en la redacción de productos académicos para la divulgación de los resultados de su investigación en diferentes formatos; tesis, capítulos de libro, o artículos arbitrados.	
Diseño y validación de escalas y cuestionarios	Metodológica	En esta experiencia educativa, las y los estudiantes aprenderán a diseñar instrumentos confiables y válidos, para la observación de opiniones.	
R for data science and opinion mining	Metodológica	Las y los estudiantes aprenden a recolectar y sistematizar información de opiniones publicadas en redes sociales. Se facilita el aprendizaje del	Impartida en el idioma inglés

		entorno de programación R, para el manejo y análisis de estos datos.	
Principles of statistical analysis	Metodológica	Las y los estudiantes conocen los fundamentos teóricos del uso de la estadística en el estudio de fenómenos sociales, y los aplican de manera práctica a sus proyectos de investigación.	Impartida en el idioma inglés
Estadística avanzada en los estudios de opinión	Metodológica	En esta experiencia, las y los estudiantes aprenden a utilizar pruebas estadísticas de carácter inferencial para proponer modelos explicativos en torno a sus objetos de estudio.	

Ciencia de datos aplicada a los estudios de opinión	Metodológica	Esta experiencia profundiza en la limpieza y curación de grandes bases de datos, generadas a partir de estudios globales, o mediante la recolección de opiniones vertidas en plataformas sociales basadas en internet.	
Optativa I. Monitoreo de medios	Metodológica	Las y los estudiantes practican en esta experiencia con la sistematización de contenidos presentes en los medios de comunicación, y que son relevantes a sus objetos de estudio.	

Optativa I. Estudios de opinión con perspectiva de derechos humanos	Metodológica	La experiencia reflexiona sobre la discriminación y la desigualdad como parte de una cultura sostenida por opiniones disfuncionales; que pueden cambiarse mediante el conocimiento y promoción de los derechos humanos.	
Optativa II. Estudios Electores	Metodológica	Las estudiantes abordan los procesos electorales como eventos propicios para el estudio de las opiniones y la observación del debate ideológico.	

Optativa II. Estudios de opinión con perspectiva de género	Metodológica	Las y los estudiantes reflexionan en la experiencia en torno a las opiniones que sostienen el machismo en la cultura y las opciones para promover actitudes favorables a la equidad de género.	
Optativa III. Taller de técnicas cualitativas para el análisis de datos	Metodológica	En la experiencia se acompaña a las y los estudiantes en la implementación de técnicas cualitativas para el levantamiento e interpretación de datos generados por sus investigaciones.	

Optativa III. Ciencia computacional para el análisis de la opinión pública	Metodológica	En esta experiencia optativa se profundiza sobre el uso de herramientas computacionales para el análisis de datos obtenidos por los proyectos de investigación de las y los estudiantes	
Optativa IV. Estudios de opinión para la transformación social	Metodológica	La opinión se aborda en esta experiencia no sólo como un objeto de estudio, sino también como una herramienta para producir cambios sociales a partir del activismo político.	
Optativa IV. Aprendizaje automático en los estudios de opinión	Metodológica	Las y los estudiantes en esta optativa aprenderán a hacer uso del aprendizaje - máquina para generar modelos que les permitan explicar las interrelaciones entre	

		los constructos que forman parte de su estudio.	
--	--	---	--

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 fortalezca 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.

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 Maestría en Estudios de Opinión tiene una duración de dos años. La carga horaria es de 885 horas (390 teóricas y 495 prácticas) que, se impartirán en cuatro semestres de 15 semanas cada uno.

10. DESCRIPCIÓN DEL RECONOCIMIENTO ACADÉMICO

El reconocimiento académico considerará lo estipulado en la legislación universitaria actualizada. Al momento de realizar la propuesta del presente plan de estudio, se observa el 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 Maestría en Estudios de Opinión se le otorgará como reconocimiento académico un **Título** como **Maestra en Estudios de Opinión - Maestro 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.

Eichorn, K. y Linhart, E. (2020). Estimating the effect of competitiveness on turnout across regimes. *Political Studies*, 69(3), 602-622. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0032321720914645>

Engesser, S., Ernst, N., Esser, F., y Büchel, F. (2016). Populism and social media: how politicians spread a fragmented ideology. *Information, Communication & Society*, 20(8), 1109-1126. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1207697>

Fernández, C., y Paxman, A. (2000). *El Tigre: Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*. CDMX, MX: Grijalbo Mondadori.

Flaxman, S., Goel, S, y Rao, J. M. (2016). Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption. *Public Opinion Quarterly*, 80(S1), 298-320. <https://doi.org/10.1093/poq/nfw006>

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.

Gobierno de México (2019). Plan Nacional de Desarrollo 2019 - 2024. Consultado en el Diario Oficial de la Federación 12/07/2019.

https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5565599&fecha=12/07/2019#gs_c.tab=0

Gobierno del Estado de Veracruz (2019). Plan Veracruzano de Desarrollo 2019 – 2024. Consultado en la Gaceta Oficial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave 5/06/2019.

[http://repositorio.veracruz.gob.mx/wp-content/uploads/sites/4/files/transp/pvd_2019_2024/Gac2019-224_Miercoles_05_TOMO_II_Ext_\(PLAN_VERACRUZANO_2019_2024\).pdf](http://repositorio.veracruz.gob.mx/wp-content/uploads/sites/4/files/transp/pvd_2019_2024/Gac2019-224_Miercoles_05_TOMO_II_Ext_(PLAN_VERACRUZANO_2019_2024).pdf)

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.

Huneus, C. (2010). Las encuestas de opinión pública en la nuevas democracias de America 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
Teorías de la opinión I

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
La opinión pública es un concepto en cuya construcción participan diversas perspectivas científicas. Es importante, por lo tanto, reflexionar en torno a las discusiones y tradiciones teóricas que existen, para formular conceptos relevantes a la práctica profesional de los estudios de opinión.

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Reflexionar en torno a la construcción del concepto de la opinión pública, tomando en cuenta las tradiciones científicas que participan en la construcción de este concepto.

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS

UNIDAD 1
Primeras aproximaciones
Objetivos particulares
Conocer las discusiones fundamentales en torno a la construcción teórica del concepto de opinión pública.
Temas

Definición de opinión pública
La esfera pública
Representaciones sociales
La espiral del silencio

UNIDAD 2

Conceptos relacionados

Objetivos particulares

Conocer los conceptos psicológicos que forman parte del análisis integral de la opinión pública, y que posibilitan su observación y su medición.

Temas

Actitudes
Percepción
Creencias
Valores
Conformismo social
Intención y conducta
Campo y red semántica

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS

Lecturas comentadas
Mapas conceptuales
Aplicación a proyecto de investigación

EQUIPO NECESARIO

Cañón retroproyector
Computadora
Pizarrón

BIBLIOGRAFÍA

Ajzen, I. (1989). Attitude structure and behavior. In Pratkanis, A. R., Breckler, S. J. y Greenwald, A. G. (Eds.). *Attitude Structure and Function*, 241-274. New Jersey: Lawrence Erlbaum.

Asch, S. E. (1955). Opinions and social pressure. *Scientific American*, 193(5), 31-35.

Breckler, S. J. (1984). Empirical validation of affect, behavior, and cognition as distinct components of attitude. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47(6), 1191-1205.

Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. New York: Harcourt, Brace, & Janovich.

Feldman, S. (1988). Structure and consistency in public opinion: the role of core beliefs and values. *American Journal of Political Science*, 32(2), 416-440.

Habermas, J. (1974). The public sphere, an encyclopedia article. *New German Critique*, 3, 49-55.

Harmon-Jones, E. & Harmon-Jones, C. (2007). Cognitive Dissonance Theory After 50 Years of Development. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 38(1), 7-16.

Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. Nueva York: The Free Press

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

Moscovici, S. (1963). Attitudes and opinions. *Annual Review of Psychology*, 14, 231-260.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

OTROS MATERIALES DE CONSULTA

EVALUACIÓN

SUMATIVA

Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
-------------------	---------------------	-----------	------------

Dominio teórico	Reportes de lectura	Reportes de lectura revisados	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 aplicado a marco teórico del documento de tesis	50%
Total			100%

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Opinión y comunicación

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
<p>El concepto de opinión pública, tal como se emplea en el ámbito científico contemporáneo, destaca dos aspectos relacionados entre sí, que son necesarios para la cabal comprensión de dicho fenómeno: el propio término “opinión”, que hace referencia a un conjunto de ideas respecto de un tema o de una cuestión en particular. En segundo lugar, el calificativo “pública”, mismo que hace referencia a que dicho conjunto de ideas se despliegan en la esfera del colectivo, es decir, en el ámbito social.</p> <p>En este curso abordaremos el ámbito de lo “público”, en tanto se remite a la colectividad, haciendo énfasis en la cultura como ámbito de pensamiento en la sociedad, el papel que juegan los medios de comunicación a través de la información para la construcción de la <i>Opinión Pública</i>, así como las técnicas que analizan su comportamiento analizando los medios que la sociedad consume (mediaciones).</p>

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Comprender significativamente las principales teorías de la sociología generadas en el ámbito de la opinión pública.
Analizar los distintos fenómenos sociales que inciden en la transformación de la cultura, la esfera pública y la opinión pública.
Comprender la importancia de la información que emiten los medios de comunicación - y las redes sociales- para la construcción de la Opinión Pública.

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
La sociología de la comunicación
Objetivos particulares
Comprenderá el papel de la comunicación y la cultura en la transformación o reproducción social.
Temas

1. Sociedad y comunicación.

- 1.1. La comunicación como forma de desarrollo cultural.
- 1.2. Los innovadores de la *mass communication research*
- 1.3. La Escuela de Frankfurt en la *mass communication research*

2. Poder como ejercicio comunicativo.

- 2.1. El crecimiento de las industrias mediáticas
- 2.2 Teorías de la comunicación y propaganda: Harold Lasswell - Walter Lippmann
- 2.3. ¿Funciones o usos? - Wright
- 2.4. Usos y gratificaciones.

3. La agenda setting, o el espacio informativo.

- 3.1. La teoría del *gate keeper*.
- 3.2. Sociología de la producción de mensajes: de Park y Lippmann, a Hirsh, Reese, Hernández y Cervantes

4. Sociología de la cultura. De los medios a las mediaciones.

- 4.1 La cultura como principio organizador del mundo: la socialización como reconocimiento simbólico.
- 4.2 Crisis y transformación sociocultural

UNIDAD 2

Medios y Opinión Pública

Objetivos particulares

Reconocer el valor que tienen los estudios de opinión a través del consumo de medios, para la comprensión de los distintos segmentos sociodemográficos de nuestro país.

Distinguir los principios que rigen a la opinión pública en las conductas colectivas: Técnicas de Análisis de Contenido para el Monitoreo de Medios.

Temas

1. Opinión pública en México.

- 1.1 Cultura política y clima de opinión
- 1.2 Factores condicionantes en la formación de opinión (factores psicológicos, sociológicos y culturales).
- 1.4. Las mediaciones según Martín Serrano^[1] y Martín Barbero
- 1.5. De las mediaciones a los movimientos sociales del Siglo XXI en las redes sociales.

2. Análisis de Contenido para evaluar comportamiento de la Opinión Pública

- 2.1. Técnicas de Análisis
- 2.2. Monitoreo de medios

--

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS

Exposición de temas
Lecturas comentadas
Mapas conceptuales
Elaboración de textos académicos

EQUIPO NECESARIO

Cañón retroproyector
Computadora
Pizarrón

BIBLIOGRAFÍA

Andrade, P. (2007) *Relatos del Periodismo Veracruzano. El presente en la noticia*. Veracruz México: IEV.

Berelson, Lazarsfeld, McPhee y Voting. (1954) *A study of opinion formation in a presidential campaign*. Chicago: University of Chicago.

Bordieu, P. (1990). *Sociología y cultura*. México: Grijalbo.

Cervantes, C. (1994). *Análisis de contenido y etnografía en el estudio de la producción de noticias. Investigar la comunicación. Propuestas iberoamericanas*. Guadalajara: ALAIC-Universidad de Guadalajara.

DeFleur y Sandra (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. (1994) *Sociología de la comunicación de masas III. Propaganda política y opinión pública*. México: Gustavo Gili.

Geertz, C. (1994). *La interpretación de las culturas*. México: (5º edic) Gedisa.

Gonzáles y Galindo (Eds.)(1995). *Metodología y cultura*. México: Pensar la cultura. CONACULTA

Habermas, J. (1994) *Historia de la opinión pública*. Amourrrtu: Buenos Aires.

- Heller, A. (1995) *Historia y vida cotidiana*. Barcelona: Grijalbo.
- Martín, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- McCombs y Shaw (1972) *The agenda setting function of the mass media*. En Public Opinion Quarterly, 36, pp. 176-87.
- McQuail, D. (1997) *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. México: Paidós.
- McQuail, Dennis y Sven Windahl (1997). *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. Pamplona: EUNSA.
- Monzon, C. (1996). *La opinión pública. Teorías, conceptos y métodos*. Madrid: Tecnos.
- Noelle-Neumann, E. (1974) *The spiral of silence: A theory of public opinion*. En Journal of Communication, 24, pp. 43-51.
- Rivadeneira, R (1996). *La opinión pública*. México: Trillas, (5º edic).
- Schramm, W. (1982) *La ciencia de la comunicación humana*. México: Grijalbo.
- Serrano, M. (1986) *La producción social de comunicación*. Alianza Universidad, Madrid, 26.
- 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

- Andrade y Pablo. (2019). Desempeño de la prensa Nativa Digital en las elecciones 2018 en México. En M. Echeverría (Ed.), Medios y elecciones. Una evaluación integral del modelo de comunicación política. (pp.71 - 94) México: Tirant Humanidades. ISBN: 978-84-17973-99-5.
https://www.academia.edu/41627210/Desempen_o_de_la_prensa_nativa_digital_e_n_las_Elecciones_2018_en_M%C3%A9xico
- Andrade, Flores y Pablo (2019) Prácticas discursivas en Twitter durante la campaña electoral 2018 en México. En C. Ahuactzin (Ed), Elecciones México 2018 entre la comunicación y la polarización. México: Montiel & Soriano editores.

[https://www.academia.edu/41617779/Pr%C3%A1cticas discursivas en Twitter durante la campaña electoral 2018 en México](https://www.academia.edu/41617779/Pr%C3%A1cticas_discursivas_en_Twitter_durante_la_campa%C3%B1a_electoral_2018_en_M%C3%A9xico)

Andrade, Flores y Mendoza (2017) Fenómenos naturales y desastres humanos en la prensa impresa de México. *Global Media Journal*. Recuperado de: https://gmjmxico.uanl.mx/index.php/GMJ_EI/article/view/294

Riff, D., Lacy, S., y Fico, F. (2014). *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research*. New York: Routledge. Consultado el 15 de abril de 2018 en: https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=RW_MAgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=content+analysis+newspaper&ots=xqip8ckZMB&sig=OAaZua8LvrLsz1FqCroeXzDwGw0

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%

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Ética y Estudios de Opinión

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

- 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

UNIDAD 2

Impacto en la opinión pública

Objetivos particulares

Identificar el impacto de la opinión pública a través de los medios masivos y redes a partir de los códigos morales.

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.

Temas

- 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

UNIDAD 3

Prevalencia y Solución de problemas Sociales

Objetivos particulares

Comprender la dinámica de los conflictos y su eventual transformación en oportunidades de desarrollo, con base en estrategias de comunicación.

Temas
3.1 Problemas y Percepción 3.2 Conflictos 3.2.1 Dinámica 3.2.2 Transformación en oportunidades de desarrollo

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
Exposición de temas Lecturas comentadas Revisión de videos Mapas conceptuales Elaboración de textos académicos

EQUIPO NECESARIO
Retroproyector Computadora Pizarrón

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 Commerce. (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 posverdad: 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>

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Cascio, M. A., & Racine, E. (2018). Person-oriented research ethics: integrating relational and everyday ethics in research. *Accountability in research*, 25(3), 170-197. <https://doi.org/10.1080/08989621.2018.1442218>

Lupu, N., & Michelitch, K. (2018). Advances in survey methods for the developing world. *Annual Review of Political Science*, 21(1), 195-214. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-052115-021432>

OTROS MATERIALES DE CONSULTA

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
Seminario de investigación I Desarrollo de anteproyectos de investigación

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
<p>El estudio científico de la opinión demanda el planteamiento de proyectos claros, con objetivos relevantes académicamente, pertinentes socialmente, y factibles en su realización. El anteproyecto de investigación es una herramienta útil para que las y los profesionistas de la opinión se aproximen a sus objetos de estudio, y para que presenten un primer producto a quienes tengan interés en los temas de investigación propuestos.</p>

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Desarrollar un anteproyecto de investigación en estudios de opinión

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS

UNIDAD 1
Anteproyecto de investigación
Objetivos particulares
Desarrollar un anteproyecto de investigación tomando en cuenta los criterios de relevancia académica, pertinencia social, y factibilidad.
Temas
Justificación social Revisión bibliográfica inicial Desarrollo de objetivos de investigación Factibilidad de la investigación

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS

Lecturas
Exposiciones
Ejercicios metodológicos

EQUIPO NECESARIO

Cañón retroproyector
Computadora
Pizarrón

BIBLIOGRAFÍA

Bedoya, V. H. F. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. *Espíritu emprendedor TES*, 4(3), 65-76.

Iglesias, M. E. (2021). *Metodología de la investigación científica: diseño y elaboración de protocolos y proyectos (Vol. 9)*. Noveduc.

Sampieri, R. H. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill México.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Greene, J. C., Kreider, H., & Mayer, E. (2005). Combining qualitative and quantitative methods in social inquiry. *Research methods in the social sciences*, 1, 275-282.
<http://repository.umpwr.ac.id:8080/bitstream/handle/123456789/3725/Research%20Methods%20in%20the%20Social%20Science.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=291>

Otros Materiales de Consulta:

Repositorio de tesis de la Especialización en Estudios de Opinión.
<https://www.uv.mx/eeo/generaciones-2/>

EVALUACIÓN

SUMATIVA

Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
-------------------	---------------------	-----------	------------

Dominio teórico	Lecturas de la experiencia	Reportes de lectura	40%
Aplicación del conocimiento	Diseño de anteproyecto de investigación	Diseño aplicado a la sección de planteamiento del documento recepcional	60%
Total			100%

DATOS GENERALES

Optativa: Monitoreo de medios

PRESENTACIÓN GENERAL

Justificación

Para los gobiernos la comunicación es un recurso estratégico de trabajo y supervivencia; sin ese elemento sus operaciones cotidianas serían prácticamente imposibles. Por lo que existe una relación simbiótica entre los medios de comunicación y la dirigencia política (Albornoz y Herschmann, 2007).

Como consecuencia de esos rasgos hay poca información disponible para que los ciudadanos puedan fiscalizar la actuación de los medios de comunicación. Este curso pretende que el estudiante cuente con las herramientas del análisis de contenido en distintos medios para contextualizar los estudios de opinión y de opinión pública.

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO

Identificar la importancia del análisis del referente informativo para los estudios de Opinión y de Opinión Pública .

OBJETIVOS PARTICULARES

1. Conocer los procedimientos para seleccionar el contenido a analizar en cada soporte mediático (televisión, radio, prensa impresa y digital, redes sociales).
2. Aplicar el monitoreo a un tema específico y soporte mediático.

Temas

1. El Análisis de Contenido

- 1.1 Historia y teoría
- 1.2 Relación con otras ciencias
- 1.3 Método
- 1.4. Unidades de registro y de contexto
- 1.5 Reglas de enumeración

2. Análisis Cuantitativo y Cualitativo

- 2.1 La categorización
- 2.2 Conjuntos categoriales: índices para programas informáticos.

3. La inferencia

- 3.1. Variables de la inferencia
- 3.2 Polos del análisis

4. Análisis del *framing* o encuadre noticioso.

- 4.1. Análisis estructural: lenguajes, indicadores, categorías.
- 4.2. Análisis de contingencia

5. Procesamiento de la información

- 5.1. Base de datos
- 5.2. Análisis de los datos
- 5.3 Elaboración del Informe

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS

Exposición de temas
Sesiones de apoyo
Revisión bibliográfica

EQUIPO NECESARIO

Cañón retroproyector
Computadora
Pizarrón

BIBLIOGRAFÍA

Andrade, P. Flores, R., y Mendoza F. (2017) *Fenómenos naturales y desastres humanos en la prensa impresa de México. De la información a la representación social*. Revista Global Media Journal. ITESM. México.

Andrade, P. Flores, R., y Pablo M. (2020) *Comportamiento de las comunidades digitales en Twitter durante las elecciones México 2018*. Revista de Comunicación. Universidad de Piura. Perú.

Albornoz, Luis y Micael Herschmann(2007) *Observatorios de información, comunicación y cultura: balance de un proceso iberoamericano*. En revista Telos, num 72, julio-sptiembre. Publicado en la página del Instituto Argentino para el Desarrollo Económico el 3 de marzo del 2008. <http://www.iade.org.ar/modules/noticias/article.php?story=2234>

Bardin L (2002). *El análisis de Contenido*. Akal. Madrid.

Holsti OR., (1969) *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Reading, MA: Addison-Wesley.

Osggod C. (1959) *The representation model and relevant research methods*, en Pool (ed), *Trends in Content Analysis*, Urbana University Press.

Palau y Larrosa-Fuentes (2014) *Manual para la observación de medios*. ITESO. México.

Riff, D., Lacy, S., y Fico, F. (2014). *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research*. New York: Routledge.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Ruggiero, A., & Vos, M. (2014). Social media monitoring for crisis communication: Process, methods and trends in the scientific literature. Online Journal of Communication and Media Technologies, 4. <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/54928/1/ruggierovos2014socialmedmonitoringcriscom.pdf>

OTROS MATERIALES DE CONSULTA

EVALUACIÓN

SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Dominio teórico	Lecturas de la experiencia	Reportes de lectura	40%
Dominio práctico	Ejercicios metodológicos de monitoreo	Reporte de monitoreo de medios	60%
Total			100%

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Optativa: Estudios de opinión con perspectiva de derechos humanos

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
El enfoque basado en derechos humanos reconoce a las personas como agentes que intervienen en su propio desarrollo y no sólo como simples receptores pasivos, por lo que resulta importante informar, educar y empoderar a los estudiantes para que sean capaces de realizar estudios de opinión bajo esta perspectiva.

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Conocer y analizar el enfoque basado en derechos humanos
Contribuir a la profesionalización de los estudiantes con las competencias básicas para que sean capaces de realizar estudios de opinión desde una perspectiva de derechos humanos, desde el diseño hasta la ejecución, evaluación e implementación de actividades.

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS

UNIDAD 1
Derechos Humanos: origen, conceptualización y normativa
Objetivos particulares
Conocer y analizar qué son y en qué se fundamentan los derechos humanos
Temas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Concepto y fundamento de los DDHH 2. Origen y desarrollo: antecedente histórico de los DDHH 3. Clasificación de los DDHH 4. Los derechos del ámbito personal y los derechos de libertad 5. La figura del Ombudsman: Origen y Desarrollo 6. Estado de Bienestar y Garantía de los Derechos Sociales

7. Marco normativo y sistema de los DDHH en México

UNIDAD 2

Estudios de Opinión y Derechos Humanos

Objetivos particulares

Conocer las competencias básicas para la realización de estudios de opinión desde la perspectiva de derechos humanos.

Temas

1. Propuesta de la UNESCO para la Educación en y para los DDHH; los cuatro pilares de la Educación y su relación con la educación para los DDHH
2. Sociedad civil y cultura de los DDHH
3. Nociones básicas sobre DDHH y grupos sociales específicos (¿vulnerables?)
4. Transversalización de la perspectiva de DDHH en los Estudios de opinión
5. Retos de los DDHH en el Siglo XXI

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS

Exposición de temas
Lecturas comentadas
Mapas conceptuales
Análisis de casos*
Elaboración de textos académicos

EQUIPO NECESARIO

Cañón proyector
Computadora
Pizarrón

BIBLIOGRAFÍA

Álvarez Ledesma, Mario I. Acerca del concepto derechos humanos. México: McGraw-Hill, 1998

Asociación Pro Derechos Humanos. 50 años de derechos humanos. Madrid: Fundamentos, 2000.

Olmos Giupponi, María Belén. Derechos humanos e integración en América Latina y el Caribe. Valencia: Tirant lo Blanch/Universitat de València, 2006.

Becerra Ramírez, Manuel, coord. La Corte Interamericana de Derechos Humanos a veinticinco años de su funcionamiento. México: Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2007.

Beltrán Gaos, Mónica. La Comisión Nacional de los Derechos Humanos de México. Valencia: Universitat Politècnica de València, 2005.

Amnistía Internacional. Defensores de los derechos humanos en Latinoamérica: más protección, menos persecución. Madrid: Amnistía Internacional (EDAI), 1999.

Concha Malo, Miguel. Los derechos humanos de los excluidos. México: Academia Mexicana de Derechos Humanos, 1997.

Carpizo, Jorge, y Miguel Carbonell, coords. Derecho a la información y derechos humanos. México: Miguel Ángel Porrúa/Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2003.

Crawford Brough, Macpherson. La democracia liberal y su época. Madrid: Alianza, 2003.

Díez Quintana, Juan Antonio. 205 preguntas y respuestas sobre garantías individuales y derechos humanos. México: Pac, 2005.

Eroles, Carlos; M. M. Gagneten; y A. Sala. Antropología, cultura popular y derechos humanos. Buenos Aires: Espacio, 2004.

Galvis Ortiz, Ligia. Comprensión de los derechos humanos: una visión para el siglo XXI. Bogotá: Aurora, 2005.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Esteinou Madrid, J. (2019). La violencia contra los periodistas en México y América Latina y la erosión de la opinión pública. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (26), 155-158.
<https://www.redalyc.org/journal/4874/487459809009/487459809009.pdf>

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 al objeto de estudio	Ensayo de discusión teórica	50%
Total			100%

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Diseño y validación de escalas y cuestionarios

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
<p>El diseño de cuestionarios es una herramienta indispensable para la medición de la opinión a través de técnicas cualitativas o cuantitativas. Las y los profesionistas en estudios de opinión deben ser capaces de proponer instrumentos lo suficientemente amplios como para abarcar las dimensiones relevantes de un fenómeno a estudiar, y los suficientemente sucintos para poder ser utilizados de forma práctica. De igual manera, deben conocer los métodos más relevantes para la confiabilización y validación de un instrumento para la observación de opiniones.</p>

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
<p>Aprender a diseñar instrumentos para la medición de opiniones tomando en cuenta los conceptos de dimensiones, categorías de análisis, confiabilidad, validez de constructos y validez de criterio.</p>

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
Dimensionalidad en cuestionarios
Objetivos particulares
Comprender la relación entre las dimensiones teóricas del fenómeno a estudiar y la propuesta estructural de un cuestionario
Temas

Identificación de dimensiones teóricas
 Identificación de categorías de análisis
 Definición conceptual y operacional de constructos y variables

UNIDAD 2

Confiabilización y validación de un cuestionario

Objetivos particulares

Conocer cuál es el proceso de validación de un cuestionario para la estimación de la opinión

Temas

Pilotajes
 Jueceo externo
 Análisis de confiabilidad interna
 Análisis factorial exploratorio
 Análisis factorial confirmatorio
 Modelación estructural

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS

Lecturas comentadas
 Prácticas de campo
 Ejercicios metodológicos

EQUIPO NECESARIO

Cañón retroproyector
 Computadora
 Pizarrón
 Software R y RStudio

BIBLIOGRAFÍA

Bresque, M. L. R., Moreira, C. H., Flores, P. R. M., & Moreira, V. H. (2011). Cómo investigar cualitativamente. Entrevista y cuestionario. *Contribuciones a las Ciencias Sociales (2011-03)*.

Estebaranz García, A. (1991). El cuestionario como instrumento de recogida de datos cualitativos en estudios etnográficos. Un estudio de valores. *Enseñanza (165-185)*.

Gana, K., y Broc, G. (2019). *Structural equation modeling with lavaan*. John Wiley & Sons.

Watkins, M. W. (2020). *A step-by-step guide to exploratory factor analysis with R and RStudio*. Routledge.

Revelle, W. (2020). Psychology 350: Special Topics An introduction to R for psychological research.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Flores, R., Martínez, K. N., Chipuli, A. M., Castro, C. R. (2021). Validación interna y modelo de opinión sobre dispositivos de vigilancia electrónica.

<https://beta.rstudioconnect.com/connect/#/apps/b0cd68b0-8dde-44fa-84cf-b7509d77941c/access>

Hill, D. B., & Willoughby, B. L. (2005). The development and validation of the genderism and transphobia scale. *Sex Roles*, 53(7), 531-544.

<https://link.springer.com/article/10.1007/s11199-005-7140-x>

Lieberoth, A., Lin, S. Y., Stöckli, S., Han, H., Kowal, M., Gelpi, R., ... & Covidistress Global Survey Consortium. (2021). Stress and worry in the 2020 coronavirus pandemic: relationships to trust and compliance with preventive measures across 48 countries in the COVIDiSTRESS global survey. *Royal Society Open Science*, 8(2), 200589. <https://www.nature.com/articles/s41597-022-01383-6>

OTROS MATERIALES DE CONSULTA

EVALUACIÓN

SUMATIVA

Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Dominio práctico	Reportes de prácticas de campo	Reportes de práctica revisados	30%
Dominio metodológico	Desarrollo de ejercicios metodológicos	Ejercicios metodológicos calificados en clase	20%
Aplicación del conocimiento	Diseño de instrumento de medición para proyecto recepcional	Instrumento de medición validado	50%
Total			100%

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
R for Data Science and Opinion Mining

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
<p>This course on opinion mining and Data Science will teach you how to do data science with R: You'll learn how to get your data into R, get it into the most useful structure, transform it, visualise it and model it. In this course, you will find a practicum of skills for data science.</p> <p>Data science is an exciting discipline that allows you to turn raw data into understanding, insight, and knowledge. The goal of this course is to help you learn the most important tools in R that will allow you to do data science. Students will have the tools to tackle a wide variety of data science challenges, using the best parts of R.</p>

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
<p>At the end of this course, the student will be able to collect digital data based on big and short data. Moreover, the student will have the ability to process information with the aim to provide meaningful core questions related to the information obtained via computational tools.</p>

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS

UNIDAD 1
Introduction to Data Science and Opinion Mining
Objetivos particulares
<p>In this first session, we will cover a broad 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. We will also discuss strengths and weaknesses about social media data gathering.</p>
Temas
<p>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.</p>

UNIDAD 2
Introduction to R for Data Analysis Exploration
Objetivos particulares

The goal of this part to get you up to speed with the basic tools of data exploration as quickly as possible. Data exploration is the art of looking at your data, rapidly generating hypotheses, quickly testing them, and repeating. The goal of data exploration is to generate many promising leads that you can later explore in more depth.

Temas

Data visualisation
Statistical transformations
Data transformation
Scripts
Exploratory Data Analysis
Data import
Tidy data
Functions

UNIDAD 3

Interactive data analysis

Objetivos particulares

In this session, we will cover 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

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.

Albert, J. 2009. *Bayesian Computation with R*. Use R! Springer New York.
<https://books.google.com.mx/books?id=aYVEAAAAQBAJ>.

Burns, P. 2015. The R Inferno. The American Statistician. Vol. 4. 69.

Cleveland, W.S. 1993. Visualizing Data. At&T Bell Laboratories.
<https://books.google.com.mx/books?id=V-dQAAAAMAAJ>.

Guo, Jiqiang, Jonah Gabry, and Ben Goodrich. 2019. Rstan: R Interface to Stan.
<https://CRAN.R-project.org/package=rstan>.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Wickham, H. y Golemund, G. (2020) R for Data Science. O'Rilley.
<https://r4ds.had.co.nz/>

OTROS MATERIALES DE CONSULTA

EVALUACIÓN

SUMATIVA

Grading	Concepto	Porcentaje
	1. Attendance and participation. 2. Research Project or final Test.	40% 60 %
	Total	100%

DATOS GENERALES

Nombre del Curso

**Seminario de investigación II
(Investigación cualitativa)**

PRESENTACIÓN GENERAL

Justificación

Los estudios cualitativos son un instrumento idóneo para indagar en el *imaginario colectivo* y sus representaciones sociales. La combinación de las disciplinas, metodologías y técnicas de análisis, intenta no errar en la correcta interpretación de datos en estudios de opinión.

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO

Analizar aspectos contextuales de la opinión pública desde de la investigación cualitativa.

Aplicar herramientas de pensamiento e investigación cualitativa en una base de datos.

Objetivos particulares

Conocer los bases epistemológicas de la investigación cualitativa

Analizar las estrategias metodológicas de la investigación cualitativa.

Temas

1. Fundamentos de la investigación empírica

1.1 Sustento filosófico, epistemológico y científico.

1.2 Papel de la metodología en la investigación cualitativa.

1. 3 Momentos del programa metodológico: Exploración, descripción y significación.

2. La investigación cualitativa

2.1. El lenguaje y sus códigos de significación

2.2. La objetividad y la subjetividad

2.2 Lo cualitativo y lo cuantitativo.

2.3. La interdisciplinariedad

2.4. Descripción, significación: lo simbólico

3. La hermenéutica: Interpretación de los datos a través del análisis del discurso. Alcances y limitaciones del pluralismo metodológico.

3.1. Discurso y Contexto

3.2. La argumentación

3.3. La interpretación

3.4. Análisis del contenido del discurso, análisis de representaciones sociales.

4. Diseño y estrategias metodológicas en los estudios cualitativos.

4.1. El Diseño de la Investigación Cualitativa : formulación del problema.

4.2. Elementos del diseño: decisiones “muestrales”, pertinencia y homogeneidad, contextos, casos.

4.3. Estrategias de presentación de resultados

4.4. Criterios evaluativos de calidad en estudios cualitativos.

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS

Exposición de temas
Sesiones de apoyo
Revisión bibliográfica

EQUIPO NECESARIO

Cañón retroproyector
Computadora
Pizarrón

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Andrade P. (2017). *Sistemas y Representaciones sociales, base analítica del contenido de la información*, en “La observación de los medios. Algunos referentes teóricos” CONEICC. 2017.

Bardin L (2002). *El análisis de Contenido*. Akal.Madrid.

Berguer, 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, Jesús. (1994). *Entre la exterioridad y la interioridad. Apuntes de una metodología cualitativa*. México: Huella, ITESO

Geertz, C (1989). "El impacto del concepto de cultura en el concepto del hombre". En *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa. pp. 43-59

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

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

Sautu, R. (2009); *El marco teórico en la investigación cualitativa, Controversias y concurrencias latinoamericanas*, 1, 155-177.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

OTROS MATERIALES DE CONSULTA

EVALUACIÓN

SUMATIVA

Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Dominio teórico	Lecturas de la experiencia	Reportes de lectura	40%
Dominio metodológico	Desarrollo de propuesta de análisis cualitativo	Propuesta de análisis cualitativo en sección metodológica de documento recepcional	60%
Total			100%

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Optativa: Estudios Electorales

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
En los estados democráticos, los procesos electorales se desarrollan en contextos de intensa discusión pública. Tanto para la ciudadanía como para los otros actores involucrados, es importante sistematizar los aspectos más importantes de esta discusión, y realizar mediciones con el objetivo de plantear los posibles escenarios que resultan de una elección.

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Discutir en torno a las actitudes políticas relevantes en el marco de los procesos electorales, y cuál es su impacto en los resultados.
Conocer herramientas y métodos cuantitativos y cualitativos para realizar observaciones empíricas respecto a la discusión pública en contextos electorales.
Conocer las instituciones y bases legales que regulan los procesos electorales en los estados democráticos, con énfasis en el estado mexicano.

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
Actitudes electorales
Objetivos particulares
Conocer el impacto de algunas actitudes psicológicas relevantes a los procesos electorales
Temas

<p>Ideología e ideología negativa</p> <p>Identificación partidista</p> <p>Intención de voto</p> <p>Movilización electoral o turnout</p>

UNIDAD 2
Herramientas para la observación de procesos electorales
Objetivos particulares
<p>Conocer cuáles son las herramientas más relevantes para la observación de la opinión en procesos electorales</p> <p>Analizar conjuntos de datos en torno a opiniones electorales, con el fin de construir modelos explicativos del comportamiento electoral</p>
Temas
<p>Encuestas</p> <p>Conteos rápidos</p> <p>Resultados preliminares</p> <p>Monitoreo de medios</p> <p>Monitoreo de redes sociales</p>

UNIDAD 3
Instituciones y bases legales de los procesos electorales
Objetivos particulares
<p>Conocer los principios institucionales de los organismos electorales en estados democráticos, con énfasis en el estado mexicano</p> <p>Conocer los principios legales que regulan la discusión pública en el contexto de los procesos electorales en estados democráticos, con énfasis en el estado mexicano</p>
Temas
<p>Instituciones electorales</p> <p>Reformas electorales</p> <p>Legislación electoral</p> <p>Legislación electoral comparada</p> <p>Regulaciones electorales en materia de comunicación</p>

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS

Lecturas comentadas
Mapas conceptuales
Ejercicios metodológicos

EQUIPO NECESARIO

Cañón retroproyector
Computadora
Pizarrón

BIBLIOGRAFÍA

Freidenberg, F. (2017). *La representación política de las mujeres en México*. UNAM e INE

Freidenberg, F. (2016). *Los sistemas de partidos en América Latina 1978 – 2015*. CDMX: UNAM e INE

Mendoza, M. (2021). *El camino a la partida legislativa en el Congreso del Estado de Veracruz*. Xalapa, Veracruz: Congreso del Estado de Veracruz.

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

Mussali, R. y Flores, S. H. (2015). *50 elecciones en el mundo (2012-2015). Diálogo entre expertos*. CDMX: Congreso de la Unión e INE

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Cornejo, R. C. (2021). Short-and Long-Term Partisanship: Campaign Effects and the Stability of Party Identification in Latin America. *Latin American Research Review*, 56(2). <https://larrlasa.org/articles/10.25222/larr.638/>

Castro Cornejo, R. (2019). Partisanship and question-wording effects: experimental evidence from Latin America. *Public Opinion Quarterly*, 83(1), 26-45. <https://www.rodrigocastrocornejo.com/uploads/2/2/1/7/22176100/castrocornejopog2019.pdf>

Marcos-Marne, H., Plaza-Colodro, C., & Freyburg, T. (2020). Who votes for new parties? Economic voting, political ideology and populist attitudes. *West European Politics*, 43(1), 1-21.

<https://www.alexandria.unisg.ch/257131/2/Who%20votes%20for%20new%20parties%20Economic%20voting%20political%20ideology%20and%20populist%20attitudes.pdf>

Peisakhin, L., & Rozenas, A. (2018). Electoral effects of biased media: Russian television in Ukraine. *American Journal of Political Science*, 62(3), 535-550.
http://web.pdx.edu/~mev/Russia/Peisakhin_Electoral%20Effects%20of%20Biased%20Media.pdf

Wlezien, C., y Soroka, S. (2019). Mass media and electoral preferences during the 2016 US presidential race. *Political Behavior*, 41(4), 945-970.
<https://link.springer.com/article/10.1007/s1109-018-9478-0>

OTROS MATERIALES DE CONSULTA

EVALUACIÓN			
SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Dominio teórico	Reportes de lectura	Reportes de lectura revisados	30%
Dominio metodológico	Desarrollo de ejercicios metodológicos	Ejercicios metodológicos calificados en clase	20%
Aplicación del conocimiento	Desarrollo de sección de documento recepcional	Sección en documento recepcional o monografía	50%
Total			100%

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Optativa: Estudios de opinión con perspectiva de género

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
El movimiento feminista y la lucha por el reconocimiento a los derechos sexuales ponen continuamente de manifiesto las desigualdades sexo genéricas que limitan la participación de las mujeres y las minorías sexuales en la vida pública y política de las comunidades. Es por ello relevante caracterizar las opiniones machistas que predominan en el mundo con el fin de desarrollar estrategias que promuevan la transformación de la sociedad con una perspectiva de equidad y justicia.

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Caracterizar el machismo en cuanto a su estructura sociodemográfica, geográfica, y política.

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS

UNIDAD 1
Género y equidad de género
Objetivos particulares
Estudiar los antecedentes teóricos del género como construcción social y la evolución del feminismo en búsqueda de la equidad material y sustantiva
Temas
La biología como ideología Olas del feminismo Feminismo contemporáneo

UNIDAD 2
Evaluación de actitudes en torno al género y la igualdad
Objetivos particulares
Utilizar herramientas cuantitativas y cualitativas para la observación de opiniones con enfoque de género y derechos humanos
Temas
Evaluación de la paridad material Evaluación de la paridad sustantiva Desarrollo de indicadores de igualdad de género

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
Lecturas Exposiciones Ejercicios metodológicos

EQUIPO NECESARIO
Cañón retroproyector Computadora Pizarrón Software R y Rstudio

BIBLIOGRAFÍA
<p>Acosta, M. (2018). Ciberactivismo feminista. La lucha de las mujeres por la despenalización del aborto en Argentina. <i>Sphera Publica</i>, 2(18), 2-20.</p> <p>Lagarde, M. (2017). Identidad de género y derechos humanos. La construcción de las humanas. En Barros, C., y García, S. (Eds.). <i>Gênero, meio ambiente e direitos humanos</i>. 127-164. Fortaleza</p> <p>Lezama, M. A. (2022). La marcha de la diamantina. <i>Revista Mexicana de Estudios de los Movimientos Sociales</i>, 6(1), 169-177.</p> <p>Lorber, J. (1993). Believing is seeing: Biology as ideology. <i>Gender & Society</i>, 7(4), 568-581.</p>

Saavedra, J. M. (2019). Una nueva ola feminista... más allá de# MeToo. Irrupción, legado y desafíos. *Políticas Públicas para la Equidad*, 2, 177-188.

Tirado, I. P. (2019). Feminismo, discurso mediático y percepción social. *Revista de Fomento Social*, 293, 51-76.

Scarborough, W. J. (2018). Feminist Twitter and Gender Attitudes: Opportunities and Limitations to Using Twitter in the Study of Public Opinion. *Socius*, 4, 2378023118780760.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Guichard, C. (2015). *Manual de comunicación no sexista. Hacia un lenguaje incluyente*. INMUJERES.

http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/101265.pdf

Pérez, M. d. S., y Garda, R. (s.f.) *Guía metodológica para la elaboración de indicadores de género*. INMUJERES.

<http://cedoc.inmujeres.gob.mx/ftpg/Campeche/camp09.pdf>

CEPAL (s.f.). *Indicadores del observatorio para la igualdad de género de América Latina y el Caribe*. <https://oig.cepal.org/es/indicadores>

OTROS MATERIALES DE CONSULTA

EVALUACIÓN

SUMATIVA

Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Dominio teórico	Lecturas de la experiencia	Reportes de lectura	40%
Aplicación del conocimiento	Diseño de observación de la opinión con enfoque de género	Diseño aplicado a sección metodológica del trabajo recepcional	60%
Total			100%

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Principles of statistical analysis

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
Opinion studies such as surveys and data mining produce large amounts of data subject to statistical analysis. Professionals in the area must know the basic principles of statistics and should also have the ability to communicate statistical information in a relevant and simple form to team members, colleagues, and general public.

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Through this course, students will learn the basic principles of statistical analysis so as to employ them effectively in the interpretation of data produced through an opinion study.

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
Variables and central tendency measures
Objetivos particulares
Students will know the definition of variables and their taxonomy. They will also understand the concept of central tendency measures and will be able to estimate these measures in related datasets.
Temas

Introduction to the study of statistics
Variables
Central tendency measures
Normal distribution
Frequency analysis
Measures of dispersion

UNIDAD 2

Introduction to inferences

Objetivos particulares

Students will understand the basic estimations of inferential statistics.

Temas

Standard error
Intervals and confidence intervals
Means comparison
Z test and T test
Chi-square test
Pearson Correlation
Modeling and regressions

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS

Lectures
Exercises
Presentations
Applications to research problems

EQUIPO NECESARIO

Computer
Video projector
Blackboard
R software with R-studio
SPSS v.21 or higher

BIBLIOGRAFÍA

Batanero, C. & Borovcnik, M. (2016). *Statistics and probability in high school*. Rotterdam: Sense Publishers.

Dekking, F. M., Kraaikamp, C., Lopuhaä, H. P., & Meester, L. E. (2005). *A modern introduction to probability and statistics*. Springer.

Evans, M. J. & Rosenthal, J. S. (2010). *Probability and Statistics. The science of uncertainty*. Toronto: WH Freeman.

Stigler, S. M. (2016). *The seven pillars of statistical wisdom*. Cambridge: Harvard University Press.

Watkins, J. C. (2016). *An introduction to the science of statistics: from theory to implementation, preliminary edition*. Arizona: University of Arizona.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Flores, R. (2021) Taller de introducción a R.
<https://beta.rstudioconnect.com/connect/#/apps/54d48d37-1d9b-47a3-9719-e6154addf205/access>

Otros Materiales de Consulta:

Flores, R. (2020). *Manual de estadística básica*. S.P.

EVALUACIÓN

SUMATIVA

Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Methodological skills	Class exercises	Graded class exercises	40%
Application to research	Statistical analysis of data relevant to research project	Manuscript of dissertation results (chapter 4)	60%
Total			100%

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Ciencia de datos aplicada a los 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 computacional y métodos exclusivos de la Ciencia de Datos. Se propone investigar y aprender el uso de herramientas computacionales que permitan el manejo de grandes cantidades de datos. Dichas herramientas se basan en un paradigma que involucra la limpieza o curación de los datos, así como la transformación de datos. El motivo fundamental de este curso es la capacitación de profesionales en el campo de la ciencia de datos. El objetivo principal 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 y analiza de diversas fuentes digitales.</p>

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
<p>Al finalizar el curso el alumno será capaz de filtrar, limpiar, analizar y visualizar grandes cantidades de datos empleando tecnologías enfocadas al manejo masivo de información. Además, el alumno estará capacitado para tomar decisiones basadas en una exploración de información mediante las técnicas enseñadas en este curso.</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
<p>Principios de Bases de Datos Reestructura y manipulación de datos. 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.</p>

UNIDAD 2
Transformación de Datos
Objetivos particulares
Que los estudiantes apliquen los métodos de curación, filtrado y análisis de datos para la toma de decisiones.
Temas
<p>Manejo de herramientas para la visualización de los datos.</p> <p>Creación de un proyecto de Datos.</p> <p>Manipulación de Columnas y Celdas.</p> <p>Exportación de un proyecto de Datos.</p> <p>Análisis de Datos.</p> <p>Ordenamiento y detección de duplicados.</p> <p>Aplicación de filtros.</p> <p>Remoción de registros</p>

UNIDAD 3
Análisis de datos
Objetivos particulares
Que los estudiantes aprendan a interpretar y graficar grandes volúmenes de datos
Temas
<p>Repaso de probabilidad</p> <p>Principios de visualización de datos</p>

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
<p>Técnica expositiva con el apoyo de materiales audiovisuales diversos.</p> <p>Instalar herramientas para el análisis de datos a gran escala.</p> <p>Analizar las bases de datos de sus proyectos realizados en el CEOA.</p> <p>Revisión bibliográfica.</p> <p>Discusión en mesas redondas de lecturas asociadas al tema de ciencia de datos.</p>

EQUIPO NECESARIO
<p>Equipo de cómputo</p> <p>Programas para limpieza y filtrado de datos</p>

BIBLIOGRAFÍA
<p>Verborgh, R., & De Wilde, M. (2013). <i>Using OpenRefine</i>. Packt Publishing Ltd.</p> <p>Feldman, R., & Sanger, J. (2007). <i>The text mining handbook: advanced approaches in analyzing unstructured data</i>. Cambridge university press</p> <p>Ross, Sheldon M. 1998. <i>A First Course in Probability</i>. Fifth. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.</p>

Tukey, J.W. 1977. *Exploratory Data Analysis*. Addison-Wesley Series in Behavioral Science. Addison-Wesley Publishing Company.
<https://books.google.com.mx/books?id=UT9dAAAAIAAJ>.

2014. "Tidy Data." *Journal of Statistical Software, Articles* 59 (10):1–23.
<https://doi.org/10.18637/jss.v059.i10>.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Stančin, I., & Jović, A. (2019, May). An overview and comparison of free Python libraries for data mining and big data analysis. In 2019 42nd International Convention on Information and Communication Technology, Electronics and Microelectronics (MIPRO) (pp. 977-982). IEEE.
<https://ieeexplore.ieee.org/document/8757088>

OTROS MATERIALES DE CONSULTA

EVALUACIÓN

SUMATIVA

Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Dominio metodológico	Asistencia y participación	Ejercicios evaluados	40%
Aplicación del conocimiento	Examen final	Examen de la experiencia	60%
Total			100%

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
<p align="center">Seminario de investigación III</p> <p align="center">Diseño de estudios cuantitativos de opinión</p>

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
<p>Los estudios de opinión modernos se vinculan a menudo con la implementación de diseños de observación cuantitativa. Tradicionalmente, se asocian a la aplicación de encuestas o a la implementación de sondeos. No obstante, existen también diseños experimentales y paneles longitudinales. Las y los profesionistas dedicados a la opinión deben conocer diferentes diseños clásicos y adaptarlos como mejor convenga para el desarrollo de sus propias observaciones.</p>

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
<p>Conocer los diseños de investigación cuantitativa más relevantes para el estudio de la opinión</p> <p>Desarrollar un diseño propio de investigación cuantitativa, aplicado a la observación de un fenómeno particular</p>

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
Diseños cuantitativos
Objetivos particulares
<p>Conocer diseños de investigación tradicionales para la observación cuantitativa de opiniones</p> <p>Proponer un diseño de investigación cuantitativa acorde a los objetivos planteados en el proyecto de investigación</p>
Temas

Diseños experimentales
Diseños no experimentales
Diseños de panel
Registros observacionales
Determinación de muestras y participantes
Definición de constructos y variables
Transversalidad teórico-metodológica de la investigación

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS

Lecturas
Exposiciones
Ejercicios metodológicos

EQUIPO NECESARIO

Cañón retroproyector
Computadora
Pizarrón

BIBLIOGRAFÍA

Blanco, C. (2011). *Encuesta y estadística: modelos de investigación cuantitativa en Ciencias Sociales y Comunicación*. Brujas.

Bryman, A. (2012). *Social Research Methods*. Oxford, UK: Oxford University Press.

Heale, R., & Twycross, A. (2015). Validity and reliability in quantitative studies. *Evidence-Based Nursing*, 18(3), 66-67.

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

McNabb, D. E. (2015). *Research methods for political science: Quantitative and qualitative methods*. Routledge.

Pareja, N., & Echeverría, M. (2014). La opinión pública en la era de la información. Propuesta teórico-metodológica para su análisis en México. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 17, 51-68.

Payne, S.LB. (1980). *The art of making questions*. Princeton, US: Princeton University Press.

Xie, Y., & Hu, J. (2014). An introduction to the China family panel studies (CFPS). *Chinese Sociological Review*, 47(1), 3-29.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Fielding, N., & Schreier, M. (2001, February). Introduction: On the compatibility between qualitative and quantitative research methods. In *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research* (Vol. 2, No. 1).
<http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/download/965/2107>

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
Dominio teórico	Lecturas de la experiencia	Reportes de lectura	40%
Aplicación del conocimiento	Diseño de estudio aplicado al proyecto de investigación	Diseño de estudio aplicado en la sección metodológica del documento recepcional	60%
Total			100%

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Optativa: Ciencia computacional para el análisis de la opinión pública

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
<p>El presente curso revisará los métodos de aprendizaje automático, así como las características del lenguaje natural: ¿Cómo transformamos los datos de texto en una representación útil para el modelado? En este curso se explorarán los pasos de preprocesamiento más comunes para el texto, cuándo son útiles y cuándo no.</p> <p>Métodos de aprendizaje automático: investigamos el poder de algunos de los modelos más simples y livianos. A lo largo del curso, demostraremos con ejemplos prácticos y construiremos modelos utilizando una selección de conjuntos de datos de texto.</p>

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
<p>Este curso está diseñado para proporcionar orientación práctica y conocimientos directamente aplicables a los científicos y analistas de datos que desean integrar texto en sus procesos de modelado.</p>

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS

UNIDAD 1
Minería de texto
Objetivos particulares
En esta unidad se aprenderá a extraer y explorar datos que provengan de fuentes digitales y que puedan ser estandarizadas para su estudio.
Temas
Lectura de datos digitales Extracción de información de diferentes formatos de texto

UNIDAD 2
Lenguaje y modelado
Objetivos particulares
En esta unidad se aprenderán los conceptos básicos del análisis de texto en términos del lenguaje. Además de las técnicas de tokens, palabras de paro y curación de texto.
Temas
Lingüística para el análisis de texto Tokenización.

Palabras comunes (stop words). Curación de texto.e incrustaciones de palabras.

UNIDAD 3

Métodos de Aprendizaje Automático en texto
--

Objetivos particulares

El principal objetivo de esta unidad será aprender el uso de modelos predictivos, así como modelos inferenciales. Con los cuales el alumno será capaz de generar conclusiones acerca de un conjunto de datos.

Temas

Modelos de regresión. Modelos de clasificación

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

BIBLIOGRAFÍA

Hvitfeldt, E., & Silge, J. (2021). Supervised machine learning for text analysis in R.
--

Chollet, F., and Allaire, J. J. 2018. <i>Deep Learning with R</i> . Shelter Island, NY: Manning Publications. https://www.manning.com/books/deep-learning-with-r .

James, G., Witten, D., Hastie, T., and Tibshirani, R. 2013. <i>An Introduction to Statistical Learning</i> . New York: Springer.
--

Wickham, H., and Hester, J. 2020. <i>readr: Read Rectangular Text Data</i> . R package version 1.4.0. https://CRAN.R-project.org/package=readr .

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Chang, H. T., & Tsai, F. C. (2022). A Systematic Review of Internet Public Opinion Manipulation. *Procedia Computer Science*, 207, 3159-3166.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050922012637/pdf?md5=48feeba606a6402231ebf49a5425dbac&pid=1-s2.0-S1877050922012637-main.pdf>

OTROS MATERIALES DE CONSULTA

EVALUACIÓN

SUMATIVA

Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Dominio metodológico	Asistencia y participación	Ejercicios evaluados	20%
Aplicación del conocimiento	Examen final	Examen de la experiencia	80%
Total			100%

DATOS GENERALES

Optativa: Taller de técnicas cualitativas para el análisis de datos

PRESENTACIÓN GENERAL

Justificación

Las técnicas de la Investigación Cualitativa procuran que el investigador participe de la problemática que estudia o analiza, a través de sus instrumentos o técnicas, transformándose en sujeto de investigación, con lo cual contribuye a los posibles cambios en el ámbito de lo que investiga,

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO

Distinguir las técnicas de la investigación cualitativa según cada objeto de estudio.

Analizar las posibles incidencias de la implementación de técnicas cualitativas en el ámbito social.

OBJETIVOS PARTICULARES

Discernir entre distintos métodos de investigación cualitativa de acuerdo a los “objetos” de análisis.

Aplicar técnicas de análisis que se adecúen al proyecto final o tesis.

Temas

1. Métodos de la investigación cualitativa.

- 1.1 Técnicas y modalidades
- 1.2. Observación participante.
- 1.3. Etnografía
- 1.4. Historia de vida
- 1.5. Entrevista a profundidad
- 1.6. Sesiones de grupo
- 1.7. Investigación-Acción.

2. Los datos en la investigación cualitativa.

2. 1 Instrumentos de recopilación.
- 2.2. Diseño de la muestra
- 2.3 Reclutamiento.
- 2.4 Codificación de resultados.
- 2.5 Interpretación de datos.
- 2.6 Presentación de resultados.
- 2.7. Reporte y control.

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS

Exposición de temas
Sesiones de apoyo
Revisión bibliográfica

EQUIPO NECESARIO

Cañón retroproyector
Computadora
Pizarrón

BIBLIOGRAFÍA

Gibbs, Graham R (2018) *Analyzing Qualitative Data*. London: Sage.

Mendizabal, N. (2006); Los componentes del diseño flexible en la investigación cualitativa. En Vasilachis de Gialdino, I. (Coord.); *Estrategias de investigación cualitativa*. Buenos Aires: Gedisa.

Sautu, R. (2009); El marco teórico en la investigación cualitativa. *Controversias y concurrencias latinoamericanas*, 1, 155-177.

Silverman, D. (2013) *Qualitative Research: A Practical Handbook* . London: Sage.

Valles, M. S. (1997); *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Hernán-García, M., Lineros-González, C., & Ruiz-Azarola, A. (2022). Cómo adaptar una investigación cualitativa a contextos de confinamiento. *Gaceta sanitaria*, 35, 298-301.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0213911120301412>

OTROS MATERIALES DE CONSULTA

EVALUACIÓN			
SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Dominio teórico	Lecturas de la experiencia	Reportes de lectura	20%
Dominio metodológico	Elaboración de reporte de observación cualitativa	Reporte de observación cualitativa	80%
Total			100%

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Estadística avanzada en los estudios de opinión

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
El análisis cuantitativo de la opinión requiere el uso de técnicas estadísticas avanzadas para dar sentido a las observaciones realizadas en campo. Después de adquirir cierto dominio sobre la estadística descriptiva e inferencial, algunas herramientas avanzadas hacen posible el desarrollo de modelos que explican la relación que guardan las opiniones de un conjunto de personas con otros constructos sociales.

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Conocer técnicas de estadística avanzada para la interpretación y modelación de datos relacionados con la opinión.

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS

UNIDAD 1
Manejo de grandes bases de datos
Objetivos particulares
Conocer técnicas para el manejo de grandes bases de datos, de más de cien mil observaciones, para su tratamiento como parte de un estudio de opinión
Temas
Estructura de bases de datos Limpieza de bases de datos Preparación de datos para análisis

UNIDAD 2
Técnicas estadísticas avanzadas
Objetivos particulares
Conocer técnicas estadísticas avanzadas para la interpretación integral de las observaciones derivadas de un estudio de opinión
Temas
<p>Regresión lineal</p> <p>Regresión logística binomial</p> <p>Clúster análisis</p> <p>Análisis de componentes principales y biplot (PCA)</p> <p>Análisis de frecuencias en texto</p> <p>Modelación estructural</p>

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
<p>Modelación de técnicas</p> <p>Ejercicios prácticos</p>

EQUIPO NECESARIO
<p>Cañón retroproyector</p> <p>Computadora</p> <p>Pizarrón</p> <p>Software R y Rstudio</p> <p>Paquete Rmarkdown para RStudio</p>

BIBLIOGRAFÍA
<p>Stigler, S. M. (2016). <i>The seven pillars of statistical wisdom</i>. Harvard University Press.</p>

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS
<p>Pambabay-Calero, J., Bauz-Olvera, S., Flores-González, R., & Piña-García, C. (2021). Multivariate analysis and characterization of low impact crime in Mexico City. <i>F1000Research</i>, 10(1299), 1299. https://f1000research.com/articles/10-1299</p>

Bro, R., & Smilde, A. K. (2014). Principal component analysis. *Analytical methods*, 6(9), 2812-2831. <https://pubs.rsc.org/en/content/articlehtml/2014/ay/c3ay41907j>

Flores, R., y López-Lara, R. (2021). *Indicadores de igualdad de género de la UV*. <https://www.uv.mx/oiguv/2021/11/05/indicadores-de-igualdad-de-genero-2021/>

Gabriel, K. R. (1971). The biplot graphic display of matrices with application to principal component analysis. *Biometrika*, 58(3), 453-467. <https://www.ggebiplot.com/Gabriel1971.pdf>

Yves Rosseel (2012). lavaan: An R Package for Structural Equation Modeling. *Journal of Statistical Software*, 48(2), 1-36. <http://www.jstatsoft.org/v48/i02/>

OTROS MATERIALES DE CONSULTA

EVALUACIÓN			
SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Dominio metodológico	Desarrollo de ejercicios metodológicos	Ejercicios metodológicos calificados en clase	40%
Aplicación del conocimiento	Análisis estadístico avanzado aplicado a datos de investigación	Sección de resultados completa en documento recepcional	60%
Total			100%

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
<p>Seminario de investigación IV</p> <p>Integración de proyectos recepcionales</p>

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
<p>La comunicación de los resultados finales de un estudio de opinión es fundamental para que dicho estudio genere un impacto social y académico. Es importante dar seguimiento a esta última fase del proyecto de investigación, de manera que las conclusiones del proyecto se puedan presentar de manera clara, sencilla, y en los términos académicos adecuados. De igual manera, la comunicación de resultados finales puede adaptarse a diferentes plataformas; ponencias de difusión, artículos científicos, capítulos de libro, libros, y otras.</p>

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
<p>Redactar un reporte científico para comunicar de manera eficiente los resultados del proyecto de investigación desarrollado</p>

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS

UNIDAD 1
Comunicación de los resultado de investigación
Objetivos particulares
<p>Redactar un reporte de investigación que comunique los resultados más relevantes del proyecto de investigación desarrollado durante el programa académico</p>
Temas
<p>Estructura de la tesis</p> <p>Estructura de artículos científicos</p> <p>Estructura de capítulos de libro</p> <p>Administración de referencias</p> <p>Elaboración de tablas y visualizaciones</p>

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS

Revisión de criterios editoriales en revistas de alto impacto
Lectura comentada de trabajos recepcionales
Acompañamiento a redacción de manuscritos

EQUIPO NECESARIO

Cañón retroproyector
Computadora
Pizarrón

BIBLIOGRAFÍA

de Matos Cardoso, M. M. T. (2011). El peer review de las revistas científicas en Humanidades y Ciencias Sociales: políticas y prácticas editoriales declaradas. *Revista Española de Documentación Científica*, 34(2), 141-164.

Escudero-Sepúlveda, A., Escudero-Sepúlveda, J., & Rodríguez-Morales, A. J. (2012). La redacción de un trabajo científico. *Investigación Clínica*, 53(1), 111-112.

Franco, C., & Rodríguez-Morales, A. J. (2010). Errores comunes en la redacción científica estudiantil. *Gaceta Médica de Caracas*, 118(1), 69-72.

Hofmann, A. H. (2010). *Scientific writing and communication: papers, proposals, and presentations*. Oxford University Press.

Mut, J. A. M., & José, A. (2013). *Manual de redacción científica*. Ediciones Digitales.

Padrón Novales, C. I., Quesada Padrón, N., Pérez Murguía, A., González Rivero, P. L., & Martínez Hondares, L. E. (2014). Aspectos importantes de la redacción científica. *Revista de Ciencias Médicas de Pinar del Río*, 18(2), 362-380.

Quintas-Froufe, N. (2016). Indicadores de calidad de las publicaciones científicas en el área de Ciencias Sociales en España: un análisis comparativo entre agencias evaluadoras. *Revista de Investigación Educativa*, 34(1), 259-272.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Kumar, P. M., Priya, N. S., Musalaiah, S. V. V. S., & Nagasree, M. (2014). Knowing and avoiding plagiarism during scientific writing. *Annals of Medical and Health*

Sciences Research, 4(3), 193-198.

<https://www.ajol.info/index.php/amhsr/article/view/112282/102039>

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.

<https://www.redalyc.org/pdf/2831/283133746012.pdf>

OTROS MATERIALES DE CONSULTA

EVALUACIÓN			
SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Dominio teórico	Lecturas de la experiencia	Reportes de lectura	20%
Aplicación del conocimiento	Presentación de un documento publicable con resultados del proyecto de investigación	Borrador del documento recepcional u otro producto académico sometido a revisión por pares para publicación	80%
Total			100%

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Optativa: Aprendizaje automático en los estudios de opinión

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
El presente curso tiene por objetivo introducir al estudiante al campo interdisciplinario relativo al análisis moderno de datos. En este sentido los datos pueden provenir de diversas disciplinas los cuales son estructurados para poder conocer sus propiedades estadísticas. El objetivo principal en este curso es poder identificar y reconocer los patrones complejos que emergen a partir de un análisis algorítmico determinado por métodos provenientes del aprendizaje automático. En este curso se consideran aquellas técnicas o métodos propuestos por los campos del aprendizaje máquina y la minería de datos. Se prestará mayor atención a los temas o datos relacionados con el mundo real; los cuales serán analizados con herramientas actuales en la materia.

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Al finalizar el curso el alumno estará familiarizado con los conceptos básicos y técnicas relacionadas con el aprendizaje máquina. Además, El alumno tendrá completo entendimiento de la terminología utilizada en esta área disciplinar; entendiendo los principios fundamentales del análisis de datos moderno. Aprenderá a utilizar y desarrollar modelos de aprendizaje y clasificación a través de casos prácticos vinculados a la vida real.

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS

UNIDAD 1
Introducción al aprendizaje máquina
Objetivos particulares
Que los estudiantes conozcan el concepto de aprendizaje máquina y sus aplicaciones.
Temas
Introducción y conceptos básicos Historia del aprendizaje máquina. Casos tradicionales del aprendizaje automático. Técnicas básicas de aprendizaje automático.

UNIDAD 2
Técnicas y Métodos del Aprendizaje Automático
Objetivos particulares
Que los estudiantes apliquen las técnicas y métodos de la disciplina.

Temas
<p>Técnicas de conglomerados Clasificación de datos Reglas de asociación Algoritmos de clasificación Elementos de aprendizaje estadístico Clasificación de Textos Flujos y exploración de datos Carga de información Agrupamiento Jerárquico K-means Análisis de componentes principales Redes neuronales</p>

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
<p>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.</p>

EQUIPO NECESARIO
<p>Equipo de cómputo Programas para limpieza y filtrado de datos</p>

BIBLIOGRAFÍA
<p>Mohammed J. Zaki and Wagner Meira, Jr., Data Mining and Analysis: Fundamental Concepts and Algorithms, Cambridge University Press, 2014</p> <p>Peter Flach Machine Learning: The Art and Science of Algorithms that Make Sense of Data, Cambridge University Press, 2012</p> <p>C.M. Bishop. Pattern Recognition and Machine Learning Springer (2006)</p> <p>T. Hastie, R.Tibshirani, J. Friedman. The Elements of Statistical Learning: Data Mining, Inference, and Prediction. Second Edition, Springer 2009.</p>

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Chen, X., Fan, H., Duan, S., Wang, L., & Zhang, J. (2019, August). Public opinion analysis of big data based on machine learning. In Journal of Physics: Conference Series (Vol. 1302, No. 2, p. 022035). IOP Publishing.
<https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/1302/2/022035/pdf>

OTROS MATERIALES DE CONSULTA

EVALUACIÓN			
SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
Dominio metodológico	Asistencia y participación	Ejercicios evaluados	20%
Aplicación del conocimiento	Examen final	Examen de la experiencia	80%
Total			100%

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Optativa: Estudios de opinión para la transformación social

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
El curso tiene como finalidad que los estudiantes comprendan la importancia de los estudios de opinión, así como adquirir la capacidad para la generación y aplicación de conocimientos en temas innovadores y actuales mediante este tipo de estudios, siendo capaces de incidir en la toma de decisiones y contribuir a situaciones de diversos grupos y ámbitos de la sociedad.

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
Conocer las principales teorías y conceptos de la opinión pública.
Brindar elementos teóricos y metodológicos para comprender los diferentes núcleos conceptuales y prácticos referidos a la opinión pública.
Examinar las recientes transformaciones en el ámbito comunicacional y su influencia en las sociedades contemporáneas

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
Teorías y conceptos de la opinión pública
Objetivos particulares
Analizar las principales teorías sobre el concepto de opinión pública, así como la constitución del espacio público en la modernidad.
Temas
Principales teorías clásicas y contemporáneas sobre el concepto de opinión pública Formación del espacio público en la modernidad El nuevo espacio público mediático: debates en la posmodernidad

UNIDAD 2
Medición y comprensión de la opinión pública
Objetivos particulares
Conocer sobre la importancia de la opinión pública como instrumento válido para medir y comprender el sentir de la sociedad.
Temas
Las metodologías de investigación y su importancia para los estudios de opinión Estudios cuantitativos y cualitativos; ¿cuál es mejor? Medición y comprensión de la opinión pública en el espacio digital

UNIDAD 3
Medios de comunicación y opinión pública
Objetivos particulares
Conocer y analizar el papel que juegan los medios de comunicación en la influencia y formación de la opinión pública.
Temas
Influencia de los medios de comunicación sobre la opinión pública Publicidad y campañas persuasivas Estudios de audiencia y recepción

UNIDAD 4
Estudios de opinión y transformación social
Objetivos particulares
Conocer cómo se produce la participación ciudadana en los nuevos contextos y su incidencia en la transformación social.
Temas

Participación ciudadana en la nueva era de los medios de comunicación
Nuevas modalidades de participación y comunicación: el ciberactivismo
La era del internet: el consumo de medios y formación de identidades
Redes sociales e identidad social

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS

Exposición de temas
Lecturas comentadas
Mapas conceptuales
Contenido multimedia*
Elaboración de textos académicos

EQUIPO NECESARIO

Cañón proyector
Computadora
Pizarrón*

BIBLIOGRAFÍA

Monzón Arribas, C. La opinión pública. Teorías, concepto y métodos. España: Tecnos. 1987.

Mora y Araujo, M. El poder de la conversación: elementos para una teoría de la opinión pública. Buenos Aires: La Crujía Ediciones. 2005.

Bourdieu, P. La opinión pública no existe. Conferencia dictada en Noroit, Aras, enero de 1972 y reproducida por la revista Les temps modernes, Nº 318, 1973.

Ferry, J.; Wolton, D.; et.al. El nuevo espacio público. Barcelona: Gedisa. 1992.

Habermas, J. Historia y crítica de la opinión pública. Barcelona: Gustavo Gili. 2002.

Luhmann, N. La realidad de los medios de masas. Barcelona: Anthropos. 2000.

Noelle-Neumann, E.; Mathes, R. "The event and the event as News: The significance of consonance for media effects research", en Journal of communication, volumen 37. 1987.

Berganza, M.R.; Ruiz San Román, J.A. (coords.). Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación. Madrid: McGraw-Hill. 2005.

Igartua, J.J.; Humanes, M.L. Teoría e investigación en comunicación social. Madrid: Síntesis. 2004.

Crespi, I. El proceso de opinión pública. Cómo habla la gente. Barcelona: Ariel. 2000.

D'Adamo, O.; García Beaudoux, V.; Freidenberg, F. Medios de comunicación y opinión pública. Madrid: McGraw-Hill. 2007.

Aronson, E.; Pratkanis, A. La era de la propaganda. Uso y abuso de la persuasión. Buenos Aires: Paidós. 1994.

Bericat, E. Integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social. Barcelona: Ariel. 1998.

McCombs, M. Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento. Barcelona: Paidós. 2006.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Chen, X., Fan, H., Duan, S., Wang, L., & Zhang, J. (2019, August). Public opinion analysis of big data based on machine learning. In Journal of Physics: Conference Series (Vol. 1302, No. 2, p. 022035). IOP Publishing.
<https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/1302/2/022035/pdf>

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 al objeto de estudio	Ensayo de discusión teórica	50%
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 Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento (LGAC): 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 SNII
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 (SNII).

Incorporar a tres académicos con doctorado y pertenencia al SNII, 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 SECIHTI (antes CONAHCYT).

