



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO  
SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL**

**“Diseño Instruccional del Módulo 1: Estrategias de Comunicación  
del Diplomado en Comunicación Estratégica modalidad alternativa a la  
presencial para el Sistema de Universidad Virtual de la  
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo”**

Proyecto terminal de carácter profesional que para obtener el grado de:

**MAESTRÍA EN TECNOLOGÍA EDUCATIVA**

Presenta:

**Ojuky del Rocío Islas Maldonado**

Director del proyecto terminal:

**Dr. Javier Moreno Tapia**

Pachuca de Soto, Hidalgo, Junio 2013





UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL



**L.C.C. Islas Maldonado Ojuky Del Rocio,**  
**Candidata a Maestra en Tecnología Educativa.**  
**PRESENTE:**

Por este conducto le comunico el jurado que le fue asignado a su **Proyecto Terminal de Carácter Profesional** denominado: *"Diseño Instruccional del Módulo 1: Estrategias de Comunicación del Diplomado en Comunicación Estratégica modalidad alternativa a la presencial para el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo"*, con el cual obtendrá el **Grado de Maestra en Tecnología Educativa** y que después de revisarlo, han decidido autorizar la impresión del mismo, hechas las correcciones que fueron acordadas.

A continuación se anotan las firmas de conformidad de los integrantes del jurado:

PRESIDENTE: M.T.I. EDGAR OLGUÍN GUZMÁN.

PRIMER VOCAL: DR. JAVIER MORENO TAPIA.

SECRETARIO: M.T.E. MARIBEL ANGELES GUZMÁN.

SUPLENTE 1: M.T.I. ALEJANDRA HERNÁNDEZ SILVA.

SUPLENTE 2: DRA. MA. DE LOURDES HERNÁNDEZ AGUILAR.

Sin otro asunto en particular, reitero a usted la seguridad de mi atenta consideración.

ATENTAMENTE  
"AMOR, ORDEN Y PROGRESO"  
Pachuca, Hgo., a 14 de octubre de 2013.

Mtra. Alejandra Hernández Silva.  
Coordinadora de la Maestría en Tecnología Educativa.



Carr. Pachuca – Actopan, Km. 4.5, C.P.42039, Pachuca Hgo. **SUV**, "Torres Administrativas" edificio "B"  
Tel. 017717172000 Ext. 5600



## DEDICATORIA

*Para mi amor, mi soporte y mi luz...para siempre Marcos.*

*Para mis papás que me motivan siempre a seguir adelante.*

*Para Marmol, mi eterno compañero de aventuras y cómplice de travesuras.*

*Para Mich, Emmanuelito y Cami que con su alegría e inocencia llenan mi corazón.*

*Para mis tías Ale y Lucy por acompañar cada uno de mis pasos.*

*Para ti Abue Felipe que estando en el cielo estás siempre a mi lado.*

## AGRADECIMIENTOS

*A Dios que es mi guía y fortaleza.*

*A Marcos por acompañar mis desvelos y lidiar con mi estrés.*

*A mi mamá por su comprensión, su apoyo incondicional y sus palabras de aliento.*

*A mi papá por enseñarme que los sueños sólo se alcanzan con constancia y perseverancia.*

*A mis asesores del SUV por compartir conmigo este camino de aprendizaje.*

*Al Dr. Javier Moreno, por su paciencia y dedicación*

*A mi Alma Mater, por enseñarme que sólo con amor y siguiendo el orden se logra el progreso.*

## ÍNDICE

DEDICATORIA.....	10
AGRADECIMIENTOS.....	11
RESUMEN.....	
ABSTRACT.....	
CAPÍTULO I.....	1
I.1 Presentación.....	1
I.2 Marco Contextual.....	2
I.2.1 Introducción.....	2
I.2.2 Descripción de la situación.....	3
I.2.3 Situación real.....	4
I.2.4 Análisis FODA.....	7
I.2.5 Conclusión del Marco Contextual.....	9
I.3 Planteamiento del Problema.....	10
I.4 Antecedentes.....	10
I.5 Justificación.....	11
I.6 Objetivos.....	14
1.6.1 Objetivo General.....	14
I.6.2 Objetivos Específicos.....	14
I.7 Metas.....	15
CAPÍTULO II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	16
II.1 E-learning, una mirada a la educación virtual.....	16
II.1.2 Características del E-Learning.....	17
II.1.3 Finalidades del E-learning.....	18
II.1.4 Ventajas y desventajas del E-learning.....	18
II.2 Diseño de Cursos en línea.....	21
II.2.1 Enfoques y modelos para la planeación de un curso.....	22
II.2.2 Modelos de Diseño Instruccional para programas educativos a distancia..	26
II.3 Plataformas Educativas, recursos para la enseñanza en línea.....	39
II.3.1 Elementos y características de una Plataforma Educativa.....	40
II.3.2 Tipos de Plataformas Educativas.....	41
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO.....	46

III.1 Del Ambiente de Aprendizaje.....	46
III.2 Del Diseño Instruccional .....	49
III.2.1 Aplicación del Modelo ADDIE.....	50
III.3 Población.....	54
III.3.1 Muestra.....	54
III.4 Público meta para el Módulo I: Estrategias de Comunicación para el Diplomado en Comunicación Estratégica .....	55
III.4.1 Definición del Público Objetivo .....	55
<b>CAPÍTULO IV. PROPUESTA DE SOLUCIÓN DEL PRODUCTO.....</b>	<b>56</b>
IV.1 Estructura general del curso.....	56
IV.2 Formatos de Secuencias Didácticas .....	65
IV.3 Implementación de Estrategias .....	82
IV.3.1 Plan de Acción.....	82
IV.3.2 Plan de Medios.....	85
IV.3.3 Cronograma .....	89
IV.4 Evaluación .....	90
IV.4.1 Validación de contenidos de la propuesta .....	92
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>94</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>99</b>
Anexo 1. Matriz FODA .....	99
Anexo 2. Lista de cotejo para el desarrollo de Cursos en Línea .....	102
Anexo 3. Instrumento de Evaluación del curso.....	105
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>111</b>

## **RELACIÓN DE ANEXOS**

1. Matriz FODA
2. Lista de cotejo para el desarrollo de Cursos en Línea
3. Instrumento de Evaluación del curso

## RESUMEN

El presente proyecto da a conocer la propuesta del Diseño Instruccional del Módulo I “Estrategias de Comunicación” del Diplomado en Comunicación Estratégica que se propondrá sea impartido por el Sistema de Universidad Virtual o la Dirección de Educación Continua de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Su propósito es contribuir de manera sustancial en la formación integral principalmente de los estudiantes o egresados de las Licenciaturas en Ciencias de la Comunicación, Mercadotecnia y Diseño Gráfico. A fin de impactar de manera favorable en el aprovechamiento de los estudiantes y egresados y mejorar sus oportunidades de crecimiento profesional, a través del análisis de situaciones de aprendizaje, y la implementación de estrategias didácticas basadas en el uso de Tecnologías de Información y Comunicación, en alcance al papel que éstas juegan en la creación de nuevos paradigmas en la educación.

**Palabras Clave:** Diseño Instruccional, Diseño Curricular, Ambientes Virtuales de Aprendizaje, Comunicación, E- learning, Cursos en línea, LMS, Mercadotecnia, Diseño Gráfico.

## ABSTRACT

This project teaches the proposal of Instructional Design Module I Communication Strategies Diploma in Strategic Communication proposed to be conducted by the Virtual University System or the Office of Continuing Education at the University of the State of Hidalgo.

Its purpose is to contribute substantially in the integral formation mainly of students or graduates of the Bachelor of Science in Communication, Marketing and Graphic Design. In order to impact favorably on the use of students and graduates and improve their chances professional growth, through the analysis of learning situations, and implementation of teaching strategies based on the use of Information and Communication Technologies in scope to the role they play in creating new paradigms in education.

**Keywords:** Instructional Design, Curriculum Design, Virtual Learning Environments, Communication Science, E-learning, On line courses, Learning Management Systems, Marketing and Graphic Design.



# CAPÍTULO I

## I.1 Presentación

El presente proyecto es una investigación que derivará en el Diseño instruccional del Módulo 1 del Diplomado en Comunicación Estratégica, con el objetivo de delimitar las características de un ambiente propicio para el proceso de aprendizaje, de acuerdo con las necesidades del público meta al que éste se dirigirá, toda vez que debe considerarse como el punto medular para su implementación el Sistema de Universidad Virtual.

Por tanto el curso buscará innovar a través de estrategias metodológicas, implementar Tecnologías de Información y Comunicación, que posibiliten la formación continua de los estudiantes y profesionistas de las licenciaturas en Ciencias de la Comunicación, Diseño Gráfico y Mercadotecnia, otorgándoles conocimientos y competencias que contribuyan a su crecimiento profesional, a su inserción laboral y en consecuencia a su desarrollo personal.

Así esta investigación será un proyecto que conjunte contenidos afines a las Licenciaturas en Ciencias de la Comunicación, Mercadotecnia en sus modalidades presencial y virtual y Diseño Gráfico ofertadas por la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo con alcance a las diferentes Instituciones de Educación Superior que impartan estos programas educativos principalmente en el Estado de Hidalgo.

De esta manera el diseño instruccional implementado en el Módulo I “Estrategia de Comunicación” del Diplomado en Comunicación estratégica, mismo que tendrá por objeto poner a disposición de los egresados y estudiantes de las licenciaturas en Ciencias de la Comunicación, Diseño Gráfico y Mercadotecnia una propuesta de mejoramiento profesional que abarque disciplinas interrelacionadas entre sí que permita al estudiantado insertarse en el campo laboral en cualquiera de las áreas antes citadas, beneficiará la capacitación e instrucción de quienes busquen un perfeccionamiento continuo ofertado en modalidad virtual con la asesoría de

profesionistas expertos tanto en los temas como en el uso y manejo de Tecnologías de Información y Comunicación.

Así el Diseño instruccional del Módulo 1 “Estrategias de Comunicación” del Diplomado en Comunicación Estratégica obedece a la Línea 1 de generación y aplicación innovadora del conocimiento, correspondiente al Diseño, gestión y desarrollo curricular a través de las TIC en la educación, en su apartado g: Diseño, gestión, desarrollo y comercialización de programas de educación continua a través de TIC.

## **I.2 Marco Contextual**

### **I.2.1 Introducción**

Hablar de la Sociedad de la Información, es hablar de una generación que tiene a su alcance de manera natural recursos y herramientas tecnológicas que dinamizan procesos, reducen tiempos y costos, a esta generación se le ha denominado generación.NET.

La educación no es un ámbito ajeno a la implementación de Tecnologías de Información y Comunicación, pues en este escenario han surgido importantes discusiones acerca de las teorías que evalúan, fundamentan y apoyan el proceso de enseñanza aprendizaje mediado por ellas.

Si bien es cierto en la actualidad no se han terminado de aprovechar las herramientas tecnológicas por desconocimiento de los beneficios que representan, el impacto que generan, la resistencia al cambio de los docentes y la brecha digital que segmenta a los sectores sociales de acuerdo con el nivel socioeconómico con que se cuente.

Sin embargo, Careaga (2001) señala que es casi imposible permanecer ajeno a las exigencias de la generación.net, una generación que demanda el desarrollo de nuevas competencias y la innovación en productos educativos que logren un aprendizaje significativo capaz de ser llevado a la práctica profesional y personal.

Así esta generación se enfrenta a la importancia que representa la creación y aplicación del conocimiento, pues hoy más que nunca éste afecta todos los ámbitos de la vida humana, pues es a través del conocimiento que la sociedad puede aspirar a lograr un progreso adecuado.

El valor dado al conocimiento hoy consolida la necesidad de contar con una preparación académica de calidad que permita aspirar a mejores condiciones de vida personal a partir del crecimiento profesional y los logros que de él emanen.

Esto supone un área de oportunidad para la Educación Continua, cursos, talleres y diplomados de diferentes ramas que permitan el desarrollo profesional de egresados y estudiantes que posibiliten una mayor y mejor vinculación entre éstos y el sector productivo.

## **I.2.2 Descripción de la situación**

Ante una sociedad que día a día es más competitiva cualquier persona sin importar su grado académico, su profesión o su trabajo debe buscar según sus medios y posibilidades acceder a una formación continua.

El Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI) informó que para el mes de octubre de 2012, 2.5 millones de personas no pudieron colocarse en una fuente de empleo, mientras que en agosto de este mismo año se registró una tasa de desempleo de 5.0%, la tercera más baja entre los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), sólo debajo de Japón y Austria.

Sin duda alguna los jóvenes son el sector más afectado ante los datos antes mencionados, La tasa de desempleo en México entre los jóvenes de 15 a 24 años fue de 9.4% en agosto, mayor al 8.8% en julio, en tanto que la de los adultos personas de 25 años y más fue de 4.0 por ciento, desde 3.7 por ciento.

Esto obedece a la falta de experiencia de los recién egresados y la falta de confianza de los empleadores en las capacidades y habilidades de éstos.

Por ello estudiantes y profesionales de diferentes áreas del conocimiento, ante las escasas oportunidades laborales y el aumento del trabajo informal buscan programas de educación continua accesibles en cuanto a la inversión de tiempo y dinero se refiere y de esta forma acceder a mejores oportunidades profesionales que deberán reflejarse en mejores condiciones de vida.

### **I.2.3 Situación real**

La educación continua debe ser entendida como una oportunidad de crecimiento, como una herramienta que permitirá acceder a mejores escenarios de vida tanto laboral como profesional. Por lo anterior y como resultado de la experiencia propia como docente se deduce esta demanda por parte de los alumnos actualmente estudiantes y egresados de diferentes programas educativos quienes buscan cursos, talleres o diplomados que fortalezcan sus conocimientos o bien que les otorguen otras áreas de especialización en áreas de oportunidad que complementen su formación.

Tal es el caso de los estudiantes y egresados de las licenciaturas en Ciencias de la Comunicación, Mercadotecnia y Diseño Gráfico, áreas por demás competidas en el mercado laboral, pues las plazas ofrecidas son limitadas y el pago de éstas bajo.

La Secretaría de Educación Pública (SEP) anunció a finales del 2010 que en promedio, 55 de cada 100 egresados de Instituciones de Educación Superior se desempeñan profesionalmente en áreas diferentes a las que estudiaron. La dependencia federal destacó que existen carreras que hoy por hoy se han saturado, por lo que el nivel de desempleo para estos profesionales puede ser de hasta 8 por cada 10 egresados. En la lista de los 16 programas educativos con mayor demanda en el país se encuentran las licenciaturas en Diseño Gráfico, Ciencias de la Comunicación y Mercadotecnia.

En la ciudad de Pachuca, ocho Instituciones de Educación Superior (IES) ofertan uno o los tres programas educativos antes señalados. De estas IES siete son privadas (Centro

Hidalguense de Estudios Superiores, Instituto Tecnológico Latinoamericano, Universidad La Salle Pachuca, Centro Universitario Siglo XXI, Universidad Interamericana para el Desarrollo, Universidad Alberto Zebisch, Universidad del Fútbol) y una es pública (Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo).

De las instituciones antes mencionadas sólo la Universidad Interamericana para el Desarrollo (UNID) oferta la Maestría en Mercadotecnia, que podría cursarse también por profesionales del Diseño Gráfico y las Ciencias de la Comunicación.

En el estado de Hidalgo la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo es la única institución pública que ofrece los tres programas educativos, además otras instituciones particulares como el Centro Hidalguense de Estudios Superiores, la Universidad Internacional para el Desarrollo, la Centro Universitario Siglo XXI, la Universidad La Salle Pachuca, la Universidad del Fútbol y la Universidad Dr. Alberto Zebisch ofertan uno o más de los tres programas mencionados anteriormente.

Sin embargo a pesar de la gran demanda que existe de los programas educativos de las licenciaturas en Ciencias de la Comunicación, Diseño Gráfico y Mercadotecnia y la poca oferta laboral para los egresados de éstas, en la entidad no hay una oferta de posgrado o educación continua que favorezca la formación de los estudiantes y egresados, pues la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo sólo oferta una maestría en Ciencias Sociales y la Universidad Internacional para el Desarrollo una Maestría en Ciencias y técnicas de la Comunicación, por lo que es imperativo contar con programas multidisciplinarios capaces de cubrir esta necesidad.

Como egresada y docente del área académica de Ciencias de la Comunicación y como asesora de la Licenciatura en Mercadotecnia Virtual, he podido percibir la inquietud de los estudiantes por continuar su formación académica, por ello y atendiendo a su misión es importante que la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo ofrezca un diplomado multidisciplinar en Comunicación Estratégica que permita a los estudiantes y profesionales en las áreas antes citadas fortalecer sus habilidades y detonar nuevas competencias que fomenten la creatividad y complementen la formación base con la que cuentan.

La visión de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo al 2017 es ser visible internacionalmente, en alcance a ello el uso, aplicación e implementación de Tecnologías de Información y Comunicación se vuelve una herramienta estratégica para lograrlo por ello ofertar un curso de “Estrategias de la Comunicación”, que pueda formar parte de un Diplomado en modalidad alternativa a la presencial brinda la posibilidad de que estudiantes de los programas educativos antes citados alrededor del mundo puedan cursarlo y poner a la UAEH en el plano internacional.

### ***Sistema de Universidad Virtual***

El Sistema de Universidad Virtual facilita la formación de las personas consiguiendo satisfacer sus necesidades de aprendizaje, al mismo tiempo te ofrece educación superando las barreras de tiempo y espacio mediante el empleo de tecnologías de información y comunicación (TIC) a través de un modelo educativo centrado en el alumno y su participación activa construyendo el conocimiento que garantiza el aprendizaje.

El SUV de la UAEH es una institución que ofrece las mismas oportunidades de estudio a cualquier persona, sin importar su edad, sexo o nivel económico. Gracias a la flexibilidad de esta modalidad, es una excelente opción para seguirse preparando.

Así mismo el SUV reconoce la importancia de crear las condiciones necesarias para incursionar en la capacitación y formación a distancia como expresión de la educación continua, mediante el uso de las nuevas tecnologías de información.

Actualmente el SUV no cuenta entre su oferta de Educación con un curso centrado en el estudio de la comunicación el desarrollo de habilidades escritas y orales para el posicionamiento de productos, toda vez que los cursos están dirigidos a la mejora y fortalecimiento de los docentes así como la implementación de los mismos del uso de TIC en el aula.

## *De las Disciplinas a las que se dirige el Módulo I: Estrategias de Comunicación*

### **Licenciatura en Ciencias de la Comunicación**

La Licenciatura en Ciencias de la Comunicación fue aprobada por el Honorable Consejo Universitario el día 27 de Octubre del 2000 ingresando su primera generación en el periodo Enero - Junio del 2001 con 47 alumnos. En Marzo de 2004 la LCC estrena instalaciones propias en el Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades.

El 30 de junio del año 2005 el Honorable Consejo Universitario aprobó el rediseño curricular de la LCC dando inicio el plan 2005 en el semestre Julio - Diciembre ese mismo año. El programa cuenta con 450 alumnos, y 41 profesores. Asimismo, sus instalaciones fueron construidas ex profeso para los talleres de televisión, radio, fotografía tradicional y digital y un centro de cómputo.

Con fecha del 15 de junio del 2007, el programa académico fue reclasificado en el nivel 1 por parte de los CIEES (Comités Interinstitucionales de para la Evaluación de la Educación Superior) y a partir del 25 de Agosto del 2007 el CONAC (Consejo Nacional para la Acreditación de la Comunicación) lo acreditó por un periodo de cinco años, que lo ubica como un programa de calidad.

### **Licenciatura en Mercadotecnia (ICEA)**

En el mes de Diciembre del 2002, el H. Consejo Universitario de la UAEH tiene a bien aprobar la creación de la Licenciatura en Mercadotecnia, abriendo sus puertas a 97 alumnos en Junio de 2003, atendiendo las problemáticas que se venían viviendo a nivel internacional como son los aspectos referentes a la globalización, tales como la inserción de nuevos modelos económicos, como el neoliberal y la incorporación de las tecnologías de información y comunicación a la cuestión comercial con lo cual se generaron cambios importantes en la estructura social, permitiendo la identificación de nuevas necesidades y mercados los cuales fueron necesarios para satisfacer la demanda de los consumidores.

Hasta la fecha el programa educativo de Mercadotecnia en modalidad presencial no ha tenido ningún rediseño debido a que es hasta el año 2007, que egresa la primera generación con la que se obtienen indicadores que muestran el seguimiento de egresados conforme a su inserción y trayectoria laboral.

Con base en el Modelo Curricular de reforma de Licenciatura 2007 y la Guía Metodológica de Diseño y Rediseño Curricular del programa educativo de nivel licenciatura 2007 se establece el primer rediseño para la Licenciatura en Mercadotecnia, se contempla también la generación del programa en modalidad virtual atendiendo por una parte a las demandas de la educación superior con la incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación para brindar oportunidades en la adquisición de conocimientos, habilidades, actitudes y valores en las personas, que por características de tiempo y/o distancias geográficas no pueden asistir a clases presenciales, permitiéndoles realizar sus estudios de forma individualizada y utilizando las diferentes alternativas tecnológicas de comunicación e información.

### **Licenciatura Mercadotecnia Modalidad Virtual**

La Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo a través del Sistema de Universidad Virtual ofrece cursar tus estudios de Licenciatura en Mercadotecnia.

La Licenciatura en Mercadotecnia tiene como misión formar profesionistas capaces de analizar las tendencias y oportunidades sociales, culturales, políticas y económicas, identificar las necesidades del mercado y el comportamiento de los consumidores, proponer y evaluar estrategias mercadológicas, así como generar proyectos de investigación científica y emprendedora, mediante el uso de las tecnologías de la información y comunicación, y medios de difusión tradicionales y alternativos, con la finalidad de satisfacer dichas necesidades, manifestando un alto sentido de calidad humana con valores y actitudes de mejora, promoviendo el desarrollo en los sectores primario, secundarios y terciarios.



## **Licenciatura en Diseño Gráfico**

El plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Gráfico está organizada en 9 semestres que se integran por 7 áreas curriculares, las asignaturas que conforman estas áreas se cursan en tres años de formación Básica del 1° al 3er semestre; de Formación del 4° al 7° semestre; Terminal, las asignaturas relativas al 8° y 9no semestre. Este Plan esta diseñado para que el alumno curse 54 asignaturas, de las cuales 2 son Temas Selectos y 2 asignaturas Optativas que pueden ser elegidas de un menú de 8, distribuidas en las Áreas de Teoría y Composición Visual, Dibujo y Expresión, Humanística, Integración y Síntesis, Producción Gráfica, Gestión y Administración y Complementaria.

El total de horas que comprende el Plan de Estudios es de 260, de las cuáles 100 son teóricas y 160 prácticas, lo que representa 360 créditos.

## I.2.4 Análisis FODA

### **FORTALEZAS**

- El Módulo I: “Estrategias de Comunicación” puede ser cursado por estudiantes y egresados de las licenciaturas en Ciencias de la Comunicación, Diseño Gráfico y Mercadotecnia.
- Actualmente el SUV y la UAEH en sistema presencial no ofertan programas de educación continua ni posgrados integrales para las tres licenciaturas que el Diplomado abarcará.
- El producto final será un Diplomado Multidisciplinario
- La modalidad en línea permite un acceso más flexible a la educación continua.

### **DEBILIDADES**

- No hay difusión adecuada de los programas educativos ofertados por el SUV.
- Falta de recursos para implementar campañas de difusión y planes de medios adecuados para el posicionamiento de la oferta.

### **OPORTUNIDADES**

- En Pachuca no existe oferta educativa de Educación Continua para las licenciaturas en Ciencias de la Comunicación, Diseño Gráfico y Mercadotecnia.
- Más de cuatro Instituciones de Educación Superior en la capital ofrece uno o más de los programas educativos de las licenciaturas en Ciencias de la Comunicación, Diseño Gráfico y Mercadotecnia.
- Aumento de PyMES en la entidad que requieren de estrategias de comunicación para posicionarse.

## **AMENAZAS**

- Falta de recursos para invertir en cursos y posgrados
- Desconocimiento de la existencia del Sistema de Universidad Virtual.

## **Objetivos Estratégicos Fortalezas y Oportunidades**

- Diseñar el Módulo I: “Comunicación Estratégica” para el Diplomado en Comunicación Estratégica al que puedan ingresar egresados y estudiantes de las Licenciaturas en Ciencias de la Comunicación, Mercadotecnia y Diseño Gráfico.
- Difundir el Módulo I: Comunicación Estratégica para el Diplomado en Comunicación Estratégica, una vez que esté listo el Diplomado completo en las diferentes Instituciones de Educación que ofertan las licenciatura en en Ciencias de la Comunicación, Diseño Gráfico y Mercadotecnia.
- Difundir el Módulo I: Comunicación Estratégica para el Diplomado en Comunicación Estratégica en instituciones o dependencias públicas o privadas que apoyan la creación de PyMES (CANACOPE, CANACO, COMPARTAMOS, CRECE).

## **Objetivos Estratégicos Fortalezas y Amenazas**

- Ofertar el curso a precios accesibles para lograr un número adecuado de inscripciones.
- Difundir en diversos medios de comunicación la existencia del Sistema de Universidad Virtual

## **Objetivos Estratégicos, Debilidades y Oportunidades**

- Difundir en medios universitarios y externos la oferta educativa del SUV y el Diplomado en Comunicación Estratégica.
- Diseñar carteles del y colocarlos en las IES que ofertan las Licenciaturas en Ciencias de la Comunicación, Diseño Gráfico Mercadotecnia, así como en organizaciones de apoyo a PyME.

### **Objetivos Estratégicos Debilidades y Amenazas**

- Diseñar promociones de descuentos.
- Gestionar becas para estudiantes y egresados de la UAEH.
- Gestión de recursos para difusión del Diplomado en medios de comunicación local y nacional.

#### **I.2.5 Conclusión del Marco Contextual**

En una sociedad competitiva como lo es la sociedad del conocimiento, en donde las oportunidades de trabajo son limitadas y los jóvenes son el sector más afectado, es necesario ofertar programas que permitan una mejora continua en su formación.

Así considerando la alta demanda en las Licenciaturas en Diseño Gráfico, Mercadotecnia y Ciencias de la Comunicación, mismas que son ofertadas en más de tres Instituciones de Educación Superior en la capital hidalguense y ante la inminente falta de una oferta educativa de posgrado o de educación continua para los estudiantes de las disciplinas antes mencionadas, se concluye que es factible el diseño de un curso de Comunicación Estratégica que conforme el Módulo I de un Diplomado en Comunicación Estratégica.

El curso, podrá ser dirigido no sólo a estudiantes y egresados de los programas antes citados sino también a instituciones o dependencias públicas o privadas que apoyan la creación de PyMES a fin de coadyuvar en la creación, difusión e implementación de estrategias comunicativas que favorezcan sus ventas y el posicionamiento de su marca o producto.

En alcance a la factibilidad del diseño de un curso de Comunicación Estratégica multidisciplinar, cabe resaltar la necesidad cada vez mayor de cursar programas que sugieran una adaptabilidad de tiempo y bajo costo, mismo a lo que se puede dar respuesta a partir del Sistema de Universidad Virtual de la UAEH a favor de los estudiantes.

### I.3 Planteamiento del Problema

Actualmente las Instituciones de Educación Superior del Estado de Hidalgo adolecen en su oferta académica de posgrados, cursos o talleres que les proporcionen una formación continua con valor curricular a los estudiantes y egresados de las Licenciaturas en Ciencias de la Comunicación, Mercadotecnia y Diseño Gráfico, lo que limita las posibilidades de su crecimiento profesional, quienes se favorecerían al cursar programas de educación continua que les permitan mejorar sus habilidades y acceder a mejores oportunidades laborales.

Por tanto es necesario implementar estrategias que satisfagan esta inquietud a través del Diseño del Módulo I “Estrategias de Comunicación” partiendo de la estructura del Modelo Educativo de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo adoptando los enfoques, que contienen las razones de orden filosófico, pedagógico, social, normativo, político y operativo con que se construye el quehacer educativo de la Universidad.

El diseño del Módulo I “Estrategias de Comunicación” modalidad virtual se realizará bajo el Modelo ADDIE de Diseño Instruccional y se retomarán los elementos considerados por Barbosa (2006), los componentes y elementos señalados por Moreno (1995), las dimensiones citadas por Iglesias (2008), y las condiciones de Andrade (1994).

### I.4 Antecedentes

Hoy en día la formación continua es esencial para ingresar a mejores escenarios profesionales, para con ello acceder a mejoras personales, por ello estudiantes y egresados de los diferentes programas educativos buscan cursar programas de posgrado o programas de educación continua como diplomados, cursos y talleres. En la actualidad los programas educativos como Ciencias de la Comunicación, Diseño Gráfico y Mercadotecnia han incrementado la demanda de ingreso en las diferentes

Instituciones de Educación Superior. En el estado de Hidalgo instituciones como CENHIES, ITLA, Universidad La Salle y la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, ofrecen uno o los tres programas educativos antes mencionados, sin embargo en ninguna de las Instituciones ofertan programas de educación continua o de posgrado afines a las licenciaturas antes mencionadas.

Aunado a ello los estudiantes y egresados de estos programas educativos, buscan una oferta que sea accesible en cuanto a costos y tiempo, por lo que implementar el Diplomado en Comunicación Estratégica en Modalidad alternativa a la presencial se vuelve una opción para este mercado meta.

## **I.5 Justificación**

En la sociedad actual caracterizada por el ritmo vertiginoso con el que vive y la continua competencia generada, el ser humano asume como meta principal trabajar para generar dinero e incrementar sus bienes, sin embargo se deja de lado la importancia de la formación académica, olvidando que hoy por hoy estamos inmersos en la sociedad de la información y el conocimiento.

Sin duda alguna un aspecto de trascendental relevancia en una persona es su educación, entendida como los valores éticos y morales que la conforman y la preparación intelectual que desarrolla a través del conocimiento adquirido en diferentes etapas de su vida.

Por tanto la preparación intelectual juega un papel importante en el proceso evolutivo de todo ser humano, al respecto, Gary Becker, citado por Keeley (2007:37) quien obtuvo el Premio Nobel de Economía en 1992 por sus aportes en este tema, señaló que las personas que estudian alcanzan un nivel más alto de bienestar y logran ingresos más altos que quienes no lo hacen.

De esta manera participar en la continua preparación de los jóvenes estudiantes o egresados de las Licenciaturas en Ciencias de la Comunicación, Mercadotecnia y

Diseño Gráfico a través del Diseño de un curso de Comunicación Estratégica que forme parte de un Diplomado en Comunicación Estratégica en modalidad alternativa a la presencial conformado por módulos especializados, posibilitará a quienes participen del curso, desarrollar y optimizar sus aptitudes y habilidades de manera potencial, al tiempo que realicen un aporte creativo a los problemas que en materia de cada una de las profesiones puedan enfrentar, abriendo nuevas posibilidades de crecimiento profesional y por tanto laboral.

Lo anterior deberá verse reflejado en un mejor y mayor acceso a oportunidades laborales que tendrían que relacionarse de manera directa con los ingresos económicos percibidos, la promoción laboral jerárquica con base en los conocimientos adquiridos y su aplicación en el contexto diario en beneficio de la empresa y organización para la que se labore.

La Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo señala en su misión como prioridad principal la formación integral, el espíritu emprendedor y el compromiso del estudiante con la sociedad, de esta forma la Educación Continua se convierte una pieza clave para lograrlo.

Con la visión de crear una universidad visible internacionalmente el uso y manejo de Tecnologías de Información en los programas educativos ofertados por la institución se suma al cumplimiento de los objetivos de la máxima casa de estudios en la entidad, por tanto el diseño instruccional del Módulo 1 “Estrategias de Comunicación” del Diplomado en Comunicación Estratégica permitirá traspasar las barreras del tiempo y el espacio permitiendo no sólo ofertarlo para estudiantes de la UAEH sino también para quienes cuenten con el perfil en otras instituciones a nivel regional, nacional e internacional, toda vez que actualmente la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, así como el resto de las Instituciones de Educación Superior públicas y privadas en la entidad adolecen de un programa de educación continua o de posgrado multidisciplinario centrado en temas de comunicación y mercadeo que permitan el posicionamiento de productos y la mejora de relaciones laborales a través del correcto manejo de la comunicación como ciencia.

En tanto que para el Sistema de Universidad Virtual representaría el aumento en su catálogo de Educación Continua, ofertando un programa basado en las Ciencias Sociales y las Ciencias Económico Administrativas, lo que favorecería su posicionamiento como una opción para realizar estudios dentro y fuera de la ciudad, lo que a su vez representaría recursos autogenerados para la dependencia universitaria.

De esta forma se pretende realizar el Diseño Instruccional del curso correspondiente al Módulo 1 “Estrategias de Comunicación” del Diplomado en Comunicación Estratégica, de manera tal que contenga las condiciones físicas, sociales y educativas, que permitan al asesor y al estudiante ubicar situaciones de aprendizaje, estrategias didácticas, contexto y el clima en el que se desarrollan las relaciones sociales así como considerar factores fundamentales para transformar las tareas educativas, para constituir un ámbito relevante en la construcción significativa del conocimiento y las interacciones con propósitos formativos que presenten los objetivos del Diplomado en Comunicación Estratégica.

Actualmente la formación continua a partir de cursos en línea ha permitido no sólo el crecimiento profesional de quienes tienen acceso a la educación, sino también el desarrollo de la sociedad impactando de manera directa a una nación. Tal es el caso de éxito que representa Blackboard & SENA en Colombia (Bb ,s/f), en el que el Servicio Nacional de Aprendizaje, que proporciona capacitación a más de 6 millones de colombianos busco llegar de manera más eficiente a la sociedad impartiendo a 1.2 millones de colombianos cursos en línea a través de Blackboard en 2007, convirtiendo a I SENA en uno de los proveedores de aprendizaje electrónico más grande del mundo.

Prémoli (2012) destaca la virtualización de cursos en la Universidad de Buenos Aires, en la que se detectó la necesidad de ofrecer programas educativos a aquellas personas que por cuestiones de tiempo o distancia no podían estudiar bajo la modalidad presencial, lo que representaba una reducción en la matrícula. Lo anterior los llevó a la implementación del e-learning a través de lo que llamaron Aula Virtual, la que a partir del 2011 imparte 22 cursos de apoyo a presencial o Blended learning y el curso Administración Financiera en contextos de riesgo completamente en línea.



En México por ejemplo hacia el año 2002 la Universidad Autónoma de Baja California, diseñó un curso de matemáticas que se ofrecería en el primer semestre de la carrera de Oceanología.

McAnally (2002), destaca que los estudiantes manifiestan disposición para tomar cursos en línea, por su organización, dinamismo, estructura y metodología de instrucción, pues de manera general tras realizar un evaluación, los participantes del curso señalaron que el grado de interacción entre ellos y la interfaz fue adecuada y los comentarios de la comunicación estudiante instructor fueron de manera general favorables.

Por lo que podemos establecer que los cursos en línea son una propuesta eficaz para lograr aprendizajes significativos

## **I.6 Objetivos**

### **1.6.1 Objetivo General**

Realizar el diseño instruccional del Módulo 1 “Estrategias de Comunicación” del Diplomado en Comunicación Estratégica modalidad alternativa a la presencial para el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, bajo el Modelo ADDIE, con la finalidad de coadyuvar en la formación y mejoramiento profesional de los estudiantes y egresados de las Licenciaturas en Ciencias de la Comunicación, Diseño Gráfico y Mercadotecnia.

### **1.6.2 Objetivos Específicos**

Diseñar actividades apoyadas de herramientas tecnológicas que permitan comprender la información proporcionada en el Módulo 1 “Estrategias de Comunicación” del Diplomado en Comunicación Estratégica modalidad alternativa a la presencial para el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Desarrollar adecuadamente los materiales y herramientas necesarios para el desarrollo del Módulo 1 “Estrategias de Comunicación” del Diplomado en Comunicación Estratégica modalidad alternativa a la presencial para el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

## **I.7 Metas**

- Reforzar el aprendizaje multidisciplinario de los estudiantes y egresados de las Licenciaturas en Ciencias de la Comunicación, Diseño Gráfico y Mercadotecnia
- Impactar en el posicionamiento, difusión y venta de marcas y productos de instituciones de apoyo a PyMES e Incubadoras de Empresas, a través de las habilidades desarrolladas en el curso.
- Ofertar el Módulo1 “Estrategias de Comunicación” del Diplomado en Comunicación como parte de los programas de Educación Continua de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo a través del Sistema de Universidad Virtual y/o la Dirección de Educación Continua para marzo de 2014.

## CAPÍTULO II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### II.1 E-learning, una mirada a la educación virtual

El ritmo vertiginoso de nuestra era hace necesaria la incorporación de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) al contexto educativo para generar nuevos paradigmas que favorezcan el desarrollo de habilidades cognitivas y metacognitivas en el estudiantado a partir del diseño de técnicas que favorezcan la construcción de un aprendizaje activo, participativo y constructivo capaz de permitir a los estudiantes dar respuesta a problemáticas y situaciones de su contexto real.

En la actualidad el Internet se ha convertido en un facilitador de conocimiento, pues pone a disposición de la sociedad información que, bajo una estructura lógica, secuenciada y adecuadamente analizada, puede derivar en el diseño de programas educativos socialmente pertinentes impartidos a través de esta innovadora red, dando paso a lo que se conoce como E-learning, generando nuevos modelos de enseñanza aprendizaje, permitiendo que la TIC coadyuven en la mejora de resultados en el ámbito educativo.

El E-learning puede ser entendido también como educación on-line, educación virtual, o enseñanza telemática, aunque en sentido literal se refiere al aprendizaje electrónico, es decir mediado por la tecnología digital. (Rubio, M. 2003)

Rosenberg, citado por Rubio (2003:3), lo define como “el uso de las tecnologías basadas en internet para proporcionar un amplio despliegue de soluciones a fin de mejorar la adquisición de conocimientos y habilidades.”

Sin embargo el autor destaca que para la aplicación correcta y total del concepto deben cumplirse tres criterios:

1. Que el aprendizaje se produzca en la propia red, lo que le permite acceder a actualizaciones inmediatas, así como a la recuperación, distribución y almacenamiento de información.

2. Que el receptor de la información reciba ésta a través de herramientas tecnológicas (entiéndase Internet)
3. Que rompa los paradigmas de la educación tradicional a partir de la generación de una visión innovadora para la solución de la problemática del proceso de enseñanza aprendizaje.

### **II.1.2 Características del E-Learning**

Córica, J. y Hernández, M. (s/f) destacan que la educación a distancia y por ende el e-learning cuenta con rasgos característicos en alcance a diferentes definiciones de educación:

1. Separación del profesor y el estudiante
2. Medios Técnicos de organización
3. Apoyos de aprendizaje (tutores y asesores)
4. Sugiere un aprendizaje independiente y flexible
5. Genera una comunicación bidireccional

En suma a lo anterior García (2005:10) define el e-learning como la “capacitación no presencial que, por medio de plataformas tecnológicas, posibilita y flexibiliza el acceso y el tiempo en el proceso de enseñanza-aprendizaje, adecuándolos a las habilidades, las necesidades y las disponibilidades de cada discente, además de garantizar ambientes de aprendizaje colaborativos mediante el uso de herramientas de comunicación síncrona y asíncrona, potenciando, en suma, el proceso de gestión basado en competencias”. Entonces pues esta definición asume ya la necesidad de Learning Management Systems (LMS’s) para administrar los contenidos y materiales de los cursos diseñados bajo la modalidad virtual, característica necesaria del E-learning.

### II.1.3 Finalidades del E-learning

La Dirección General de Educación y Formación de la Comisión Europea definió en 2001 al E-learning como “la utilización de las nuevas tecnologías multimedia y de Internet para mejorar la calidad del aprendizaje facilitando el acceso a recursos y servicios, así como los intercambios y la colaboración a distancia”.

A partir de esta definición Sangrà, A.*et al.* (2011) considera que el E-learning cumple con dos finalidades:

1.- Mejorar la calidad del aprendizaje en alcance de la innovación didáctica que sugiere la implementación de TIC en entornos educativos, coadyuvando a la mejora continua de la educación presencial. La calidad del aprendizaje se evalúa también a partir del grado de participación de los estudiantes y el nivel de autoaprendizaje conseguido a partir de desarrollo de habilidades y competencias específicas y el diseño de nuevas metodologías de aprendizaje basadas en el uso y creación de materiales.

2.- Facilitar el acceso a la educación y a la formación a todas las personas sin importar su localización geográfica, su profesión o su disponibilidad de horario, por la flexibilidad que aporta la modalidad.

Lo anterior hace pensar que el futuro de la educación está encaminado a que los centros educativos de los diferentes sistemas y niveles busquen la virtualización total en función del rompimiento de la brecha digital que separa a la sociedad actual.

### II.1.4 Ventajas y desventajas del E-learning

Cabero, J. (2006) en su artículo Bases pedagógicas del e-learning, reconoce que el e-learning como modelo educativo tiene ventajas y desventajas que se presentan de acuerdo a la población en la que se implementa.

A continuación se presenta una tabla comparativa en la que se citan las ventajas y desventajas descritas por el autor.

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Pone a disposición de los alumnos un amplio volumen de información.	Requiere más inversión de tiempo por parte del profesor.
Pone a disposición de los alumnos un amplio volumen de información.	Precisa unas mínimas competencias tecnológicas por parte del profesor y de los estudiantes
Facilita la actualización de la información y de los contenidos.	Requiere que los estudiantes tengan habilidades para el aprendizaje autónomo.
Flexibiliza la información, independientemente del espacio y el tiempo en el cual se encuentren el profesor y el estudiante.	Puede disminuir la calidad de la formación si no se da una ratio adecuada profesor-alumno.
Permite la deslocalización del conocimiento.	Requiere más trabajo que la convencional.
Facilita la autonomía del estudiante.	Supone la baja calidad de muchos cursos y contenidos actuales
Propicia una formación <i>just in time</i> y <i>just for me</i> . (Adaptada al estilo de aprendizaje de cada estudiante)	Se encuentra con la resistencia al cambio del sistema tradicional.
Favorece una formación multimedia.	Depende de una conexión a Internet, y que ésta sea además rápida.
Facilita una formación grupal y colaborativa.	Tiene profesorado poco formado.
Favorece la interactividad en diferentes ámbitos: con la información, con el profesor y entre los alumnos.	Supone problemas de seguridad y además de autenticación por parte del estudiante.

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Pone a disposición de los alumnos un amplio volumen de información.	Requiere más inversión de tiempo por parte del profesor.
Favorece la interactividad en diferentes ámbitos: con la información, con el profesor y entre los alumnos.	No hay experiencia en su utilización.
Facilita el uso de los materiales, los objetos de aprendizaje, en diferentes cursos.	Existe una brecha digital.
Permite que en los servidores pueda quedar registrada la actividad realizada por los estudiantes.	Para finalizar, debemos indicar que algunos de estos inconvenientes irán desapareciendo conforme vayamos adquiriendo mayor experiencia en su utilización, y su presencia sea más usual en nuestro sistema educativo, mientras que otros se seguirán manteniendo
Ahorra costos y desplazamiento.	

## II.2 Diseño de Cursos en línea

El diseño de un curso reconoce la necesidad de incorporar nuevas estrategias, métodos e innovaciones que coadyuven a la experiencia docente con el objetivo de mejorar los procesos de enseñanza aprendizaje y lograr resultados de éxito en el nivel de aprehensión y conocimientos de los estudiantes.

El Diseño de un Curso, parte entonces de la planeación del mismo, por tanto el éxito de éste está directamente relacionado con la respuesta que éste dé a las necesidades detectadas en un sector específico de la población, conocido también como público meta. Actualmente los cursos pueden ser ofertados en diferentes modalidades, la tradicional o presencial, a distancia o híbrida, sin embargo la calidad de éstos debe evaluarse en función no de su modalidad sino de los contenidos que los conformen, los objetivos que establezca y la metodología de aprendizaje que se implemente para lograrlos.

Los elementos antes mencionados, deberán estar interrelacionados articuladamente para lograr las metas establecidas por la institución y/o programa educativo que los oferten, ello se logrará a partir de la correcta selección del modelo de Diseño Instruccional.

Entonces, para la modalidad en línea el seguimiento que se dé al Diseño Instruccional juega un papel preponderante, pues en virtud de esto se logrará generar una mayor interacción y una mayor interactividad entre los participantes del curso, lo que supone mejores resultados de aprendizaje en el estudiantado y una respuesta a las necesidades de la sociedad de la información.

Cenich, G. y Santos G. (2005) hace un análisis de los factores que actúan en un curso en línea, la estructura secuencial y jerárquica que éstos deben seguir, las actividades de aprendizaje que deben diseñarse, los materiales seleccionados, los medios de comunicación e interacción y la evaluación puntual que habrá de realizarse para calificar su eficacia y eficiencia.



DeLacey y Leonard citados por Cenich y Santos (2005:15) destacan que:

*“El aprendizaje basado en proyecto y trabajo con soporte de la computadora, constituye una promisoría e inminente innovación de la educación en línea, que aún no han sido explotados suficientemente en el ámbito académico como herramientas mediadoras para expandir el aprendizaje, no sólo en el espacio sino en el tiempo.”*

Bajo esta premisa el diseño de un curso en línea, en alcance a los cambios producidos en la sociedad actual en función del uso y manejo de las TIC, enmarca la necesidad de crear condiciones flexibles en beneficio del estudiantado.

Por tanto el diseño de un curso en línea debe considerar una participación multi e interdisciplinaria, refiriéndonos al especialista en contenidos y materiales, al responsable del diseño del curso en función de las metodologías y objetivos del mismo y al administrador del Learning Management System (LMS) en el que se administrará, sin dejar de lado la participación activa de quien tomará el rol de asesor y tutor.

Salas, S. (2008) afirma que todo trabajo de diseño de cursos en modalidad virtual debe analizarse desde dos perspectivas relacionadas entre sí:

1. La estructura general del curso que considera información acerca del ambiente de aprendizaje, las competencias, habilidades y aprendizajes a obtener por el estudiantado, y los medios y estrategias implementadas para ello; y
2. La didáctica sugerida de acuerdo al ambiente de aprendizaje, entendida como la metodología del aprendizaje empleada para lograr los objetivos establecidos.

### **II.2.1 Enfoques y modelos para la planeación de un curso**

Para realizar la planeación de un curso es necesario considerar factores de índole interna y externa que sean capaces de determinar el grado de intervención que éstos representan para el proceso de enseñanza aprendizaje.

En este sentido Herrera, M. (s/f), señala que existen tres fuentes fundamentales para el desarrollo de planes o programas de estudio que permitirán la implementación de un curso en línea:

1. Fuente sociocultural. Reconoce las necesidades que la sociedad tiene en materia de educación.
  
2. Fuente psicopedagógica. Considera las estrategias empleadas en el proceso de enseñanza-aprendizaje en alcance a los estilos cognitivos del estudiantado con el objetivo de alcanzar resultados óptimos.
  
3. Fuente epistemológica. Analiza a profundidad el área de conocimiento que habrá de abordar un curso.

Stenhouse, L. (1984) propone responder una serie de preguntas previo a la planeación de un curso que se resumen en la siguiente tabla:

<b>Metodología y Diseño</b>	<b>Desarrollo e Implementación</b>
<i>¿Qué debe aprenderse y enseñarse en el curso o programa?</i>	<p>¿Qué conocimientos, actitudes y valores deben ser adquiridos o desarrollados por el estudiante en el curso? Y ¿Cuáles espera la sociedad que desarrolle el egresado del programa educativo</p> <p>¿Qué se espera que el estudiante haya aprendido al terminar el curso?</p> <p>¿Qué habilidades y conocimientos debe tener para continuar con el programa?</p>
<i>¿Cómo deben aprenderse y enseñarse los contenidos del</i>	<i>¿Cuál es la secuencia ideal de los contenidos?</i>

Metodología y Diseño	Desarrollo e Implementación
<p><i>¿Qué debe aprenderse y enseñarse en el curso o programa?</i></p>	<p>¿Qué conocimientos, actitudes y valores deben ser adquiridos o desarrollados por el estudiante en el curso? Y ¿Cuáles espera la sociedad que desarrolle el egresado del programa educativo</p> <p>¿Qué se espera que el estudiante haya aprendido al terminar el curso?</p> <p>¿Qué habilidades y conocimientos debe tener para continuar con el programa?</p>
<p><i>curso?</i></p>	<p>¿Cuáles son las estrategias, actividades y recursos didácticos deseables para un adecuado aprendizaje?</p> <p>¿Cuál es el nivel de conocimiento previo que tienen los estudiantes?</p> <p>¿Qué estilos cognitivos caracterizan a los estudiantes?</p>
<p><i>¿Cuándo debe aprenderse y cuándo enseñarse?</i></p>	<p>¿Cuándo es el mejor momento para el aprendizaje de dichos contenidos de acuerdo con el programa académico general y con el desarrollo intelectual del estudiante?</p>

Por su parte Bates, A. & Poole, G. (2003), consideran dos enfoques principales para la planeación de cursos o programas, el enfoque de sistemas y el flexible, generados a partir de distintos métodos de enseñanza.

Enfoque de sistemas: Da una especial preponderancia a la planeación, toda vez que según los autores, la organización del trabajo permitirá la prevención de situaciones de riesgo, por lo que la adaptación a circunstancias variables será mayor, lo que favorecerá el diseño de estrategias adecuadas y el manejo eficiente de recursos. Sin embargo este enfoque ha recibido severas críticas en función de que el proceso de enseñanza aprendizaje se centra en el docente.

Enfoque flexible: Resta importancia a los recursos, lo que le permite responder a las circunstancias con mayor facilidad. Plantea al estudiante como centro del enfoque y sugiere la asociación de habilidades.

En torno a los modelos de desarrollo de cursos estos serán determinados con base en el grado de complejidad, la orientación y la magnitud de cada proyecto, así como de los recursos disponibles para tal fin. Bates (2003), hace la siguiente clasificación:

Lone Ranger: Modelo en el que los asesores e instructores actúan de manera independiente con la autorización de las instituciones educativas, las cuales son responsables de los recursos utilizados. El modelo Lone Ranger alude al principio de autonomía que demanda el profesorado del nivel superior.

Boutique: Modelo útil para el profesorado que implementa el uso de TIC en la educación, pues sugiere la creación de un área de apoyo para los docentes, que en la mayoría de los casos se convierte en una experiencia de éxito no sólo para el profesorado sino también para los profesionales de apoyo.

Colegiado: Modelo que contempla el trabajo colaborativo y cooperativo de los docentes para el desarrollo de materiales, metodologías y estrategias de aprendizaje.

Gestión de proyectos: Se caracteriza por considerar la participación de especialistas en el proyecto que contribuyan a partir de su experiencia y habilidad al desarrollo del proyecto, el cual es guiado por un líder.

En este modelo los recursos son asignados desde el principio del desarrollo, se da seguimiento a las actividades a través de un calendario definido con antelación y los resultados que se busca alcanzar se definen claramente. El modelo de gestión de proyectos ha permitido controlar las cargas de trabajo y buscar la calidad de cada proyecto.

## **II.2.2 Modelos de Diseño Instruccional para programas educativos a distancia**

### ***Ambientes de Aprendizaje***

El proceso de enseñanza aprendizaje utilizando las TIC genera cambios didácticos en el sistema tradicional de la educación, y su aplicación en las aulas de los sistemas escolarizados o no escolarizados permite percibir dicho proceso de manera distinta, las TIC fomentan la personalización, el trabajo colaborativo, y la interacción inmediata, el sistema tradicional por su parte, sólo basa su quehacer en la transmisión del conocimiento quizá más estructurada con espacios determinados pero con menos posibilidades de permitir al estudiante explorar más allá de los contenidos de los programas educativos.

Por lo anterior el diseño de un ambiente de aprendizaje requiere definir una estructura clara y lógica que siga una ruta secuenciada que coadyuve en el logro de los objetivos planteados previamente por una institución y que al mismo tiempo responda a las necesidades de los estudiantes.

Sin duda alguna existen diferencias concretas entre el aprendizaje tradicional basado en la modalidad presencial y el aprendizaje virtual, esta diferencia radica en la perspectiva del proceso de enseñanza aprendizaje; en el primero el proceso se centra en el docente, mientras que en el segundo, el paradigma se rompe entregando al propio estudiante la responsabilidad de obtener el conocimiento, lo que favorece que tenga un aprendizaje significativo a través de medios interactivos, generalmente multimedia, razón por la cual los docentes del tercer milenio deben considerar la necesidad de capacitarse en la elaboración de materiales digitales.

Duarte (2003) señala que un Ambiente de Aprendizaje es una acción activa que involucra al ser humano y que por tanto involucra acciones pedagógicas. En consecuencia, cada ambiente de aprendizaje deberá integrar espacios con características físicas que permitan establecer una relación directa con componentes sociales, disciplinares y temporales, lo que permitirá alcanzar los objetivos previamente planteados.

Bajo esta perspectiva surgen los entornos de aprendizaje constructivista, basado en este modelo educativo con la finalidad de diseñar curricular e instruccionalmente programas educativos que garanticen en el estudiante la apropiación del conocimiento para lograr un aprendizaje efectivo.

Para el diseño de Ambientes Virtuales de Aprendizaje, dada la naturaleza de los medios en los que se implementarán y a través de los cuales se propagará el conocimiento, es necesario considerar la adecuación social, cultural y humana de los elementos que conforman los ambientes tradicionales en su traslado a la virtualidad, pues sólo así será posible conseguir una comunicación con un nivel de interacción adecuado que permita a los participantes del ambiente visualizarse en un mismo tiempo y espacio.

Barbosa (2006) define con claridad los elementos que deben integrar un Ambiente de Aprendizaje:

**Contenido:** Lo que la Universidad aporta representado en el conocimiento de sus profesores, una cultura de formación universitaria y, en algunos casos, una perspectiva metodológica particular, y el conocimiento producido por las comunidades académicas que entra en diálogo con el primero. Considera también material de aprendizaje como actividades y proyectos. Para la educación en línea los contenidos son entendidos como el material de consulta que los docentes seleccionan para que los estudiantes consulten y contextualicen las diferentes unidades de aprendizaje.

**Interacción:** Se define como el intercambio comunicativo de dos o más actores que pueden estar ubicados en diferentes niveles de aprendizaje. Este elemento permite el intercambio de información sobre temas específicos que coadyuven a su formación y

por ende a la solución de problemas reales. A través de la Interacción los actores de los ambientes de aprendizaje pueden integrarse en grupos caracterizados por intereses y propósitos. La tendencia es a entender los grupos de actores participantes en un ambiente virtual de aprendizaje a través de los foros de discusión, el correo electrónico y la mensajería instantánea que proporcionan las diferentes plataformas educativas.

Así mismo Barbosa (2006) también refiere como medulares los siguientes conceptos:

**Evaluación:** Se entiende como un proceso interactivo que busca hacer explícitos los aprendizajes reales que se viven, sus recorridos, dificultades y alcances. La evaluación debe ir ligada a los propósitos y objetivos que persigue un curso, así como los enfoques bajo los cuales se desarrolla. No se debe perder de vista generar evaluaciones que permitan al estudiante dar cuenta del aprendizaje adquirido. Los Ambientes Virtuales de Aprendizaje permiten realizar una evaluación continua a través de la revisión de las actividades a través de un repositorio de contenido de los alumnos, éste puede ser llamado buzón de tareas o portafolio de evidencias. Además la educación en línea permite la revisión asíncrona de las tareas asignadas.

**Seguimiento:** A través de este se busca observar las experiencias que vive cada alumno dentro de los ambientes de aprendizaje. Los resultados de este seguimiento son útiles para guiar y apoyar el aprendizaje de los alumnos, con el se puede registrar el avance del aprendizaje del alumno y los objetivos que se han logrado. El seguimiento en los Ambientes de Aprendizaje Virtuales se da a través de los foros de dudas y la evaluación de las tareas asignadas.

**Orientación:** Con este elemento es posible escoger las herramientas adecuadas para guiar el aprendizaje de los alumnos dentro de cada ambiente, lo que deberá lograr una navegación fluida. Es importante resaltar que con este elemento se evita que en un Ambiente Virtual las TIC sean el centro de atención del proceso de enseñanza-aprendizaje y que entorpezcan tal proceso, toda vez que media las relaciones entre los actores que participan al interior de cada ambiente. Esta orientación debe ser dada a través de las herramientas de comunicación síncrona y asíncrona y partir del correcto diseño de actividades y el adecuado desarrollo de los materiales de consulta.

Para Moreno (2000) los componentes más importantes para conformar un Ambiente de Aprendizaje adecuado son:

**Entorno físico:** Se refiere a la zona o espacio y a la distribución arquitectónica del ambiente; es el elemento básico que funciona como la infraestructura en la que se mueven los participantes en un proceso educativo. Se conoce como instalación arquitectónica al lugar en el que se llevan a cabo las interacciones de quienes participan en el proceso de enseñanza-aprendizaje. La educación a distancia entenderá como entorno físico la interfaz sobre la cual se desarrollen los cursos, es decir el LMS seleccionado para mediar el aprendizaje del estudiante.

**Tiempo:** Definido como el momento y el ritmo en el que se desarrolla el aprendizaje, entendido como un proceso en el que participan dos o más actores. Será establecido por el docente en función de la duración del curso. En la mayoría de los casos se establece un calendario de entrega de actividades que se da a conocer a través del LMS seleccionado.

**Currículo:** Contenidos que deben ser considerados en el aprendizaje, pueden ser propuestos por la institución y deben ser basados en las necesidades de los estudiantes, éste no debe ser visto sólo como un listado de temas.

**Mediación pedagógica:** El docente no debe ser simplemente un transmisor de información, su tarea no es administrar o dosificar la información, su labor debe ser centrada en facilitar el aprendizaje a través de estrategias y herramientas tecnológicas, lo que le permitirá desarrollar actividades con un mejor nivel creativo y cultural, a través de los cuales logrará en los estudiantes aprendizajes nuevos. Los Ambientes Virtuales de Aprendizaje, deben establecer mediación pedagógica a partir de la selección de las metodologías de aprendizaje, el seguimiento y evaluación de las actividades realizadas por el estudiante, la constante comunicación y la motivación.

Es importante destacar que Andrade (1994) define condiciones específicas para conformar un Ambiente de Aprendizaje que en lo general se aplican tanto para la



modalidad presencial como para la virtual, toda vez que para que éste realmente sea efectivo deberá ser:

**Delimitado:** En cuanto a la definición de los contenidos del aprendizaje así como de la complejidad, los indicadores y niveles de aceptabilidad de desarrollo de las competencias descritas antes.

**Estructurado:** En alcance a la organización de los contenidos, toda vez que estos deben ser elaborados y presentados a través de mapas conceptuales que expliquen con claridad el programa educativo de la asignatura, la guía y las actividades del mismo.

**Flexible:** Posibilita el desarrollo e innovación en los criterios para la administración del currículo, que deberá tener como principio fundamental la adquisición de competencias previamente definidas y seleccionadas, las cuales deberán permitir la evolución progresiva del aprendizaje del alumno.

No se debe dejar de lado que esta condición obedece también al grado de interacción que el docente integre a su práctica, articulando tareas multidisciplinares que resulten en aprendizajes significativos. Lo anterior a través de herramientas de comunicación síncronas y asíncronas

Aunque muchos autores jerarquizan de diferentes maneras los elementos que conforman un Ambiente de Aprendizaje Moreno (2000) hace una apreciación clara de aquellos que son medulares para el correcto funcionamiento y alcance de los Ambiente de aprendizaje abordando:

**Contenidos:** Referente a la información que se encuentra en los materiales y que son trabajados pedagógicamente. Tales contenidos deberán ser dinámicos, dado que la naturaleza de un ambiente virtual de aprendizaje requiere necesariamente materiales multimedia e interactivos.

**Contenedores:** De acuerdo a sus características es posible guardar en ellos información o materiales que a posteriori pueden convertirse en fuentes de consulta.

**Materiales:** Se consideran la base de un programa educativo, se conforman por el medio, los contenidos, tratamientos didácticos, todos con una intención previamente establecida, apropiada a las necesidades de los estudiantes, los docentes y la institución. Entendidos en Ambiente Virtuales como los servidores donde se almacenarán los materiales e información correspondiente al curso.

**Herramientas:** Es el equipo necesario para el tratamiento y uso de los materiales y para la búsqueda de información. Determinan diferentes destrezas y generan habilidades. Así las herramientas para ambientes virtuales deberán ser aquellas que empleen Tecnologías de Información y Comunicación.

**Espacios de producción y ejercitación:** Prevé y pone especial cuidado en la elaboración de materiales, con la finalidad de que éstos sean significativos para los estudiantes, para coadyuvar a la construcción del diálogo, de tal forma que en modalidad virtual se refieren a las estrategias y aplicaciones didácticas como wikis, blogs, exámenes en línea, etc.

**Espacios de exhibición:** Referente a la socialización de los contenidos y los materiales, con el objetivo de evaluar y por tanto calificar y motivar a los estudiantes. Estos espacios estimulan el interés por ideas y proyectos de otros, esto podemos ejemplificarlo para ambientes virtuales con los tableros de discusión denominados Foros.

**Equipamiento:** Relativo a la infraestructura necesaria para el ambiente para el que se hace el diseño, implica cuestiones arquitectónicas y tecnológicas.

### ***Diseño Instruccional***

El Diseño Instruccional puede ser entendido como el proceso de organización de recursos de aprendizaje (acciones, contenidos y materiales) que permiten que los estudiantes alcancen objetivos de aprendizaje previamente establecidos. Andrius, J. (2003), lo define como el proceso sistemático de traducir los principios generales del aprendizaje y las instrucciones en los planes de los materiales de instrucción y aprendizaje.

Siemens G. (2002), al respecto destaca que todo Diseño Instruccional debe ir en dirección a la flexibilidad y el empoderamiento del aprendiz o estudiante con el único objetivo de coadyuvar en su enfrentamiento a los cambios institucionales y tecnológicos, por tal motivo el objetivo del Diseño Instruccional deberá servir a las necesidades de aprendizaje y éxito de los estudiantes a partir de los contenidos y la interacción producida.

Por su parte Bates (2003) señala que el proceso de enseñanza aprendizaje mediado por tecnología podrá ser considerado como valioso cuando éste sea parte de una estrategia definida encaminada a la consecución de metas previamente establecidas y no como esfuerzos aislados de la institución académica. En alcance a lo anterior el autor describe seis estrategias básicas para contar con los elementos necesarios para realizar el Diseño Instruccional de manera eficiente y eficaz:

1. Establecer contacto con los estudiantes para averiguar y estudiar sus motivaciones e intereses respecto a los cursos.
2. Hablar con las áreas que componen la estructura organizativa sobre las necesidades de los estudiantes.
3. Conocer el uso que los colegas le dan a las tecnologías en la enseñanza, a través de la asistencia a congresos y reuniones de intercambio.
4. Plantearse escenarios sobre el futuro de la enseñanza y organizar reuniones sobre el tópico.
5. Intercambiar puntos de vista sobre el trabajo conjunto sobre el tema.
6. Imaginar el escenario de la enseñanza y plantear acciones para alcanzar la meta.

Bates (2003) en su artículo *Acercamiento al Diseño de Tecnología basado en Aprendizaje -Approaches to the Design of Technology-Based Learning-* menciona que existen básicamente dos grandes grupos en los que se clasifican los enfoques de

Diseño Instruccional. *Neats* utilizado para referirse a los enfoques que realizan un diseño y seguimiento cuidados de los proyectos de una forma rígida y puntual lo que los vulnera ante ambigüedades o vulnerabilidades y *Scruffies* que enmarcan enfoques más intuitivos para el diseño de los cursos, lo que puede convertirse en una carga de trabajo para estudiantes y asesores, a pesar de la creatividad y originalidad que pueden presentar en el diseño mismo.

## Enfoques del Diseño Instruccional

De acuerdo a las necesidades y características que presenten las diferentes instituciones, programas educativos y ambientes de aprendizaje le Diseño Instruccional puede ser abordado desde diferentes estructuras o enfoques como a continuación se refiere:

**Enfoque de Sistemas:** Enfoque severamente criticado por su nivel de rigidez y falta de adaptación, puede ser utilizado para la planificación de una clase. Sin embargo es factible su uso para la búsqueda de alternativas de acción. De acuerdo con Bates & Poole (2003) este enfoque de diseño instruccional está conformado por siete etapas básicas:

1. Definición de los objetivos y los resultados previstos. En esta etapa se definen los contenidos, habilidades a desarrollar y las estrategias de evaluación de los estudiantes.
2. Apropiaada selección de los medios tecnológicos. Aquí se hace uso de herramientas para determinar la tecnología de medios.
3. Diseño del curso. En esta etapa debe dividirse el contenido en unidades manejables de trabajo, identificar la existencia de los materiales, determinar las preguntas de evaluación y las actividades del estudiante en cada bloque, definir el papel de los medios en cada segmento, identificar los requerimientos de producción y diseñar la plantilla Web.

4. Producción y desarrollo del curso. Aquí se debe proveer de contenidos (texto, diapositivas), consideraciones sobre los derechos de autor, producción de medios, aprobar las propuestas de desarrollo y revisar el curso y realizar las modificaciones necesarias.

5. Entregas del curso y soporte del aprendizaje. Consiste en la admisión de estudiantes, contratos de instructores, cursos de inducción y orientaciones, actividades de los estudiantes, foros de discusión y asignación de exámenes, seguimiento administrativo.

6. Evaluación del curso. En esta fase se deben analizar las evaluaciones de los estudiantes, realimentación en línea, cuestionarios y grupos de enfoque.

7. Mantenimiento del curso. Aquí se hace una revisión de materiales.

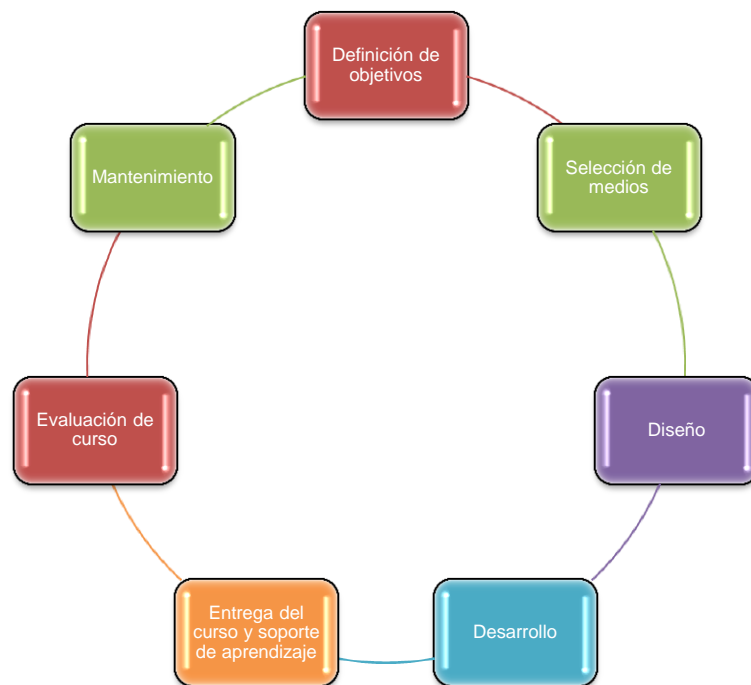


Figura 1. Enfoque de Sistemas

**Enfoque basado en la construcción social del conocimiento:** Se trata de un enfoque más abierto, flexible e intuitivo en el diseño de cursos que puede ser usado cuando se requiere enfatizar más los intereses y expectativas de los estudiantes, dado que los estudiantes cuentan con mayor libertad respecto a qué quieren aprender y cómo quieren realizar el aprendizaje. Al mismo tiempo, se pone mayor énfasis en el trabajo grupal, la discusión y la aplicación del aprendizaje en un contexto personal. Finalmente, todo ello se traduce en el desarrollo de habilidades de pensamiento crítico y la construcción del conocimiento a partir de la argumentación y la confrontación constructiva y complementaria de ideas (habilidades sociales).

## Modelos de Diseño Instruccional

Se entiende por modelo a la representación de sucesos reales utilizado para una situación o tarea particular, por tanto un modelo debe satisfacer características y necesidades previamente analizadas y definidas. Por tanto existen diferentes Modelos de Diseño Instruccional sujetos de ser seleccionados y adecuados a proyectos específicos.

ADDIE – Ha sido calificado como el modelo más adecuado para el diseño de cursos académicos, por ende es utilizado con mayor frecuencia.

Algo-Heurístico. La teoría sugiere que todas las actividades cognitivas se pueden analizar en las operaciones de naturaleza algorítmica, semi-algoritmos, heurística, o semi-heurística. Una vez descubierto, estas operaciones y de sus sistemas pueden servir de base para las estrategias de enseñanza y sus métodos. La teoría especifica que a los estudiantes no solo se debe enseñarles conocimiento sino los algoritmos y la heurística de expertos.

Modelo Dick y Carey. El modelo de Dick y Carey establece una metodología para el diseño de la instrucción basada en un modelo reduccionista de la instrucción de romper en pequeños componentes de instrucciones de un objetivo específico de las habilidades y conocimientos que se enseñan y proporciona las condiciones adecuadas para el aprendizaje de estos resultados.

Modelo de Robert Gagné ID. Se considera un modelo pionero que ha influido en muchos enfoques de diseño de otros y en particular el de Dick y Carey. Gagné propone que los eventos de aprendizaje y las categorías de resultados de aprendizaje en conjunto proporcionan un marco para las condiciones de aprendizaje.

Minimalismo. La teoría minimalista de JM Carroll es un marco para el diseño de la enseñanza, especialmente la formación de materiales para los usuarios de computadoras. La teoría sugiere que:

- a) Todas las tareas de aprendizaje debe ser significativas y las actividades autónomas.
- b) Los alumnos deberán aprender a realizar proyectos realistas lo más rápido posible.
- c) La instrucción debe permitir auto-dirigir el razonamiento y la improvisación, aumentando el número de actividades de aprendizaje activo.
- d) Los materiales de capacitación y actividades deberán establecer un reconocimiento y recuperación de errores y, (5) no debe haber una estrecha vinculación entre el sistema de formación y real.

Rapid Prototyping. Por lo general, los modelos de prototipado rápido involucran a los estudiantes y / o expertos en la materia (PYME) que interactúan con los prototipos y los diseñadores de instrucción en un proceso continuo de revisión / revisión ciclo de desarrollo de un prototipo, esto es prácticamente el primer paso, mientras front-end es el análisis general reducido o convertido en curso, proceso interactivo entre el objeto, objetivos y materiales.

Diseño Instruccional Epathic. Proceso de 5 pasos: Observar, captura de datos, reflexionar y analizar, una lluvia de ideas de soluciones, desarrollo de prototipos.

Diseño Instruccional para la Educación Virtual: Si bien no se cuenta con un modelo específico la implementación de TIC en el proceso de enseñanza aprendizaje sugiere una importancia medular a la selección del modelo a seguir en ambientes de aprendizaje alternativos al presencial o también conocido como tradicional.

## MODELO ADDIE DE DISEÑO INSTRUCCIONAL

El modelo ADDIE, a partir del cual se diseñará del curso del Módulo I Estrategias de Comunicación propuesto para el Diplomado en Comunicación Estratégica modalidad alternativa a la presencias, es un proceso genérico utilizado tradicionalmente por los diseñadores y desarrolladores de enseñanza de formación. Consta de cinco fases: Análisis, Diseño, Desarrollo, Implementación y Evaluación, representan una guía dinámica y flexible para la construcción de una formación eficaz y herramientas de rendimiento de apoyo.

A continuación se describen sus fases:

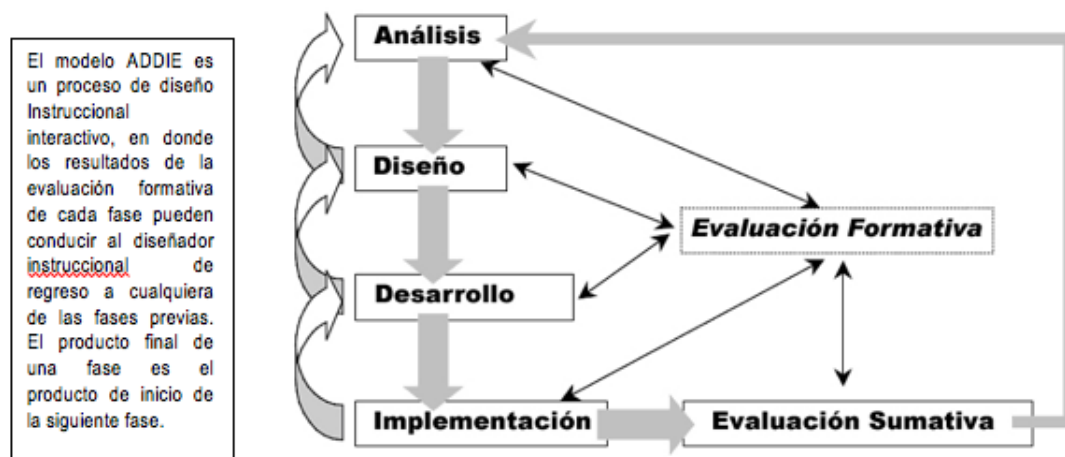


Figura 2. Steven J. (2009) Instructional Systems, College of Education, Penn State University



**Análisis:** En esta fase, el problema de instrucción se aclara, los objetivos de enseñanza se establecen y el ambiente de aprendizaje y el conocimiento existente y las habilidades de aprendizaje se identifican.

**Diseño:** Esta fase debe ser sistemática y específica.

Sistemática significa un método lógico y ordenado de identificar, desarrollar y evaluar un conjunto de estrategias planificadas dirigidas a la consecución de los objetivos del proyecto. Específico significa que cada elemento del plan de diseño instruccional debe ser ejecutado con atención a los detalles.

**Desarrollo:** Referente a la producción e integración de contenidos seleccionados en la fase de diseño. Los programadores trabajan para desarrollar y/o integrar tecnologías. Los probadores realizan los procedimientos de depuración. El proyecto se revisa de acuerdo con cualquier información dada.

**Implementación:** Aquí, se desarrolla un procedimiento para la formación de los facilitadores y los alumnos. La capacitación de los facilitadores debe cubrir el plan de estudios, los resultados del aprendizaje, el método de entrega y procedimientos de prueba.

**Evaluación:** Consta de dos partes, la formativa y la sumativa.

Evaluación Formativa, es la evaluación que ocurre de la retroalimentación, cuando la instrucción está en progreso, proporciona datos para revisar y mejorar el material didáctico que se utilizó y los que aún no se han utilizado. Esta evaluación está presente en cada etapa del proceso ADDIE.

Evaluación Sumativa, se produce al final de los esfuerzos de instrucción, proporciona datos sobre la eficacia de los esfuerzos educativos en su conjunto. Esta es la evaluación que proporciona información sobre cómo la unidad de instrucción general permitió a los alumnos alcanzar los objetivos que se establecieron desde el principio.

La integración de las dos anteriores da lugar a la Evaluación Final que consiste en las pruebas de dominio diseñadas para determinados criterios relacionados con los elementos mencionados y en proporcionar oportunidades para la retroalimentación de los usuarios.

### **II.3 Plataformas Educativas, recursos para la enseñanza en línea**

Las plataformas educativas, conocidas en inglés como Learning Management Systems (LMS's) se han convertido en una realidad intangible que dan soporte y permiten mediar el proceso de enseñanza aprendizaje generado a través de Internet, transformando los procesos tradicionales y rompiendo con los paradigmas usuales que durante años guiaron a la educación.

Si bien hoy en día por sus características se reconoce el potencial que tiene el e-learning, es necesario para detonar el cúmulo de posibilidades que este ofrece a los entornos educativos, conocer qué son, cómo funcionan y cuáles son las plataformas educativas de las que podemos disponer para ofrecer programas educativos.

Así una plataforma educativa representa el conjunto de herramientas que permiten el desarrollo del proceso de enseñanza aprendizaje en línea que en el primer título de este capítulo hemos denominado e-learning, o bien que coadyuva a procesos de enseñanza mixta, a lo que se le denomina b-learning.

Un LMS o plataforma educativa web, según Ramboll (2004) citado por Pampillón (s/f:15) define las plataformas e-learning como “una aplicación web que integra un conjunto de herramientas para la enseñanza-aprendizaje en línea, permitiendo una enseñanza no presencial (e-learning) y/o una enseñanza mixta (b-learning), donde se combina la enseñanza en Internet con experiencias en la clase presencial”.

Las plataformas educativas permiten la creación y administración de los ambientes virtuales de aprendizaje, toda vez que se reconocen como lugares

El objetivo primordial de una plataforma e-learning es de acuerdo a Griffiths et al. (2004) permitir la creación y administración de contenidos, en el lugar seleccionado para intervenir en los procesos de enseñanza aprendizaje dirigidos a la adquisición de una o varias competencias.

Es importante señalar que cualquier plataforma educativa adaptarse a los diversos modelos de Diseño Instruccional, ello en función del uso que se de a las herramientas que conforman cada LMS.

### **II.3.1 Elementos y características de una Plataforma Educativa**

Una vez que tenemos clara la definición de plataforma educativa es importante conocer de qué forma está integrada, qué elementos, qué características y qué herramientas la conforman para cumplir las funciones inherentes a ella. Sánchez J. (2009) hace una clasificación general de las herramientas que todo LMS debe considerar:

1. Herramientas de distribución de contenidos. Considera espacios en donde el docente puede poner a disposición Para el profesorado debe proveer un espacio en el que poner a disposición archivos donde pueda compartirse la información, los tipos de archivos aceptados en estas herramientas pueden ser HTML, PDF, TXT, ODT, PNG dentro de repositorios que permitan organizar de forma jerárquica por tiempo u orden alfabético mediante el uso de carpetas. Estas herramientas dan la posibilidad de presentar contenidos e información en diversos tipos como enlaces a archivos, a páginas Web, calendarios, etiquetas con diversos elementos (texto, imágenes estáticas y en movimiento), FAQs, glosarios.

2. Herramientas de comunicación y colaboración síncronas y asíncronas: Permiten la interactividad entre pares y docentes buscando generar actividades que fortalezcan y retroalimenten el conocimiento. Algunos ejemplos son los foros de debate, Chat, mensajería interna del curso, wikis, diarios, blogs, grupos de trabajo.

3. Herramientas de seguimiento y evaluación. Colaboran a la realización de estos procesos, las aplicaciones son cuestionarios para evaluación del alumnado con diversos tipos de reactivos, sondeos, autoevaluación para los mismos, tareas, reportes de la actividad de cada alumno.

4. Herramientas de administración y asignación de permisos. Para la función de administración los LMS, se apoyan del uso de herramientas que controlan y asignan permisos a los perfiles de usuario en los cursos, llamados roles, además de la administración de inscripciones y el acceso mediante el uso de un usuario y password, además de controlar la vista de contenido de acuerdo a las necesidades del curso y del docente. El control de estos procesos es llevado a cabo por la figura de administrador del LMS, pero existe la posibilidad de que el docente pueda tener el control de su propio curso y establecer reglas propias para sus alumnos.

5. Herramientas complementarias. Las herramientas complementarias dentro de los LMS son aplicaciones extras que colaboran con los docentes y alumnos en el mejoramiento y fortalecimiento del aprendizaje, éstas pueden ser herramientas de búsqueda, redes sociales, bibliotecas digitales, aulas virtuales, etc.

### **II.3.2 Tipos de Plataformas Educativas**

Las plataformas educativas o mejor conocidos como LMS, son herramientas tecnológicas que nos proveen de ayuda en proceso de enseñanza, dichas herramientas nos dan la posibilidad de administrar, distribuir y controlar las actividades generadas dentro de un curso. Las funciones dentro de una institución educativa son la de gestión del aprendizaje basado en web.

Existen diversas aplicaciones de LMS que ayudan a la administración del aprendizaje, Sánchez J. (2009) reconoce tres tipos principales: de desarrollo propio, libres y comerciales, los cuales tienen características específicas que dan un plus entre un y otro. Dentro de las marcas comerciales se encuentra Blackboard, que es considerado el LMS con mayor uso y nivel de desarrollo dentro del mercado de e-learning, ya que cuenta con el respaldo de una fuerte compañía que ha crecido en todos los aspecto

elaborando aplicaciones educativas que complementan a la plataforma misma, así como Blackboard, existen diversas aplicaciones comerciales que dan el servicio similar estas son: iLearning by Oracle, Aulapp, Catedr@, Desire2Learn, eCollege, FronterSaba, LearningSid, WebWebCT, e-learning, ManagerSistema, SofíaWebClass, PEG.

Además de la existencia de LMS comerciales, el furor del software libre también logró introducirse a la educación, con plataformas como Moodle que es la más grande en su tipo ya que cuenta con miles de usuarios que apoyan al proyecto con nuevas aplicaciones diseñadas por ellos mismos fortaleciéndola y logrando una competencia directa con las marcas comerciales principalmente con Blackboard.

Otros proyectos de LMS libre son: Dockeos, Sakai, Clarolone, Edmodo, Atutor, Chamillo, Da Vinci, etc.

Estas herramientas mencionadas no son más ni menos, sino se eligen de acuerdo a las necesidades de las instituciones o los creadores de cursos en línea, los cuales de acuerdo a las características definidas elegirán la mejor opción de LMS, ya que la finalidad de su aplicación en la educación, es el de mejorar, facilitar y fortalecer el proceso de enseñanza-aprendizaje de los alumnos.

## **Blackboard**

Blackboard es un LMS comercial creado en 1997 como una firma consultora para IMS Global Learning Consortium, con sede en los Estados Unidos de Norteamérica.

Para el año 1998 logró añadirse a Course LLC, empresa desarrolladora de sistemas de administración de cursos de la Universidad de Cornell. El primer producto creado por Blackboard Inc. fue Courseinfo herramienta implementada para apoyar el aprendizaje y la educación basada en internet, convirtiéndose en pioneros del naciente e-learning.

Para el 2005 la compañía crece al fusionarse con una popular plataforma, WebCT, firma competidora en el aprendizaje en línea, logrando así consolidar la marca.

En la actualidad Blackboard a través de su Academic Suite ha desarrollado y licenciado aplicaciones a más de 2200 instituciones de educación alrededor del mundo en más de 60 países, utilizando sus productos para consolidar la confianza en la educación en línea y apoyando de manera paralela al Comercio Electrónico.

Ante la inminente influencia de las TIC en la vida cotidiana, Blackboard ha desarrollado diversos productos entre los cuales destaca Blackboard Commerce Suite, conformada por:

- a) Blackboard Transaction System, sistema de procesamiento de transacciones (tarjeta débito) para identificaciones de universidades.
- b) Blackboard Community System, sistema para transacciones de comercio electrónico
- c) Bb One, red comercial para procesar transacciones de tarjetas débito patrocinadas por Blackboard

Blackboard también tiene una arquitectura abierta, llamada Building Blocks, la cual puede utilizarse para extender la funcionalidad de los productos Blackboard o integrarlos con otros sistemas de programas.

Blackboard Academic Suite, permite trabajar en el desarrollo de cursos en línea lo que permite la oferta de programas educativos e-learning o en modalidades alternativas a la presencial.

Universidades como Stanford, Florida State, o Duke en Estados Unidos o SENA en Colombia utilizan Blackboard como plataforma educativa. En México el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, la Universidad Autónoma de Baja California, la Universidad Iberoamericana y la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, por mencionar algunas, utilizan también los servicios de este LMS.

La UAEH trabaja con Blackboard desde 2003, comenzando con 12 cursos y 50 usuarios, incrementándolo significativamente año con año, hoy en día se utiliza en todos los Institutos, Escuelas Superiores y Escuelas Preparatorias como apoyo a la modalidad

presencial, además de apoyar cursos institucionales y cursos de capacitación de docentes impartidos por la Dirección de Superación Académica además de los cursos ofertados por el Sistema de Universidad Virtual.

Actualmente la plataforma cuenta con más de 800 cursos y suma más de 7 mil usuarios que trabajan con esta herramienta.

### ***Herramientas de Blackboard***

Para apoyar el proceso de enseñanza-aprendizaje en línea, Blackboard cuenta con diferentes funcionalidades que permiten tanto a docentes como a estudiantes, mantener una comunicación síncrona y asíncrona, diseñar y realizar actividades colaborativas que fomenten el trabajo en grupo y construir debates que fomenten la crítica y la reflexión.

A continuación se enlistan las herramientas de uso más común de esta plataforma educativa:

- a) Tableros de discusión: Entendidos como foros que permiten el intercambio de mensajes a lo largo del curso. Generalmente se emplean para organizar debates en torno a un tópica en específico.
- b) Intercambio de archivos: Permite a los usuarios compartir con otros compañeros o con el docente archivos desde sus computadoras.
- c) Herramientas de comunicación síncronas y asíncronas. Ofrece mensajería instantánea a través de wimbapronto y el envío de correo electrónico interno a los participantes del curso.
- d) Blogs: Permite realizar publicaciones en formato de texto, audio o video en las que los participantes del curso tanto estudiantes como docentes pueden hacer comentarios.
- e) Wikis: Herramienta que favorece la integración de documentos de manera colaborativa.

- f) Diarios: Permite al alumno generar una bitácora de actividades que el docente puede revisar cotidianamente y medir el nivel de participación.
- g) Elaboración de exámenes: Permite al docente diseñar una batería de pruebas de entre una selección de dieciséis tipos de reactivos, lo que favorece el aprendizaje del estudiante.
- h) Safe Assign: Realiza búsquedas comparativas en internet de textos enviados por los estudiantes evitando así el plagio.
- i) Blackboard mobile: Herramienta que permite la consulta y participación del docente o el estudiante a través de dispositivos móviles.



## CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

### III.1 Del Ambiente de Aprendizaje

Con la incorporación de las TIC al contexto educativo, los Ambientes de Aprendizaje han evolucionado con el objetivo de dar respuesta a las necesidades de los estudiantes, por tal motivo se da paso a los Ambientes Virtuales de Aprendizaje, diseñados en una plataforma intangible que permite establecer interacción entre los participantes del ambiente a partir del uso de recursos de comunicación síncronos y asíncronos.

Los Ambientes de Aprendizaje en su modalidad virtual, basan su estructura y desarrollo en un Administrador de Sistemas de Aprendizaje (*Learning Management System LMS en inglés*) nombrados también plataformas educativas, a través de las cuales los estudiantes podrán tener acceso a información y documentos del curso, establecer comunicación con pares y docentes a través de foros de debate y lograr aprendizajes significativos a través de metodologías innovadoras y herramientas dinámicas.

Para el diseño del Ambiente de Aprendizaje del Módulo I Estrategias de Comunicación del Diplomado en Comunicación Estratégica modalidad virtual se retomarán los elementos considerados por Barbosa (2006):

Contenido: Se seleccionará tópicos que impacten de manera directa en la formación de estudiantes y profesionales de la Comunicación, el Diseño Gráfico y la Mercadotecnia a fin de coadyuvar en la mejora de su formación académica e impactar en su vida laboral y personal. Tales contenidos servirán como base para la generación y diseño de materiales de aprendizaje que sirvan como recursos para lograr los objetivos del curso. Cabe destacar que las búsquedas de información para la elaboración de contenidos y materiales, se hará en fuentes serías y reconocidas como Redalyc, EBSCO, Dialnet y bibliografía especializada.

**Interacción:** Se desarrollará a partir de foros de discusión ubicados en la plataforma educativa Blackboard que mediarán las conversaciones de los participantes en función de dudas académicas, dudas técnicas, debates temáticos, sugerencias y temas varios. Además se utilizará la comunicación a través de correo electrónico.

**Evaluación:** La evaluación será continua y permanente de forma sumativa basada en los conceptos de: Autoevaluación, Coevaluación y Heteroevaluación. Las actividades serán evaluadas a través de un Portafolio de evidencias y el valor asignado a cada uno será dado a conocer previa fecha de entrega a través de las guías de actividades.

**Seguimiento:** Se dará a través de la calidad de las actividades entregadas en el Portafolio de evidencias, generando acciones que vinculen al estudiante a su realidad y contexto social.

**Orientación:** Las herramientas que se utilizarán serán mapas conceptuales y mentales, tableros de discusión, audios, material audiovisual y lecturas de apoyo.

Para conformar el Ambiente de Aprendizaje propuesto se consideran los componentes señalados por Moreno (2000):

**Entorno Físico:** Será determinado de forma virtual a partir de la plataforma Blackboard de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

**Tiempo:** El Módulo I está diseñado para realizarse en un periodo de seis semanas. Las cuatro primeras se desarrollarán en una semana cada una y la unidad cinco se realizará en dos semanas.

**Currículo:** Los temas seleccionados para este curso se relacionan de forma directa con el mapa curricular de las licenciaturas en Ciencias de la Comunicación, Diseño Gráfico y Mercadotecnia de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

**Mediación pedagógica:** Para el curso propuesto se considera que el aprendizaje sea mediado por un Asesor especialista en el tema que facilite al alumno el aprendizaje a

través de estrategias y herramientas tecnológicas que le permitan desarrollar actividades con un mejor nivel creativo y cultural, a través de los cuales logrará en los estudiantes aprendizajes nuevos.

Para el Ambiente de Aprendizaje propuesto se considerarán las condiciones definidas por Andrade (1994):

**Delimitado:** Los contenidos estarán relacionados con conceptos generales de la comunicación y con la implementación de estrategias de acción que apoyen en la toma de decisiones disciplinares del estudiante.

**Estructurado:** Su estructura está integrada por seis unidades temáticas.

**Flexible:** Dada la naturaleza del Diplomado al que ha de pertenecer el Módulo I. Estrategias de Comunicación, los temas abordados serán de carácter multidisciplinario. Las actividades diseñadas para el logro de objetivos y el desarrollo de competencias del estudiante permitirán la evolución progresiva del mismo.

En cuanto a los elementos del Ambiente de Aprendizaje aquí descrito se tomarán como base los elementos de Moreno (2000):

**Contenidos:** Previamente seleccionados en función del mapa curricular de los programas de estudio que se relacionan con el Diplomado y el Módulo aquí descrito. Estos contenidos darán lugar al desarrollo de materiales de estudio y consulta.

**Contenedores:** Los contenidos se depositarán y almacenarán en los servidores de materiales del Sistema de Universidad Virtual.

**Materiales:** De acuerdo a los objetivos descritos en cada unidad se considera el uso de mapas mentales, mapas conceptuales, audiovisuales, audios, objetos de aprendizaje, videos y lecturas.

Herramientas: Internet, paquetería office, C-map tools, Real player, Windows Media Player.

Espacios de producción y ejercitación: Prevé y pone especial cuidado en la elaboración de materiales, con la finalidad de que éstos sean significativos para los estudiantes, para coadyuvar a la construcción del diálogo.

Espacios de exhibición: Los materiales serán exhibidos en la plataforma educativa Blackboard del Sistema de Universidad Virtual.

Equipamiento: Para el diseño del Ambiente de Aprendizaje aquí descrito se requiere de una Computadora con las siguientes características Pentium IV 1GB en memoria RAM, con lector de DVD, Disco Duro de 80 GB paquetería de Office (Word,Power Point) paquetería de edición de audio y video (Adobe Cool Edit Pro y Adobe Premier) e Internet.

### **III.2 Del Diseño Instruccional**

Una vez definido el Diseño Instruccional como un proceso de organización de los recursos de aprendizaje (acciones, contenidos y materiales) para garantizar que los estudiantes logren resultados educativos previamente establecidos, es necesario orientar el diseño del Módulo I Estrategias de Comunicación del Diplomado en Comunicación Estratégica impartido por el Sistema de Universidad Virtual o la Dirección de Educación Continua de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH) hacia la planeación de los diversos momentos que integran el proceso educativo.

Así bajo la premisa de que el Diseño Instruccional debe servir a las necesidades de aprendizaje y al éxito de los estudiantes, a través de eficaces presentación de los contenidos y el fomento de la interacción; el diseño del presente proyecto se basará en el Modelo ADDIE que cual se refiere a Analizar, Diseñar, Desarrollar, Aplicar y Evaluar. Este es posiblemente el mejor modelo de diseño conocido, y se utiliza con frecuencia en los círculos académicos.

### III.2.1 Aplicación del Modelo ADDIE

El modelo ADDIE consta de cinco fases: Análisis, Diseño, Desarrollo, Implementación y Evaluación, representan una guía dinámica y flexible para la construcción de una formación eficaz y herramientas de rendimiento de apoyo.

#### *Análisis*

En esta fase del Diseño Instruccional, con base en el estudio de la oferta de educación continua y de posgrado de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo y la experiencia de 6 años como docente frente a grupo impartiendo diferentes asignaturas a de alumnos y alumnas del Área Académica de Ciencias de la Comunicación en alcance he podido identificar que programas educativos interrelacionadas por su naturaleza de estudio como Ciencias de la Comunicación, Mercadotecnia y Diseño Gráfico adolecen de una oferta que les permita continuar o mejorar su formación profesional.

A lo anterior se le suma la constante manifestación verbal en clase de alumnos y alumnas de estos programas educativos de la necesidad de contar con una oferta que coadyuve en su formación profesional incidiendo de manera directa en su ámbito laboral.

Con base en lo anterior ~~Una vez detectada esta necesidad~~ se procedió a analizar la posibilidad de diseñar un Diplomado Multidisciplinar dirigido a estudiantes y profesionales de las Ciencias de la Comunicación, la Mercadotecnia y el Diseño Gráfico que abordara tópicos comunes que permitieran desarrollar de manera creativa vinculara las tres áreas de estudios para generar el diseño de estrategias que impactara en la toma de decisiones en un contexto real.

Así ante la ausencia de tiempo para cursar programas de educación continua de estudiantes y profesionales y el uso cotidiano de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) se planteó que el Diplomado se realizará bajo una modalidad virtual.

Así en la etapa de Análisis se decidieron los Módulos que conformarían el Diplomado concluyendo los siguientes:

- Módulo I. Estrategias de Comunicación
- Módulo II. Diseño
- Módulo III. Mercadotecnia Digital
- Módulo IV. Publicidad y Promoción.

En lo que compete al Módulo I. Estrategias de Comunicación abordado en este proyecto para la fase de Análisis se determinó el conjunto de conocimientos y habilidades con las que deberán contar los estudiantes.

Se realizó la estructura temática del Módulo basada en cinco unidades integradas por contenidos que impacten de forma directa la formación de los estudiantes:

Unidad I. La comunicación como proceso social

Unidad II. Comunicación Escrita

Unidad III. Comunicación Visual

Unidad IV. Comunicación en las organizaciones

Unidad V. Medios de Comunicación

Asimismo se revisaron los requisitos de Hardware y Software necesarios para poder realizar satisfactoriamente las actividades del curso.

## **Diseño**

Para la realización de esta fase se determinaron los planteamientos pedagógicos y didácticos del curso. Se establecieron tanto el objetivo general como los específicos del Módulo y las políticas generales del curso.

Durante la fase de Diseño del presente proyecto se determinarán la Metodología de Aprendizaje, la Metodología de Evaluación y las Estrategias que se implementarán para el Módulo previamente descrito.

Será en esta fase del Diseño Instruccional en la que se determinen los contenidos; unidades didácticas que conformarán las unidades de aprendizaje establecidas en la fase de Análisis.

Se determinarán las actividades a realizar por los estudiantes, lo anterior se hará previa búsqueda de material bibliográfico y webgráfico que permita el posterior desarrollo de los materiales correspondientes.

Será en esta parte en la que con base a la metodología de evaluación se designen los porcentajes y forma de evaluación de cada actividad solicitada.

Lo anterior se establecerá con base en las guías de Diseño de Cursos en Línea y los formatos de Información del Curso proporcionados por el Sistema de Universidad Virtual.

### **Desarrollo**

En esta fase se hará la producción de los materiales en alcance a la metodología de aprendizaje descrita en la fase de Diseño y que estarán definidos en la guía didáctica del curso. Por tanto se elaborarán mapas conceptuales y mentales, presentaciones electrónicas y se producirán audios y audiovisuales. Además de la posible selección y/o adecuación de lecturas o videos de internet

### **Implementación**

Previa integración del Módulo I. y del propio Diplomado en Comunicación Estratégica en la plataforma Blackboard se buscará la autorización de la Dirección del Sistema de Universidad para ofertarlo como parte de su propuesta de Educación Continua.

Para ello se gestionarán los recursos necesarios para el pago de asesores y tutores de cada Módulo, así como para la promoción del Diplomado.

Se contempla un plan de medios internos y externos que ha sido diseñado para la difusión del Diplomado en Comunicación Estratégica, el cual se presenta más adelante como estrategia de implementación, el cual podrá ejecutarse una vez que se cuente con los recursos gestionados.

## **Evaluación**

**Evaluación Formativa:** Se dará a partir de la evaluación que se genera al concluir el curso a través de las encuestas que realiza el Sistema de Universidad Virtual. Éstas se realizarán a partir del Sistema de Evaluación generado por esta dependencia universitaria.

Asimismo se considerarán los comentarios y sugerencias realizadas en el foro de Dudas y durante la última semana se habilitará un foro especial bajo el nombre de Sugerencias del Curso, a fin de conocer la percepción de los estudiantes.

**Evaluación Sumativa:** Se dará a través de los criterios de autoevaluación, coevaluación y heteroevaluación. Las dos primeras se darán a partir del Sistema de Evaluación del Sistema de Universidad Virtual en escala del 0 al 10. En tanto que la heteroevaluación se dará a través de las actividades realizadas y entregadas en el Portafolio de Evidencias, así como las participaciones en los correspondientes foros de discusión. Los criterios de evaluación se darán con base en rúbricas o listas de cotejo.

**Evaluación Final:** Tras haber egresados a estudiantes de cuatro ciclos del Módulo I. Estrategias de Comunicación y del Diplomado en Comunicación Estratégica se diseñará un instrumento que permita evaluar el impacto que el diplomado y el propio Módulo tuvo en el desempeño profesional o personal de cada estudiante, con la



intención de determinar su rediseño o permanencia como parte de la oferta de Educación Continua de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Tomando en consideración que se propone que el Módulo I Estrategias de Comunicación sea parte del Diplomado en Comunicación Estratégica y que éste a su vez sea ofertado por el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, el Diseño Instruccional del mismo deberá ir en concordancia con el resto de la oferta educativa del SUV.

### **III.3 Población**

En alcance a la metodología que se ha seleccionado seguir para el Diseño Instruccional del Módulo I Estrategias de Comunicación para un Diplomado en Comunicación Estratégica la población a la que se dirige dicha metodología es al Sistema de Universidad Virtual con la finalidad de conocer los lineamientos y requerimientos que los cursos en línea deben cumplir para formar parte de la oferta educativa de esta dependencia.

#### **III.3.1 Muestra**

La muestra se centrará en el Área de Tecnología Educativa quienes son los responsables de generar, en su caso revisar e integrar los cursos en línea ofertados por el Sistema de Universidad Virtual, por tal motivo, como instrumentos se consideran las guías o listas de cotejo que contemplan los elementos y las fases para diseñar e integrar un curso en línea. Lo anterior toda vez que si bien el curso está dirigido a alumnos, esto se considerarán en el momento de la oferta real, por lo que en este momento el proyecto está centrado en el Diseño Instruccional por lo que es fundamental apoyar la propuesta con personas del área especializadas en diseñar proyectos para el Sistema de Universidad Virtual.

## **III.4 Público meta para el Módulo I: Estrategias de Comunicación para el Diplomado en Comunicación Estratégica**

En alcance a la alta demanda en las Licenciaturas en Diseño Gráfico, Mercadotecnia y Ciencias de la Comunicación así como el elevado porcentaje de egresados de estas disciplinas y con la premisa de que actualmente se adolece de una oferta de posgrado o educación continua que fortalezca a estudiantado y profesionales de estas áreas el presente proyecto presenta como Público Meta al alumnado de la Licenciaturas en: Ciencias de la Comunicación, Mercadotecnia Virtual, Mercadotecnia Presencial y Diseño Gráfico de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH) y como Público Potencial egresados de estos programas educativos, así como alumnado de Instituciones de Educación Superior ubicadas en Pachuca, Hidalgo que oferten las carreras antes mencionadas.

### **III.4.1 Definición del Público Objetivo**

Segmentación Socioeconómica Nivel de ingresos entre A+ y hasta B-, entendiendo esta segmentación bajo la siguiente clasificación:

A+: Nivel socioeconómico Muy Alto

A-: Nivel socioeconómico Alto

B+: Nivel socioeconómico Medio Alto

B-: Nivel socioeconómico Medio

Segmentación Sociográfica: Hombres y Mujeres, estudiantes a partir de tercer semestre, egresados y profesionales de la Licenciaturas en Ciencias de la Comunicación, Diseño Gráfico, y Mercadotecnia.

Hombres y mujeres entre 22 y 45 años interesados en las disciplinas antes mencionadas y en generar Publicidad.

Segmentación Demográfica: Pachuca

Target Demográfico para Público Potencial: Querétaro, Puebla, San Luis Potosí, Veracruz, Estado de México, Distrito Federal.

## CAPÍTULO IV. PROPUESTA DE SOLUCIÓN DEL PRODUCTO

### IV.1 Estructura general del curso

1. INFORMACIÓN GENERAL DEL CURSO	
<b>Nombre oficial de la asignatura / curso</b>	Módulo I. Estrategias de Comunicación
<b>Institución y Programa Educativo</b>	Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo Diplomado en Comunicación Estratégica
<b>Clave</b>	
<b>Modalidad</b>	Virtual
<b>Duración</b>	6 semanas

2. PRE-REQUISITOS
<p><b>De estudio:</b> Técnicas personales de aprendizaje activo. Pensamiento Crítico.</p> <p><b>De conocimientos:</b> -Dominio de las herramientas de comunicación y organización de la plataforma virtual. -Poseer habilidades de redacción, ortografía, síntesis, análisis y comprensión de lecturas, estudios de caso, mapas mentales y conceptuales. -Uso y manejo de Office -Manejo de los principales archivos multimedia -Dominio de búsquedas en Internet.</p> <p><b>De Hardware:</b> -Procesador: Intel® Pentium® IV 450 MHz o superior -Memoria: 512 MB de RAM 20 GB en disco duro -Audio: Tarjeta de sonido, micrófono, altavoces y cascos estándar</p> <p><b>Software:</b> -Conexión a Internet: Módem 56 Kbps -Plugins: Adobe Flash Player 9 y Java JRE 1.4.2 - Resolución de pantalla 1024 x 768 píxeles - Internet Explorer, Mozilla Firefox, Google Chrome o cualquier otro navegador. - Suite Office versión 2003 o superior. - Adobe Reader 8 o superior - Java Runtime Environment, Real Player 10 o superior</p>

### 3. INTRODUCCIÓN A LA ASIGNATURA O CURSO.

En la actualidad nos encontramos inmersos en el mundo del movimiento, el sonido, la velocidad, las imágenes y de la mediación tecnológica. Entre quienes integramos la sociedad existe un elemento comunicativo intermediario de las relaciones humanas y las tecnológicas, los medios de comunicación.

De esta forma partiendo del concepto de Comunicación que proviene del latín “communicare” cuyo significado es poner en común, se debe considerar a la Comunicación como una ciencia que a través de los diferentes tipos de lenguaje ha permitido la constante evolución del ser humano.

Por tanto, la Comunicación debe ser entendida como un proceso social que posibilita no sólo la transmisión de información, sino la expresión del desarrollo creativo e intelectual de la sociedad.

Así la comunicación no es un intercambio de opiniones entre personas, sino un intercambio cuyo propósito es generar acción. En alcance a lo anterior debemos tomar conciencia de que una comunicación efectiva y el diseño de estrategias adecuadas y oportunas para alcanzarla, constituirán una herramienta persuasiva que nos permita consolidar cualquier tipo de relación humana, difundir información

Dicho de otra manera las Estrategias de Comunicación nos permitirá construir y entender el contexto real en el que nos desarrollamos a partir de la comprensión y creación de ideas y el desarrollo de habilidades que coadyuvarán en la formación de relaciones personales y laborales, toda vez que sin duda alguna, *quien sabe comunicarse logra más que aquel que no sabe, pues en esencia es capaz de lograr un liderazgo efectivo en los grupos en los que interviene directa o indirectamente*

Será a través del diseño de instrumentos y estrategias adecuadas que apoyen el proceso de la comunicación que podremos permear o influir en las ideas, emociones y acciones de otras personas, con la finalidad de resolver problemas y atender las necesidades de las sociedad.

### 4. PERFILES.

En caso que el curso sea una asignatura de preparatoria o pertenece a un programa educativo en específico, no se necesita llenar este apartado.

No aplica

## 5. OBJETIVOS Y COMPETENCIAS

### **GENERAL:**

Conseguir una comunicación verbal, escrita y visual clara, persuasiva y eficiente a partir del dominio del lenguaje y la comprensión de la imagen.

### **ESPECÍFICOS:**

#### **Unidad I La comunicación como proceso social**

- ❖ Comprender el concepto de comunicación
- ❖ Conocer el proceso de la comunicación
- ❖ Conocer las características de las etapas del proceso de pensamiento
- ❖ Identificar las barreras de comunicación
- ❖ Diseñar estrategias para eliminar las barreras de comunicación.

#### **Unidad II Comunicación Escrita**

- ❖ Desarrollar habilidades de comunicación escrita
- ❖ Tomar conciencia de la importancia de escribir correctamente
- ❖ Identificar los tipos de texto
- ❖ Aprender a redactar un discurso

#### **Unidad III Comunicación Visual**

- ❖ Identificar el valor y significado de las imágenes según su contexto
- ❖ Conocer el impacto de la imagen
- ❖ Analizar los signos en sistemas no verbales
- ❖ Interpretar los sistemas de signos y expresiones gráficas
- ❖ Diseñar mensajes a partir de la imagen

#### **Unidad IV Comunicación en las organizaciones**

- ❖ Conocer los elementos de la comunicación organizacional y aplica los elementos
- ❖ Discutir la importancia e impacto de la Identidad corporativa
- ❖ Asumir el sentido de pertenencia como base para lograr los objetivos organizacionales
- ❖ Diseñar estrategias de integración y motivación.
- ❖ Identificar y desarrollar las habilidades gerenciales personales

#### **Unidad V Medios de Comunicación**

- ❖ Conocer las características de los diferentes tipos de medios de comunicación existentes

- ❖ Analizar la conveniencia del uso e implementación de cada medio según el mensaje y el público
- ❖ Aprender estrategias de implementación de los medios de comunicación
- ❖ Analizar el impacto de los medios de comunicación en la sociedad actual

**COMPETENCIAS GENÉRICAS:**

Proponer soluciones a partir de la correcta implementación del proceso de la comunicación.

Participar y colaborar de manera constante y adecuada en las actividades colaborativas.

Analizar de manera crítica y reflexiva puntos de vista.

Estimular la creatividad del alumno a través del desarrollo de actividades.

Participar de manera consciente y responsable en su colectivo social.

**COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:**

Identificar e interpreta las ideas y conceptos presentes en texto o discurso, tomando en cuenta el contexto sociocultural en el que se realizó.

Redactar textos con base en el correcto uso de la lengua

Expresar ideas o conceptos a partir del diseño creativo de mensajes considerando la intención y situación comunicativa.

Analizar la diversidad de los medios de comunicación

Ser consciente de la importancia del proceso comunicativo en la vida cotidiana.

CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	ACTITUDES Y VALORES
Redacción Corrección de estilo Comprensión del entorno político Comprensión del entorno organizacional Manejo de la imagen visual Impacto de los medios de comunicación	Comunicación oral Comunicación escrita Habilidades gerenciales Trabajo en equipo Toma de decisiones	Autoestima Motivación Respeto Tolerancia Paciencia

## 6. ESTRUCTURA TEMÁTICA

### **Unidad 1: La comunicación como proceso social**

- 1.1. Definición y tipos de comunicación
- 1. 2. Proceso comunicativo
- 1.3. Habilidades del proceso comunicativo
- 1.3.1 Observar, imaginar, comprender y discernir.
- 1.4. Barreras de la comunicación

### **Unidad 2: Comunicación Escrita**

- 2.1. Tipología del discurso
  - 2.1.1 Discurso Social
  - 2.1.2 Discurso Político
  - 2.1.3 Discurso Científico
- 2.2. Estructura del Discurso
- 2.3. Tipología del texto
  - 2.3.1 Narración
  - 2.3.2 Descripción
  - 2.3.3. Reseña
  - 2.3.4 Ensayo

### **Unidad 3: Comunicación Visual**

- 3.1. El mensaje Visual
- 3.2. Semiótica
- 3.3. Semántica
- 3.4. Hermenéutica

#### **Unidad 4: Comunicación en las organizaciones**

- 4.1 Comunicación Organizacional
- 4.2. Desarrollo de habilidades gerenciales.
- 4.3. Aprendiendo a hablar en público
- 4.4. Identidad, Sentido de Pertenencia y Motivación
- 4.5. Dinámicas de Grupo

#### **Unidad 5: Medios de Comunicación**

- 5.1. Medios Masivos de Comunicación
  - 5.1.1 Televisión
  - 5.1.2 Radio
  - 5.1.3 Prensa
  - 5.1.3 Cine
- 5.2 Medios Auxiliares o Complementarios
  - 5.2.1 Publicidad Exterior
  - 5.2.2 Publicidad Interior
  - 5.2.3 Publicidad Directa
- 5.3: Medios alternativos de comunicación
  - 5.3.1 Social Media
  - 5.3.2 Mailing
  - 5.3.3 Street Media

### **7. METODOLOGÍAS**

#### **DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:**

Los contenidos del módulo se realizarán en su totalidad en línea con base en los lineamientos específicos que plantean el desarrollo de las actividades. Por tanto éstas deberán ser realizadas en la secuencia lógica marcada con la finalidad de lograr un aprendizaje significativo acorde a los objetivos de cada unidad

Cada unidad determina los objetivos específicos de la misma. Para alcanzarlos se han seleccionado y en su caso diseñado lecturas, material multimedia, ejercicios prácticos, mapas mentales y foros de discusión en los que se promueve el aprendizaje, la reflexión, el análisis y la crítica.

Las indicaciones para realizar las actividades solicitadas en cada unidad se presentan detalladamente en las guías de estudio ubicadas en el menú de inicio.

#### **Actividades.**

Las actividades diseñadas sugieren problemáticas cuyas soluciones permitan el desarrollo de un aprendizaje significativo, que posibilite a posteriori intervenir en áreas de oportunidad y dar respuesta y solución a necesidades reales de forma creativa y



responsable.

La realización de las actividades deberá comenzar de forma inmediata a fin de entregar el producto final en tiempo y forma. Las actividades colaborativas deberán ser prioritarias con el objeto de tomar puntos de acuerdo y coordinación eficaces que eviten la problemática común de los trabajos en equipo.

Durante el curso la Comunicación se establecerá de forma asíncrona a través del Tablero de Discusión ubicado en el menú principal, en el foro de Dudas, en el que podrás compartir toda inquietud relacionada con los contenidos académicos. Para tratar situaciones específicas tendrás que hacerlo a través de correo electrónico.

Para desarrollar temas de discusión y debate podrás acceder al mismo apartado del Tablero de Discusión, en el que encontrarás las denominaciones específicas de cada foro.

Para conocernos mejor y abordar tópicos de interés general o temas que no estén relacionados con el curso el Foro “Cafetería” será el espacio virtual que nos permita hacerlo, de esta forma la interacción dejará de ser sólo académica y disciplinar para fortalecerse en un nivel social.

En el apartado de Comunicación podrás acceder a las **Páginas de Grupo**, espacio en el que encontrarás a los integrantes de equipo con los que realizarás las actividades colaborativas.

Así el vínculo y relación entre los recursos, los materiales, el apoyo y guía del asesor así como la motivación del tutor, y tu compromiso para con el curso, permitirán lograr los objetivos de aprendizaje previamente descritos, lo que coadyuvará a la mejora de tu desempeño profesional y tu crecimiento personal y laboral.

### **EVALUACIÓN:**

La evaluación del curso se realizará de forma continua, por lo que en cada unidad se llevará a cabo la verificación del aprendizaje adquirido a través del logro de los objetivos planteados. Tal evaluación será de carácter cualitativa y cuantitativa.

Autoevaluación	5%
Coevaluación	10%
Heteroevaluación	85%
Trabajo Final 35%	
Actividades individuales y colaborativas de los temas 50%	

La calificación mínima aprobatoria es de 7.0 (siete)

**POLÍTICAS:**

1. Revisar diariamente el área de anuncios y correo electrónico para estar enterados de comunicaciones importantes.
2. Todas las dudas de tipo académico deberán ser canalizadas a través del foro y serán resueltas en un plazo no mayor a 48 horas.
3. Se deben leer las participaciones realizadas en el foro de dudas antes de escribir una nueva.
4. Las situaciones de carácter personal o privado se harán vía correo electrónico.
5. Utilizar las [reglas de etiqueta](#) en "Internet" al expresarse en los foros de discusión, correo electrónico o chat.
6. La entrega de actividades será a través del buzón de transferencia digital a menos que por instrucción única del asesor se elija una diferente (en situaciones determinadas).
7. Cumplir con la entrega de trabajos, antes de la hora límite que será las 24:00 horas según la calendarización establecida.
8. En el caso de actividades individuales guardar los archivos con su nombre (ejemplo: Act.1.1\_LuisFlores) y al enviarlos al buzón en el recuadro "Nombre" escribir el número de actividad (ejemplo: 1.1 Mapa Mental).
9. Los archivos de trabajos colaborativos serán identificados con el nombre del equipo, tema y actividad (Act.1.1\_Equipo2\_Mapaconceptual). Estos mismos datos deberán colocarse en el apartado "Nombre", al enviar el archivo por el buzón de transferencia digital.
10. Documentos de actividades que se envíen para evaluación y se detecte que son copia fiel de documentos de la red, de trabajos de generaciones anteriores, o de la misma generación pero de diferente equipo o grupo serán considerados como plagio y se nulificarán.
11. Quien reincida en una actitud deshonesta será dado de baja del programa educativo.

**8. INFORMACIÓN DE ELABORACIÓN**

**DISEÑO INSTRUCCIONAL ELABORADO POR:** L.C.C. Ojuky del Rocío Islas Maldonado

**FECHA DE ELABORACIÓN:** Mayo 2013

**DISEÑO INSTRUCCIONAL APROBADO POR:**

## 9. CALENDARIO DEL CURSO

<b>UNIDAD</b>	<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>SEMANAS</b>
<b>I</b>	La comunicación como proceso social	<b>1</b>
<b>II</b>	Comunicación Escrita	<b>1</b>
<b>III</b>	Comunicación Visual	<b>1</b>
<b>IV</b>	Comunicación en las Organizaciones	<b>1</b>
<b>V</b>	Medios de Comunicación	<b>2</b>

## IV.2 Formatos de Secuencias Didácticas

NOMBRE DE LA UNIDAD DE TRABAJO O UNIDAD	<b>Unidad 1. La comunicación como proceso social</b>
NÚMERO DE SEMANAS	1
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprender el concepto de comunicación</li> <li>• Conocer el proceso de la comunicación</li> <li>• Conocer las características de las etapas del proceso de pensamiento</li> <li>• Identificar las barreras de comunicación</li> <li>• Diseñar estrategias para eliminar las barreras de comunicación.</li> </ul>

ACTIVIDADES	
Nombre de la actividad	Actividad 1.1 Información del Curso
Descripción	Antes de comenzar con las actividades del Módulo, revisa el apartado <i>Información del curso</i> , para que identifiques los pre-requisitos, metodología, características y políticas en torno de las cuales desarrollaremos el curso.
Forma de realización	Individual
Evaluación	
Nombre de la actividad	Actividad 1.2 Presentación
Descripción	Participa en el foro " <i>Presentación</i> " con la finalidad de conocer a tus compañeros y compartir

## ACTIVIDADES

	cuáles son tus expectativas del curso. Realiza la actividad en los primeros tres días de la semana
Forma de realización	Individual
Evaluación	-

Nombre de la actividad	Actividad 1.3 Tipos de comunicación
Descripción	Revisa la lectura <b>“Introducción a la comunicación”</b> la cual te permitirá conocer los diferentes tipos y clasificaciones de la de comunicación que existen.
Forma de realización	Individual
Evaluación	-

Nombre de la actividad	Actividad 1.4 El proceso de la comunicación
Descripción	Revisa la lectura <b>“La comunicación como proceso social”</b> para conocer el rol que juega la comunicación en la sociedad actual
Forma de realización	Individual
Evaluación	-

Nombre de la actividad	Actividad 1.5 Apreciación de la comunicación
Descripción	Con base en las lecturas revisadas realiza un mapa conceptual que integre la definición, elementos e importancia de la comunicación. Envíalo en formato .jpg al <i>Portafolio de Evidencias</i>
Forma de realización	Individual

## ACTIVIDADES

Evaluación	5%
------------	----

Nombre de la actividad	1.6 Habilidades para el proceso comunicativo
Descripción	Analiza el mapa mental <b>“Habilidades del proceso creativo”</b> busca en bibliografía formal y valida (no Wikipedia) acerca del tema y realiza una Presentación Electrónica con los aspectos principales que encontrarás en la rúbrica correspondiente
Forma de realización	Individual
Evaluación	5 %

Nombre de la actividad	1.7 Barreras de la comunicación
Descripción	Escucha el audio <b>“Barreras de la comunicación”</b> y visualiza el video correspondiente al tema en la siguiente liga: <a href="http://www.youtube.com/watch?v=xCdEVdpVqZE">http://www.youtube.com/watch?v=xCdEVdpVqZE</a>
Forma de realización	Individual
Evaluación	-

Nombre de la actividad	1.8 Barreras de la comunicación
Descripción	Participa en el <i>foro de debate</i> <b>“Barreras de la comunicación en el contexto diario”</b> . Comparte con tus compañeros una experiencia de tu vida cotidiana en la que las barreras de la comunicación no hayan permitido completar el proceso de forma adecuada.
Forma de realización	Individual
Evaluación	5%

NOMBRE DEL FORO DE DEBATE	<b>“Barreras de la comunicación en el contexto diario”</b>
INDICACIONES DE LA ACTIVIDAD EN EL FORO DE DEBATE	Comparte con tus compañeros una experiencia de tu vida cotidiana en la que las barreras de la comunicación no hayan permitido completar el proceso de forma adecuada. Además de tu aportación deberás responder por lo menos a uno de tus compañeros y hacer una conclusión del tema. Por tanto para acceder a la calificación de la actividad deberás realizar por lo menos tres aportaciones.

Nombre de la unidad de trabajo O UNIDAD	<b>Unidad 2. Comunicación Escrita</b>
Número de semanas	1
Objetivos específicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar habilidades de comunicación escrita</li> <li>• Tomar conciencia de la importancia de escribir correctamente</li> <li>• Identificar los tipos de texto</li> <li>• Aprender a redactar un discurso</li> </ul>

ACTIVIDADES	
Nombre de la actividad	Actividad 2.1 Tipología del Texto
Descripción	Revisa la tabla <b>“Tipos de Textos”</b> disponible en <a href="http://centros5.pntic.mec.es/cpr.de.ciudad.real/lengua/Tiptextos.htm">http://centros5.pntic.mec.es/cpr.de.ciudad.real/lengua/Tiptextos.htm</a> analiza la clasificación ahí descrita.
Forma de realización	Individual

## ACTIVIDADES

Evaluación

-

Nombre de la actividad

Actividad 2.2 La Narración como elemento discursivo

Descripción

Revisa la lectura **“La Narración”** de Ojuky Islas Maldonado a fin de conocer los elementos discursivos en la elaboración de géneros periodísticos.

Forma de realización

Individual

Evaluación

-

Nombre de la actividad

Actividad 2.3 El acto descriptivo

Descripción

Revisa el objeto de aprendizaje **“La descripción”** de Teresa Ramos disponible en: [http://www.materialesdelengua.org/LENGUA/tipologia/descripcion/index\\_descripcion.htm](http://www.materialesdelengua.org/LENGUA/tipologia/descripcion/index_descripcion.htm). Realiza el crucigrama ubicado en el apartado de Actividad Interactiva del propio Objeto de Aprendizaje. Toma una impresión de pantalla y envíalo al *Portafolio de Evidencias*

Forma de realización

Individual

Evaluación

5%

Nombre de la actividad

2.4 La Reseña

Descripción

Revisa la lectura **“La Reseña”** de Villamil M. disponible en: <http://cai.bc.inter.edu/resenaliteraria.htm> y reconoce sus características principales

Forma de realización

Individual



## ACTIVIDADES

Evaluación

-

Nombre de la actividad

2.5 El Ensayo

Descripción

Revisa la lectura “**Guía básica para elaborar un ensayo académico**” de Casasola, W. para conocer la estructura del mismo.

Disponible en:

[http://www.uis.edu.co/webUIS/es/catedraLowMaus/lowMauss12\\_2/documentos/Guia%20para%20Ensayos%20UNIVALLE.pdf](http://www.uis.edu.co/webUIS/es/catedraLowMaus/lowMauss12_2/documentos/Guia%20para%20Ensayos%20UNIVALLE.pdf)

Forma de realización

Individual

Evaluación

--

Nombre de la actividad

2.6 Empezando a escribir

Descripción

Una vez que hayas revisado todos los materiales, selecciona un tipo de texto y desarrolla en no más de tres cuartillas el tema: **Coca-Cola y sus campañas publicitarias**. Envíalo al *Portafolio de Evidencias*

Forma de realización

Individual

Evaluación

5%

Nombre de la actividad

2.7 Tipología del Discurso

Descripción

Revisa la presentación electrónica “**Clasificación del Discurso**”, te permitirá conocer los elementos que lo componen.

Forma de realización

Individual

## ACTIVIDADES

Evaluación

-

Nombre de la actividad

2.8 Tipos de discurso

Descripción

Analiza el mapa conceptual “**Tipos de Discurso**” e identifica la estructura básica que conforma los diferentes tipos de discursos con el objetivo de implementar estrategias de redacción clara, dinámica y veráz.

Forma de realización

Evaluación

Nombre de la actividad

2.9 Discurso temático

Descripción

Redacta un discurso de tema libre no mayor de tres cuartillas y envíalo al *Portafolio de Evidencias*. Posterior a ello grábate dando tu discurso y compártelo con tus compañeros en el *Blog Mi Discurso*.

Forma de realización

Individual

Evaluación

8%

Nombre de la actividad

2.10 Función del Discurso

Descripción

Participa en el *Foro “Importancia del Discurso”* y comparte con tus compañeros la importancia e impacto del discurso político en la actualidad

Forma de

Individual

realización	
Evaluación	2%

Nombre del foro de debate	<i>“Importancia del Discurso”</i>
Indicaciones de la actividad en el foro de debate	Participa en el <i>Foro “Importancia del Discurso”</i> y comparte con tus compañeros la importancia e impacto del discurso político en la actualidad. Para acceder a tu calificación deberás realizar una aportación personal, responder por lo menos a uno de tus compañeros y realizar una conclusión al tema.

Nombre de la unidad de trabajo O UNIDAD	<b>Unidad 3. Comunicación Visual</b>
Número de semanas	1
Objetivos específicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar el valor y significado de las imágenes según su contexto</li> <li>• Conocer el impacto de la imagen</li> <li>• Analizar los signos en sistemas no verbales</li> <li>• Interpretar los sistemas de signos y expresiones gráficas</li> <li>• Diseñar mensajes a partir de la imagen</li> </ul>

ACTIVIDADES	
Nombre de la actividad	Actividad 3.1 El mensaje visual

## ACTIVIDADES

Descripción	Revisa el video <b>“El mensaje visual”</b> para identificar su importancia, los elementos que lo conformar y el impacto social que representa.
Forma de realización	Individual
Evaluación	-

Nombre de la actividad	3.2 Disciplinas del estudio de la imagen
Descripción	Revisa la presentación electrónica <b>“Signos y Significación”</b> te permitirá conocer las disciplinas encargadas del estudio de las imágenes, su representación y su significado.
Forma de realización	Individual
Evaluación	-

Nombre de la actividad	3.3. Sentido de la imagen
Descripción	Analiza el mapa conceptual <b>“Semiótica, Semántica y Hermenéutica”</b> e identifica las características de cada una de las disciplinas. Investiga en bibliografía oficial más acerca de estos conceptos y realiza un cuadro comparativo con sus elementos principales.
Forma de realización	Colaborativa
Evaluación	7%

Nombre de la actividad	3.4 Análisis Visual
Descripción	Examina la campaña de Benetton 2012. Realiza un Mapa Mental en el que identifiques los principales elementos semióticos, semánticos y hermenéuticos de las imágenes empleadas. Envíalo al <i>Portafolio de Evidencias</i> .

## ACTIVIDADES

Forma de realización	Individual
Evaluación	5%

Nombre de la actividad	3.5 Perspectiva de la imagen
Descripción	Comparte tu actividad 3.4 en el <i>Blog Comunicación Visual</i> revisa los aportes de tus compañeros y realiza por lo menos un comentario de la perspectiva apreciada por alguno de tus compañeros
Forma de realización	Individual
Evaluación	3%

Nombre de la unidad de trabajo O UNIDAD	<b>Unidad 4. Comunicación en las organizaciones</b>
Número de semanas	1
Objetivos específicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer los elementos de la comunicación organizacional y aplica los elementos</li> <li>• Discutir la importancia e impacto de la Identidad corporativa</li> <li>• Asumir el sentido de pertenencia como base para lograr los objetivos organizacionales</li> <li>• Diseñar estrategias de integración y motivación.</li> <li>• Identificar y desarrollar las habilidades gerenciales personales</li> </ul>

## ACTIVIDADES

Nombre de la actividad	Actividad 4.1 Comunicación Organizacional
Descripción	Revisa la lectura <b>“La Comunicación Organizacional de Cara al Siglo XXI”</b> de Valle M. para conocer el concepto, y papel que juega este tipo de comunicación en la actualidad. Realiza un mapa conceptual con los aspectos más importantes del tema. Envíalo al <i>Portafolio de Evidencias</i>
Forma de realización	Individual
Evaluación	3%

Nombre de la actividad	4.2 Desarrollo de Habilidades Gerenciales
Descripción	Analiza el audiovisual <b>“Habilidades Gerenciales”</b> y el video <b>“El error más común de los líderes”</b> disponible en <a href="http://www.youtube.com/watch?v=pGX_FLTVBCg">http://www.youtube.com/watch?v=pGX_FLTVBCg</a>
Forma de realización	Individual
Evaluación	-

Nombre de la actividad	4.3 Líderes empresariales
Descripción	Participa en el <i>Foro Importancia de ser un líder</i> y discute con tus compañeros qué beneficios representa para la organización ser un buen líder y con qué habilidades gerenciales cuentas para tu desempeño profesional.
Forma de realización	Individual
Evaluación	2%

## ACTIVIDADES

Nombre de la actividad	4.4 Habilidades orales
Descripción	Estudia el mapa conceptual “ <b>Consejos básicos para hablar en público</b> ” y con base en él comienza a trabajar en el desarrollo de habilidades para manejar audiencias
Forma de realización	Individual
Evaluación	-

Nombre de la actividad	4.5 Identidad y Sentido de Pertenencia
Descripción	Revisa la lectura “ <b>El Desarrollo de la Identidad Corporativa: Función Inherente de la Gestión Comunicacional</b> ” de Ramírez F. (2005). Investiga técnicas y estrategias de motivación y dinámicas de grupo que generen identidad y sentido de pertenencia al interior de una organización. Elabora un documento en la <i>Wiki</i> y la versión final envíala al <i>Portafolio de Evidencias</i> .
Forma de realización	Colaborativa
Evaluación	2%

Nombre de la actividad	4.6 Caso práctico
Descripción	Con lo estudiado en esta unidad, resuelve la problemática a la que se enfrenta la empresa Agua embotellada Atzin. Para la resolución del caso deberás describir claramente la estrategia, soporte o técnica a desarrollar para enfrentar el área de oportunidad correspondiente.
Forma de realización	Individual
Evaluación	3%

Nombre del foro de debate	<i>Importancia de ser un líder</i>
Indicaciones de la actividad en el foro de debate	Participa en el <i>Foro Importancia de ser un líder</i> y discute con tus compañeros qué beneficios representa para la organización ser un buen líder y con qué habilidades gerenciales cuentas para tu desempeño profesional. Como en los foros anteriores deberás realizar por lo menos tres aportaciones.

NOMBRE DE LA UNIDAD DE TRABAJO O UNIDAD	<b>Unidad 5. Medios de comunicación</b>
NÚMERO DE SEMANAS	2
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer las características de los diferentes tipos de medios de comunicación existentes</li> <li>• Analizar la conveniencia del uso e implementación de cada medio según el mensaje y el público</li> <li>• Aprender estrategias de implementación de los medios de comunicación</li> <li>• Analizar el impacto de los medios de comunicación en la sociedad actual</li> </ul>

ACTIVIDADES	
Nombre de la actividad	Actividad 5.1 Medios masivos y comunicación
Descripción	Revisa la presentación “ <b>Principales medios masivos de comunicación</b> ” te permitirá tener un acercamiento a las características de los mismos.
Forma de realización	Individual
Evaluación	-



## ACTIVIDADES

Nombre de la actividad	Actividad 5.2 Impacto de los Massmedia
Descripción	Revisa la lectura <b>“Influencia de los medios masivos de comunicación”</b> y reflexiona acerca del rol que juegan en la actualidad.
Forma de realización	Individual
Evaluación	-
Nombre de la actividad	Actividad 5.3 Medios masivos en la actualidad
Descripción	Participa en el foro <i>Medios masivos en la vida cotidiana</i> y comparte con tus compañeros en qué medida los medios de comunicación influyen en la toma de decisiones de una sociedad o un individuo.
Forma de realización	Individual
Evaluación	3%
Nombre de la actividad	Actividad 5.4 La Televisión
Descripción	Revisa la presentación electrónica <b>“La Televisión: Soporte Rey”</b> y la lectura <b>“La televisión: fuerza socializadora”</b> disponible en: <a href="http://www.observatoriovermastv.org/Microsoft%20Word%20-%20ponencia%20dora%20ibars.pdf">http://www.observatoriovermastv.org/Microsoft%20Word%20-%20ponencia%20dora%20ibars.pdf</a> y conoce de manera general la historia de este medio de comunicación y el papel que juega en la sociedad.
Forma de realización	Individual
Evaluación	-
Nombre de la actividad	5.5 Producción televisiva
Descripción	Revisa el video <b>“Los contenidos de la televisión”</b> disponible en: <a href="https://itunes.apple.com/mx/podcast/los-contenidos-en-television./id568360889?i=122020315&amp;mt=2">https://itunes.apple.com/mx/podcast/los-contenidos-en-television./id568360889?i=122020315&amp;mt=2</a> para conocer los criterios del material producido en la actualidad.

## ACTIVIDADES

Forma de realización	Individual
Evaluación	-

Nombre de la actividad	5.6 El audiovisual: una opción más de comunicar
Descripción	Revisa las lecturas <b>“El audiovisual como medio de comunicación”</b> y <b>“El guión audiovisual”</b> disponible en: <a href="http://www.gbif.es/ficheros/TallerAudiovisuales2012/El-guion.pdf">http://www.gbif.es/ficheros/TallerAudiovisuales2012/El-guion.pdf</a> . Con base en el material analizado realiza una propuesta de programa de televisión, el contenido puede ser para televisora comercial o estatal. Deberás justificar tu selección, diseñar su temática y público. Describe ampliamente el canal que lo transmitiría y la razón de tu elección. Realiza el guion de tu primer programa, intégralo en una presentación electrónica (software libre) y envíalo al <i>Portafolio de Evidencias</i>
Forma de realización	Colaborativa
Evaluación	5%

Nombre de la actividad	5.7 La Radio como maasmedia
Descripción	Con la finalidad de conocer las características, lenguaje e impacto de la radio como medio de comunicación, revisa el material interactivo <b>“La Radio, historia y producción”</b> Realiza las actividades que te serán solicitadas a lo largo del material y envíalas al <i>Portafolio de Evidencias</i> .
Forma de realización	Individual
Evaluación	5%

Nombre de la actividad	5.8 Características del Cine
Descripción	Con el objetivo de acercarte a la producción e historia del Cine revisa el material interactivo <b>“Luces, cámara, acción...La magia del Cine”</b> con la finalidad de analizar los beneficios que este medio aporta en la transmisión de mensajes. Realiza las actividades que te serán solicitadas a lo largo del

	material y envíalas al <i>Portafolio de Evidencias</i> .
Forma de realización	Individual
Evaluación	5%

Nombre de la actividad	5.9 La Prensa, como medio informativo
Descripción	Revisa el material interactivo <b>“El quinto poder”</b> con la finalidad de conocer la influencia de los medios impresos y su estructura. Realiza las actividades que te serán solicitadas a lo largo del material y envíalas al <i>Portafolio de Evidencias</i> .
Forma de realización	Individual
Evaluación	3%

Nombre de la actividad	5.10 Medios auxiliares y Complementarios
Descripción	Visualiza la presentación electrónica <b>“La Publicidad, un lenguaje más allá de los medios masivos”</b> y reflexiona acerca del impacto de la publicidad como medio y participa en el <i>Foro de discusión “Medios o mensajes”</i>
Forma de realización	Individual
Evaluación	2%

Nombre de la actividad	5.11 Medios alternativos de comunicación
Descripción	Revisa la lectura <b>“Los medios de hoy: Social Media y Street Marketing”</b> apóyate del video un <b>“Un nuevo modelo de Comunicación. Comunicación Digital”</b> disponible en ITUNES-U y realiza un mapa mental que integre las principales estrategias para beneficiar un mensaje a través de estos soportes. Envíalo al <i>Portafolio de Evidencias</i>
Forma de realización	Colaborativa
Evaluación	2%

NOMBRE DEL FORO DE DEBATE	Medios o mensajes
---------------------------	-------------------

INDICACIONES DE LA ACTIVIDAD EN  
EL FORO DE DEBATE

Discute con tus compañeros la importancia de la publicidad en la actualidad y da tu opinión después de conocer las características de los medios de comunicación masivos y complementarios, de qué es más importante el mensaje y diseño del mismo o el medio donde se transmite.

## IV.3 Implementación de Estrategias

Con el objetivo de describir el conjunto de acciones previstas para la operación del Diplomado en Comunicación Estratégica integrado por cuatro Módulos temáticos, siendo el primero el de Estrategias de Comunicación presentado en este proyecto a continuación se enumeran las actividades que habrán de realizarse y los recursos que deberán ser gestionados a fin de que el Módulo I Estrategias de Comunicación para el Diplomado en Comunicación Estratégica. forme parte de las oferta de Educación Continua del Sistema de Universidad Virtual de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

### IV.3.1 Plan de Acción

1.- Desarrollo del material y herramientas que integran cada una de las unidades del Curso del Módulo I Estrategias de Comunicación.

2.- Integración del Curso del Módulo I Estrategias de Comunicación.

Previa revisión y autorización del curso se procederá a solicitar un espacio en la plataforma educativa Blackboard con la finalidad de integrar el curso en su totalidad para su presentación.

3.- Presentación del Curso del Módulo I Estrategias de Comunicación para la autorización de su oferta.

Una vez integrado el Curso del Módulo I Estrategias de Comunicación en la plataforma Blackboard se presentará el mismo al área de Educación Continua del Sistema de Universidad Virtual y a la Dirección de éste con la finalidad de que evalúe si cumple con los requisitos para formar parte de la oferta de educación continua de esta dependencia universitaria. Posterior a ello la Dirección del Sistema de Universidad Virtual dictaminará o no su autorización para ofertar el programa.

4.- Evaluación por parte del SUV del Diseño Instruccional, Diseño de Materiales e Integración del Curso del Módulo I Estrategias de Comunicación

Cada uno de los componentes que integran el Módulo I Estrategias de Comunicación se deberá ajustar a los lineamientos y requerimientos solicitados por el área de Tecnología Educativa y la Dirección de Sistema de Universidad Virtual, lo anterior en alcance a las guías de Diseño de Cursos en Línea y Diseño de Materiales de Consulta proporcionadas por el área antes citada.

#### 5.- Gestión de Recursos.

##### *Recursos Humanos*

Con la autorización del Curso del Módulo I Estrategias de la Diseñadora Instruccionale del mismo contactarán a los docentes que consideren cubren el perfil como asesores o tutores del módulo. Toda vez que el Diseño Instruccionale y la integración del curso ya se habrá realizado como parte del presente proyecto, no se consideran inversiones para el personal que realizará estas tareas.

Así mismo el Sistema de Universidad Virtual cuenta con Blackboard, LMS en el que habrá de ofertarse el curso, del mismo modo esta dependencia universitaria cuenta con servidores para alojar los contenidos y materiales propios del diplomado, así como con personal responsable de administrar la plataforma educativa. De esta forma como parte del trabajo recurrente del SUV éste cuenta con un área administrativa que habrá de dar seguimiento al pago de los asesores y tutores y un área de control escolar responsable de la atención al alumnado en lo que compete a trámites institucionales por lo que la implementación del Diplomado en Comunicación Estratégica no considera la contratación de personal externo que desempeñe las actividades antes referidas.

##### Recursos demandados

- 1 Asesor (Experto en la disciplina)
- 1 Tutor (Perfil en Tecnología Educativa)

##### *Recursos Financieros*

La inversión para la implementación del Curso del Módulo I Estrategias de Comunicación requiere la contratación de personal bajo el régimen de honorarios como asesor y tutor del Módulo I. Para tales efectos el pago del personal deberá ser de \$6,000.00 para los asesores y \$4,000.00 pesos para el tutor.

Recursos necesarios:

Asesor para Módulo I. Estrategias de Comunicación	\$6,000.00
Tutor para Módulo I. Estrategias de Comunicación	\$4,000.00
<b>Inversión Total</b>	<b>\$10,000.00</b>

Se propone que el costo por Módulo sea de entre \$700.00.00 y \$800.00 por persona.

Para lograr lo anterior y en alcance a que el curso propuesto en este proyecto forma parte de un Diplomado en Comunicación Estratégica, en principio será necesario que se realice el Diseño Instruccional de cada Módulo que conforme el Diplomado.

Una vez que esto suceda será fundamental contar con una correcta difusión en medios de comunicación tanto universitarios y externos. Para ello será indispensable invertir en una Campaña de Promoción del Diplomado del cual formará parte el curso de Estrategias de Comunicación en las Áreas Académicas de Ciencias de la Comunicación, Diseño Gráfico, Mercadotecnia y Mercadotecnia Virtual de la UAEH así como en las IES de la capital hidalguense que oferten estos programas educativos.

#### Recursos necesarios

Actividad	Inversión
Impresión de carteles	\$7,000.00
Inserciones en prensa local	\$44,996.00
<b>Total</b>	<b>\$51,996.00</b>

### IV.3.2 Plan de Medios

**Fecha:**

- Por definir

**Público Meta:**

- Profesionistas y estudiantes de las licenciaturas en Ciencias de la Comunicación, Diseño Gráfico y Mercadotecnia presencial y virtual de las diferentes Instituciones de Educación Superior de la ciudad de Pachuca.

**Objetivo:**

- Difundir a través de los diferentes medios de comunicación interna y externa el Diplomado en Comunicación Estratégica.

**Objetivos específicos:**

- Difundir las características, perfiles de ingreso y periodo de inscripciones del Diplomado en Comunicación Estratégica.
- Difundir los beneficios de cursar el Diplomado en Comunicación Estratégica.
- Dar a conocer los temas que se abordarán en el Diplomado.

**Temporalidad de la campaña:**

- Campaña Preventiva: Se realizará cuatro meses antes de la fecha de inicio del Diplomado con una duración de un mes.
- Campaña de Lanzamiento: Se realizará tres meses antes de la fecha de inicio del Diplomado con una duración de tres meses.

**Descripción de la campaña**

- **Campaña Preventiva:**

Las acciones realizadas servirán para dar a conocer al público meta que el Sistema de Universidad Virtual ofertará en próximas fechas un Diplomado en Comunicación Estratégica. Con ello se busca generar en el target expectativa por conocer cuándo comenzará el Diplomado y cuáles serán los tópicos que éste abordará.



Esta parte de la campaña se realizará a través del micrositio del Sistema de Universidad Virtual a partir de un banner o una pantalla con el mensaje: *“Muy pronto Diplomado en Comunicación Estratégica... Generando ideas de Impacto” informes al 71-7-20-00 ext.5603*. El mismo mensaje e imagen se insertarán en la GaRceta, Órgano Oficial Informativo de la UAEH.

- 

- **Campaña de Lanzamiento:**

Con esta parte de la campaña se pretende dar a conocer de manera oportuna, veraz e inmediata al público meta, las ventajas, beneficios y conocimientos que se adquirirán al cursar el Diplomado en Comunicación Estratégica.

En esta fase se comenzará la difusión en medios universitarios y externos del Diplomado y sus contenidos a través de la pauta de spots en Radio Universidad, así como entrevistas en los diferentes espacios en vivo de la radio universitaria. Se considera también la publicación de boletines Informativos, pláticas informativas in situ en las licenciaturas a las que va dirigido el Diplomado, inserciones en la GaRceta, en el micrositio del SUV y en la sección de anuncios de la página web institucional.

En materia de Televisión se propone la transmisión de cápsulas informativas del Diplomado en las pantallas de los GaRzaBus.

Durante esta etapa se colocarán los carteles en las diferentes Instituciones de Educación Superior que ofertan los programas educativos señalados con anterioridad.

En alcance al presupuesto logrado tras la gestión de recursos financieros se considera la inserción en los principales diarios de la región y la pauta en radio local.

### **Descripción de Plan de medios**

- **Radio**

Producción, spots y transmisión a nivel interno y externo.

## ✚ Radio Universidad

- Campaña de difusión previa (spoteo)
- Pauta de promoción del Diplomado: Perfil, beneficios, informes.
- Entrevistas en espacios en vivo con responsables del Diplomado.

*\*sin costo*

## • Prensa

### ✚ Boletines

A través del Departamento de Prensa de la Dirección de Comunicación Social elaborarán boletines de prensa, para dar a conocer la oferta del Diplomado, las características del mismo y los beneficios de cursarlo.

Éstos se publicarán a través de la página web institucional y se enviarán a los medios de comunicación a nivel estatal y nacional.

*\*sin costo*

## • Publicidad e inserciones

Se sugieren 4 inserciones por medio:

1 mensual con los datos generales del Diplomado.

### ✓ El Independiente

- ¼ Plana

*\*\$2,001.00 c/u. Costo total: \$8,004.00*

### ✓ Sol de Hidalgo

- ¼ Plana o cintillo

*\*\$4,260.00 c/u. Costo total: \$17,040.00*

### ✓ Milenio (Revista Chic)

- ¼ Plana

*\*\$2,088.00 c/u. Costo total: \$8,352.00*

### ✓ Síntesis (Rostros)

- ¼ Plana

*\*\$2,900.00 c/u. Costo total: \$11,600.00*

- **Garceta UAEH**

Se publicará 1 inserciones de una o media página (previa autorización del Consejo Editorial de la publicación) durante los cinco meses de duración de la campaña.

Asimismo se considera una entrevista que describa a profundidad el programa educativo.

*\*sin costo*

- **Televisión (GarzaBus)**

Producción de cápsulas informativas del Diplomado a través de las pantallas ubicadas en los GaRzaBus y en las pantallas ubicadas en las GaRzaCafé.

*\*sin costo*

- **Medios Electrónicos**

- Página Web**

- ✚ Se insertará un banner con la imagen del Diplomado en el micrositio del SUV como parte de la campaña preventiva.

- ✚ Publicación de información general y específica del Diplomado en el micrositio del SUV como parte de la campaña de lanzamiento

- ✚ Publicación de banner e información del Diplomado en la sección de Anuncios en la página institucional.

*\*sin costo*

- Mailing**

- ✚ Se enviará al alumnado de los diferentes programas educativos a quienes va dirigido el Diplomado los datos generales del mismo.

- ✚ Una vez elaborado el boletín de prensa se enviará vía correo electrónico a la comunidad universitaria y a los medios masivos de comunicación.

*\*sin costo*

- **Medios Impresos**

- ✚ Carteles tamaño 90x60.

Mil de 7.00c/u. Total: \$7,000.00

- **Redes sociales**

A través de las cuentas de Redes Sociales del SUV y la Dirección de Comunicación Social se proporcionará de manera continua información acerca del Diplomado.

\*sin costo

**Inversión Total de la Campaña: \$51,996.00**

### IV.3.3 Cronograma

ACTIVIDAD	PERIODO
1.- Integración del Módulo I. Estrategias de Comunicación por el SUV	Del 01 de junio al 15 de julio de 2013
2.- Evaluación del Módulo I. Estrategias de Comunicación por el SUV	Julio 2013
3.-Diseño Instruccional del Módulo III. Mercadotecnia Digital y IV. Publicidad y Promoción	Del 1 de agosto de 2013 al 30 de septiembre de 2013
4.-Integración del Diplomado en Comunicación Estratégica	Del 01 al 11 de octubre de 2013
5.-Presentación del Diplomado en Comunicación Estratégica para la autorización de su oferta	15 de octubre de 2013
6.- Gestión de Recursos	Del 15 de octubre al 30 de Octubre
7.- Ejecución del Plan de Medios	Del 1 de noviembre de 2013 al 09 de marzo de 2014
8.-Periodo de Inscripciones	Del 07 de enero al 07 de marzo de 2014
9.- Inicio de Actividades del Diplomado en Comunicación Estratégica	10 de marzo 2014

## IV.4 Evaluación

Dado que el objetivo del proyecto se centra en el Diseño Instruccional del curso “Estrategias de Comunicación” que correspondería al Módulo I del Diplomado en Comunicación Estratégica, el parámetro más adecuado de evaluación es el logro de los objetivos del mismo, así como la pertinencia de los contenidos, los medios y los ambientes de aprendizaje entre otros aspectos.

Por tanto, con el objetivo de conocer si los objetivos planteados en la etapa de diseño han sido alcanzados, incluido el aprendizaje de los estudiantes se debe realizar una evaluación, toda vez que como lo menciona Abarca (2009) toda evaluación debe corroborar que los objetivos del curso cubran las necesidades y exigencias previamente analizadas.

Así a partir de los resultados que arrojen las evaluaciones se podrá realizar una correcta toma de decisiones para el ajuste, rediseño o permanencia del curso, por tanto se tendrán que buscar criterios específicos que respondan a cuestionamientos relacionados con la calidad de la formación, los contenidos, los medios y el ambiente de aprendizaje lo que permitirá que el Módulo I. Estrategias de Comunicación presente una mejora continua.

Tomando como referencia a Rubio (2003) deberán evaluarse objetivos, contenidos de los temas, módulos, unidades, etc., planteados por los asesores, tutores o realizadores de dichos estudios on-line, además del aprendizaje y participaciones de cada uno de los alumnos, las expectativas y conocimientos previos de los alumnos.

Deberá considerarse también la infraestructura con que se cuenta, las características del curso con respecto a las necesidades de los alumnos, la accesibilidad del entorno, la comunicación docentes-alumnos, la capacidad del docente en la formación on-line, considerando también las herramientas, materiales y estrategias empleadas para lograr el aprendizaje del estudiante.

Como se mencionó en la etapa de Evaluación del Modelo ADDIE, abordada en el Marco Metodológico de este proyecto, la evaluación será un proceso continuo que deberá estar presente durante el desarrollo de todo el proceso de Diseño

Instruccional del Módulo presentado en este proyecto, para así obtener de manera oportuna información relevante y confiable.

Tomando en cuenta que el Módulo I. Estrategias de Comunicación está diseñado para un Ambiente Virtual de Aprendizaje se considera una Evaluación Transversal a realizarse en tres momentos con base en el modelo de Airasian (2002):

Evaluación de la planeación: Realizada para la implementación del Diseño Instruccional en la que se identificaron los objetivos, contenidos, actividades y materiales del curso.

Evaluación durante la Instrucción: Evaluación realizada por el Asesor en función de las estrategias que deben ser diseñadas para que el proceso de enseñanza-aprendizaje fluya de manera correcta.

Evaluación durante la enseñanza: Somete a evaluación los planes y métodos empleados para lograr aprendizajes significativos. En este momento debe evaluarse también la capacidad y habilidad del docente.

En concordancia con lo anterior el desarrollo del Módulo I. Estrategias de Comunicación, tendrá también una evaluación continua, la cual se describe a continuación clasificada en tres etapas:

1.- Inicial o Diagnóstica. Etapa en la que se evaluará cómo conciben los alumnos el curso y cuáles son las expectativas generadas a partir de éste.

2.- Continua. A realizarse a lo largo del curso, estará centrada en el proceso de enseñanza-aprendizaje y buscará encontrar áreas de oportunidad sujetas de reorientación, en alcance a los datos obtenidos de la propia evaluación.

Esta etapa considerará a su vez diferentes tipos de Evaluación:

Formativa. Tendrá como finalidad descubrir deficiencias en los resultados de los objetivos de aprendizaje previstos en función de las actividades realizadas por el estudiante (foros, ensayos, mapas mentales o conceptuales, trabajos colaborativos

entre otros). Cada estudiante deberá realizar la correspondiente autoevaluación y coevaluación.

**Cognitiva:** Referente a las aptitudes y actitudes con que el estudiante cuenta o desarrolla para la resolución de problemas y la elaboración de las actividades asignadas.

**De Desempeño:** Evalúa el grado de compromiso que el estudiante demuestra frente a alguna actividad o proyecto de carácter individual o colaborativo. En este tipo de evaluación se tomarán en cuenta las reflexiones, críticas, destrezas y conocimientos demostrados por el estudiante.

La evaluación formativa, cognitiva y de desempeño serán abordadas a través de la heteroevaluación realizada por el docente.

3.- Final: Fase en la que serán evidentes los resultados del proceso de enseñanza y la calidad de los recursos empleados para éste.

El tipo de evaluación que se empleará para esta etapa es la Sumativa, cuyo objetivo será verificar que el aprendizaje del estudiante sea significativo, ello con base en las actividades entregadas durante las seis semanas de duración del Módulo I. Estrategias de Comunicación del Diplomado en Comunicación Estratégica y a las que el asesor deberá haber emitido un valor numérico tras la verificación de la calidad de las actividades acreditando o no el conocimiento del estudiante.

La evaluación descrita deberá ser realizada por los diseñadores instruccionales, asesores y estudiantes del Módulo referido, toda vez que las perspectivas heterogéneas de quienes directamente participan del curso serán la base para detectar las deficiencias, áreas de oportunidad y de mejora.

#### **IV.4.1 Validación de contenidos de la propuesta**

Como parte de las estrategias de evaluación del curso, se propone la revisión de los contenidos por un experto en el tema a fin de validar los tópicos abordados, su vigencia, impacto e importancia en la formación profesional de los estudiantes y

egresados de los programas educativos de Ciencias de la Comunicación, Diseño Gráfico y Mercadotecnia.

En alcance al diseño del Módulo I. Comunicación Estratégica, la revisión y validación de los contenidos fue realizada por la Elvira Hernández Carballido, Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Profesora Investigadora de Tiempo Completo del Área Académica de Ciencias de la Comunicación, miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) en el Nivel I y reconocida con perfil del Programa de Mejoramiento del Profesorado.

A continuación se describen las observaciones realizadas a los contenidos temáticos y bibliográficos.

1. No confundir la comunicación como proceso social, como ciencia, como disciplina o como campo de investigación. Unificar el concepto de comunicación como referencia de proceso social.
2. Revisar la selección de los verbos utilizados para la definición de objetivos generales y específicos.
3. Considerar en la misma unidad la Comunicación escrita y visual.
4. Considerar una unidad que aborde: comunicación intrapersonal, interpersonal, organizacional y masiva previo a la unidad que aborda Comunicación Organizacional.
5. Abordar el tema de la Tipología del Texto de la Unidad 2 a partir de la clasificación y perspectiva de la Dra. Susana González Reyna y de Alberto Dallas. Ellos clasifican el discurso en 4 tipos. Expositivo, descriptivo, narrativo y argumentativo, para dar lugar a la tipología de texto.

Las observaciones antes citadas están siendo atendidas actualmente



## CONCLUSIONES

Inmersos en la Sociedad del Conocimiento, en un mundo globalizado en donde las oportunidades laborales son cada vez más reducidas, la preparación continua y el fortalecimiento de la formación profesional se ha vuelto una constante en el esquema educativo nacional, toda vez que la demanda de los empleos cada vez es mayor y la oferta no corresponde a esta relación. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), señaló que la tasa de desempleo entre los jóvenes mexicanos de entre 15 y 24 años es de 9.6 por ciento, mientras que la tasa de desempleo entre los adultos mexicanos entre 25 años y más es de 3.8 por ciento, por lo que los procesos de reclutamiento de personal son cada vez más selectivos, ello con la finalidad de contratar al profesional con las mejores habilidades, lo que se verá reflejado en el logro de los objetivos y metas de la organización o empresa contratante.

En alcance a lo anterior, cada vez es menor el tiempo para invertir en la formación continua, por lo que el uso cotidiano de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) permite que los Ambientes Virtuales de Aprendizaje se conviertan en una herramienta que coadyuve en la generación y aplicación de conocimiento a través de nuevos métodos en el proceso de Enseñanza-Aprendizaje que permitan el diseño de recursos que apoyen la comprensión y la aprehensión de contenidos que permitan dar solución a problemáticas del contexto real.

Ante este escenario es inminente la necesidad de diseñar una oferta educativa que coadyuve en la formación de profesionales que día a día se enfrentan a la búsqueda de diversas posibilidades de insertarse en el mercado laboral en las disciplinas abordadas en el proyecto como las Ciencias de la Comunicación, el Diseño Gráfico y la Mercadotecnia, cuyo campo de acción si bien es vasto, no así las oportunidades laborales. Por lo que la oferta de educación continua multitemática y multidisciplinaria a partir de un curso de Estrategias de Comunicación les permitir enfrentarse a la búsqueda de empleos con conocimientos, habilidades y competencias adecuadas que incidan de manera eficaz y eficiente en la toma de decisiones para dar respuesta a las necesidades y solución a problemas en el contexto real. Cabe destacar que el programa que se oferta debe ser flexible, en cuanto a horarios y desarrollo, pues su estudio no debe obstaculizar las actividades académicas o laborales de quienes lo cursen

Por lo anterior y considerando que la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo oferta las licenciaturas en Ciencias de la Comunicación, Mercadotecnia y Diseño Gráfico y que para el periodo enero-junio 2013 contaba con una matrícula de 2 mil 58 estudiantes inscritos en estos programas se concluye que es social y académicamente pertinente diseñar un Diplomado en Comunicación Estratégica dirigido a alumnado y profesionales de las disciplinas citadas con anterioridad, que en su carácter de multidisciplinario aborde tópicos que posibiliten el diseño de metodologías, herramientas y soportes que lleven a las organizaciones públicas y privadas a lograr metas y objetivos previamente establecidos a través de la persuasión apoyada en el análisis de públicos, el análisis del discurso, la creación de la imagen y los medios masivos de comunicación.

Bajo esta premisa el diplomado en Comunicación Estratégica deberá ser estructurado de la siguiente forma: Módulo I Estrategias de Comunicación, Módulo II. Diseño, Módulo III. Mercadotecnia Digital y Módulo IV. Publicidad y Promoción, atendiendo de esta forma las necesidades principales de una empresa pública o privada.

El presente proyecto ha abordado el Diseño Instruccional del Módulo I. Estrategias de Comunicación, para el Diplomado en Comunicación Estratégica, el cual fue diseñado para un Ambiente Virtual de Aprendizaje siguiendo la metodología del Modelo ADDIE que de manera categórica permite planear el desarrollo de un curso en línea e implementarlo dirigido a un público específico.

De esta forma partir de la investigación realizada para el desarrollo del proyecto se concluye que:

- La influencia y acercamiento de las TIC en la vida cotidiana favorece el diseño de productos educativos bajo la modalidad virtual que sean centrados en el estudiante, lo que contribuirá a su crecimiento no sólo profesional sino también personal, toda vez que el grado de compromiso, responsabilidad y adaptabilidad debe ser mayor que bajo la modalidad presencial.
- El uso de plataformas educativas y el desarrollo de estrategias y herramientas digitales inciden de manera directa en la consolidación de las competencias adquiridas por el estudiante, pues favorece la construcción de redes de

aprendizaje, el desarrollo de habilidades de comunicación, la sana competencia en función del liderazgo y la promoción de iniciativa y creatividad de los estudiantes.

- Los Ambientes Virtuales de Aprendizaje con base en su característica de flexibilidad, permiten al estudiante realizar una o más actividades al mismo tiempo impactando de manera directa en su desarrollo personal y profesional.
- Para ofertar un programa educativo es necesario considerar y valorar a profundidad cada una de las etapas del Modelo ADDIE, a las cuales no podría asignárseles un grado de mayor o menor importancia, pues de su adecuada realización depende el éxito o fracaso del curso.
- Los objetivos del proyecto se cumplen toda vez que se ha realizado el Diseño Instruccional y de Ambiente de Aprendizaje para el Módulo I. Estrategias de Comunicación del Diplomado en Comunicación Estratégica, a partir de un análisis puntual y detallado del público meta la que éste va dirigido, además de hacer una selección y elaboración de materiales adecuados al contexto actual en alcance a la inherente aplicación de las TIC en el ámbito educativo.
- La oferta de un Diplomado en Comunicación Estratégica, conformado a su vez por un módulo de Estrategias de Comunicación, coadyuvará al mejoramiento profesional y por ende personal de los estudiantes y egresados de los PPEE de Diseño Gráfico, Ciencias de la Comunicación y Mercadotecnia, dada la flexibilidad y características del propio curso.
- Es necesario conocer las áreas de oportunidad en todo proyecto para ser conscientes del alcance e impacto que éste puede tener, por tanto para efectos de esta investigación se realizó un análisis FODA que de manera previa mostró el escenario al podría enfrentarse el estudio, por otro lado el apartado de Implementación reflejó las limitaciones en cuanto a recursos financieros que de no ser gestionadas y/o autorizadas evitaría el cumplimiento del objetivo final.

En alcance a lo anterior descrito y después de cuatro semestres cursados en la Maestría en Tecnología Educativa he apreciado la importancia que desde siempre ha tenido la educación como base de una sociedad cambiante, en desarrollo y que enfrenta procesos evolutivos que quizá nunca imaginó, tal es el caso de la incorporación de Tecnologías de Información y Educación a éste ámbito, que aunque su implementación se basa en modelos y enfoques específicos, permite establecer que la tecnología y las herramientas que la componen deben estar a disposición de la educación, coadyuvando a mejoras en el proceso de enseñanza-aprendizaje en la consolidación de aprendizajes significativos que permitan al estudiante realizar una toma de decisiones responsable en su contexto cotidiano.

El desarrollo de la propuesta presentada, representa un trabajo de observación y apreciación de las condiciones laborales y académicas de los estudiantes que cursan principalmente la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, pero que parte de un análisis reflexivo de la educación que recibí durante mi formación académica, basada en un modelo tradicional que ciertamente hoy se ha convertido en obsoleto, que no significa que ya no sea implementado en alguno de sus aspectos, en quizá no pocos centros educativos o docentes.

Cursar el programa educativo de la MTE, ha enriquecido mi visión profesional en alcance a mi quehacer docente, pues me ha permitido conocer un escenario de posibilidades didácticas y pedagógicas que sugieren una mejora e incremento en el aprendizaje que los alumnos pueden obtener, a partir del diseño de estrategias innovadoras que impacten al estudiantado de tal forma que coadyuven en la toma de decisiones de su vida personal y profesional en el contexto diario.

A partir del proyecto de investigación aquí presentado, me surge la inquietud de convertir el Diplomado en un programa educativo de Posgrado, que siga las mismas líneas de multidisciplinariedad. Desarrollarlo ha despertado en mí el interés por la investigación, por encontrar las respuestas de cuestionamientos que me planteo acerca de la educación, de la innovación, criterios y modelos educativos y de apreciaciones fundamentadas en mi formación de origen las Ciencias de la Comunicación.

Hoy me veo como una profesional capaz de diseñar programas educativos, cursos y diplomados en aspectos curriculares, de contenidos y de materiales que respondan a la

necesidad de un público específico, lo que quizá en el mediano plazo se podría convertir en una empresa de consultoría.

Para terminar es necesario destacar que hablar de Tecnología Educativa no sugiere el uso indiscriminado de recursos multimedia o Internet, pues debe ser vista como el compromiso que asume el docente no sólo de incorporar, sino de diseñar procesos innovadores metodológicos, curriculares y de producción apoyados en lo que hoy es una realidad, el uso diario de las TIC, para de esta forma contribuir a la construcción de una *Sociedad de la Información y el Conocimiento*, responsable, proactiva y competente

## ANEXOS

### Anexo 1. Matriz FODA

	<b><u>FORTALEZAS</u></b>	<b><u>DEBILIDADES</u></b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• El Diplomado puede ser cursado por estudiantes y egresados de las licenciaturas en Ciencias de la Comunicación, Diseño Gráfico y Mercadotecnia.</li><li>• Actualmente el SUV y la UAEH en sistema presencial no ofertan programas de educación continua ni posgrados integrales para las tres licenciaturas que el Diplomado abarcará.</li><li>• El producto final será un Diplomado Multidisciplinario</li><li>• La modalidad en línea permite un acceso más flexible a la educación continua.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• No hay difusión adecuada de los programas educativos ofertados por el SUV.</li><li>• Falta de recursos para implementar campañas de difusión y planes de medios adecuados para el posicionamiento de la oferta.</li></ul>

### **OPORTUNIDADES**

- En Pachuca no existe oferta educativa de Educación Continua para las licenciaturas en Ciencias de la Comunicación, Diseño Gráfico y Mercadotecnia.
- Más de cuatro Instituciones de Educación Superior en la capital ofrece uno o más de los programas educativos de las licenciaturas en Ciencias de la Comunicación, Diseño Gráfico y Mercadotecnia.
- Aumento de PyMES en la entidad que requieren de estrategias de comunicación para posicionarse.

### **OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**

- Diseñar un Diplomado en Comunicación Estratégica multidisciplinario que pueda ser cursado por egresados y estudiantes de las Licenciaturas en Ciencias de la Comunicación, Mercadotecnia y Diseño Gráfico.
- Difundir el Diplomado en las diferentes Instituciones de Educación que ofertan las licenciatura en en Ciencias de la Comunicación, Diseño Gráfico y Mercadotecnia.
- Difundir el Diplomado en instituciones o dependencias públicas o privadas que apoyan la creación de PyMES (CANACOPE, CANACO, COMPARTAMOS, CRECE).

### **OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**

- Difundir en medios universitarios y externos la oferta educativa del SUV y el Diplomado en Comunicación Estratégica.
- Diseñar carteles del Diplomado y colocarlos en las IES que ofertan las Licenciaturas en Ciencias de la Comunicación, Diseño Gráfico Mercadotecnia, así como en organizaciones de apoyo a PyME.

### **AMENAZAS**

- Falta de recursos para invertir en cursos y posgrados
- Resistencia al uso de Tecnologías de Información y Comunicación
- Desconocimiento de la existencia del Sistema de Universidad Virtual

### **OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**

- Ofertar el curso a precios accesibles para lograr un número adecuado de inscripciones.
- Difundir en diversos medios de comunicación la existencia del Sistema de Universidad Virtual

### **OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**

- Diseñar promociones de descuentos para el Diplomado.
- Gestionar becas para estudiantes y egresados de la UAEH.
- Gestión de recursos para difusión del Diplomado en medios de comunicación local y nacional.





## Anexo 2. Lista de cotejo para el desarrollo de Cursos en Línea

Criterios de evaluación	Cumple	No cumple	Observaciones
<b>Información del Curso:</b>			
1. Especifica del Programa Educativo			
2. Especifica el nombre oficial del curso			
3. Especifica los requisitos técnicos			
4. Especifica los requisitos de estudio			
5. Especifica la bibliografía a utilizar			
6. Incluye la Introducción al curso			
7. Presenta el objetivo general de forma clara y concisa			
8. Los objetivos específicos presentados consideran las metas y resultados por alcanzar			
9. Detalla las competencias genéricas y específicas que el estudiante desarrollará			
10. Considera los lineamientos que el alumno debe conocer y el profesor debe promover para llevar a buen término el desarrollo del curso			
11. Especifica las normas de cortesía dentro de los espacios virtuales			

<b>Criterios de evaluación</b>	<b>Cumple</b>	<b>No cumple</b>	<b>Observaciones</b>
12. Especifica la manera en que los estudiantes se nombrarán entre ellos			
13. Especifica la forma de canalizar las preguntas			
14. Especifica el tiempo de respuesta a las dudas cuando la asesoría es en línea			
15. Especifica la forma de envío de los archivos			
16. Especifica el nombre de quien realizó el Diseño Instruccional			
17. Especifica el nombre de quien aprobó el Diseño Instruccional			
18. Especifica la fecha de elaboración del Diseño Instruccional			
19. Indican cómo están distribuidas las semanas en el curso de acuerdo a los temas			
<b>Estructura temática</b>			
20. La estructura temática está ordenada de forma lógica y secuencial			
21. Utiliza números arábigos para la estructura temática			
<b>Metodología de Aprendizaje</b>			
22. Especifica las técnicas de aprendizaje a implementar			
23. Las actividades a realizar están determinadas en las guías			

<b>Criterios de evaluación</b>	<b>Cumple</b>	<b>No cumple</b>	<b>Observaciones</b>
correspondientes de manera clara y precisa			
24. Especifica los propósitos que el curso pretende			
25. Las instrucciones para realizar las actividades son claras			
26. Las instrucciones para entrega de actividades son claras			
27. Las actividades explican el uso que se hará de los recursos de la plataforma (Wiki, Blog, sitios web, etc.)			
28. Los materiales del curso favorecen el aprendizaje significativo del estudiante			
<b>Metodología de Evaluación</b>			
29. Se especifican los criterios de evaluación, juicios, reglas o normas que se aplicarán para valorar los resultados de aprendizaje			
30. Define la ponderación asignada a cada criterio de evaluación			
<b>Información del Personal</b>			
31. Presenta al asesor que impartirá el curso			
32. Expone la experiencia profesional del asesor			
33. Considera los datos y horario de contacto del asesor			

### Anexo 3. Instrumento de Evaluación del curso

 UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL	 SV SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL DE LA UAHH				
<b>EVALUACIÓN DEL MÓDULO I. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN          DIPLOMADO EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA</b>					
<b>DATOS GENERALES</b>					
ASESOR: NOMBRE DEL CURSO: PERIODO: NOMBRE DEL ALUMNO:					
<i>Indique con X su opción a seleccionar</i>					
<b>DATOS Y PROPÓSITO GENERAL DEL CURSO</b>					
ASPECTOS	VALORACIÓN				
	EXCELENTE	MUY BUENA	BUENA	REGULAR	BAJA
Está identificado el curso con su título, codificación y programa al que pertenece					
Se ajusta el curso a la descripción del Programa					
Se ajusta el curso a la filosofía, visión y misión institucional					
Se incluyen los requisitos mínimos que debe poseer el equipo tecnológico –en términos de software y hardware- para que los estudiantes trabajen efectivamente en el curso					
Incluye hipervínculos para instalar programas (softwares), plugins, recursos o herramientas necesarias de acceso a contenidos o actividades instruccionales?					
El diseño del curso cumple con los objetivos establecidos					
El curso presenta los objetivos de conocimiento, habilidades y actitudes					
Los objetivos establecidos del curso son concisos y claros					

Incluye objetivos instruccionales para cada una de las unidades					
Los objetivos del curso son medibles					
ESTRUCTURA GENERAL DEL CURSO					
ASPECTOS	VALORACIÓN				
	EXCELENTE	MUY BUENA	BUENA	REGULAR	BAJA
El/la estudiante cuenta con una secuencia lógica de estudio que le permite moverse a través del curso de manera independiente y dentro de un marco de tiempo considerable					
Existen elementos de motivación integrados en el curso					
Es fácil acceder a los contenidos didácticos					
Las actividades están diseñadas acorde a los objetivos del curso					
Contiene espacios para la reflexión, pensamiento crítico y análisis profundo de los conceptos estudiados					
Establece tiempos precisos para el estudio, desarrollo y cumplimiento de las actividades					
Considera espacios para la práctica de las competencias, habilidades y destrezas que requiere la disciplina					
CONTENIDO DEL CURSO					
ASPECTOS	VALORACIÓN				
	EXCELENTE	MUY BUENA	BUENA	REGULAR	BAJA
El contenido del curso cubre los tópicos señalados en la estructura temática					
El material del contenido del curso redactado al nivel de comprensión o entendimiento de los estudiantes					
El contenido del curso adecuado, pertinente y actualizado					
El acceso a las distintas unidades/ temas del curso es fácil y rápido					
La presentación del contenido provee oportunidades abundantes					

en conocimiento para los estudiantes					
Promueve el acceso a fuentes de información externas relacionadas con el/los tema/s principales					
La presentación del contenido provee orientación hacia otras actividades de aprendizaje					
ACTIVIDADES INSTRUCCIONALES					
ASPECTOS	VALORACIÓN				
	EXCELENTE	MUY BUENA	BUENA	REGULAR	BAJA
Son adecuadas las estrategias instruccionales incorporadas en el curso					
Pueden cumplir las actividades instruccionales con los objetivos establecidos en el curso					
Están descritas detalladamente cada una de las actividades instruccionales a realizarse dentro de un periodo de tiempo considerable					
Se ajustan las actividades instruccionales al nivel práctico y cognoscitivo de los estudiantes					
Promueven el trabajo colaborativo					
Promueve el aprendizaje basado en problemas					
Promueven la práctica a partir de la teoría					
Los contenidos están disponibles las 24 horas del día					
El uso de la plataforma es amigable y su disponibilidad total					
LEYES DE AUTOR					
ASPECTOS	VALORACIÓN				
	EXCELENTE	MUY BUENA	BUENA	REGULAR	BAJA
Los contenidos incluyen citas de otras fuentes bibliográficas impresas o electrónicas siguiendo los estilos adecuados (Formato APA)					
Los contenidos incluyen la sección de Referencias, en la que se da					

crédito a las obras de otros autores que fueron utilizadas					
Son utilizados los recursos bibliográficos –impresos o digitales- de manera apropiada siguiendo los estatutos de las Leyes de Autor vigentes					
ÉTICA Y VALORES					
ASPECTOS	VALORACIÓN				
	EXCELENTE	MUY BUENA	BUENA	REGULAR	BAJA
Promueve la concienciación sobre los valores y ética del uso adecuado de las TIC					
Se incluye información sobre el plagio de información y las penalidades que conlleva el incurrir en estas prácticas en la clase					
Promueve un ambiente de seguridad, respeto y colaboración entre todos los participantes					
Se valora la aportación de cada uno de los miembros de la clase, sin importar su nacionalidad, nivel cultural, social, económico o religioso					
Se especifican las reglas de lenguaje entre compañeros y con asesor					
INTERACCIÓN					
ASPECTOS	VALORACIÓN				
	EXCELENTE	MUY BUENA	BUENA	REGULAR	BAJA
Se promueve la interacción entre el asesor y el estudiante y de éste con sus compañeros de clase					
Utiliza otros recursos de la Web para mantener comunicación continua con sus estudiantes					
Se valora la aportación de cada uno de los miembros de la clase, sin importar su nacionalidad, nivel cultural, social, económico o religioso					

CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES DEL DOCENTE					
ASPECTOS	VALORACIÓN				
	EXCELENTE	MUY BUENA	BUENA	REGULAR	BAJA
Dispone de información actualizada					
Tiene dominio del contenido de la asignatura					
Aplica adecuadamente las herramientas tecnológicas					
El nivel pedagógico del docente lleva al logro de los objetivos					
Las respuestas que proporciona ante las dudas de los alumnos, reflejan conocimiento sobre los materiales a los que se tiene acceso					
Incluye bibliografía/ webgrafía de los materiales, para sustentar la información a la que se tienen acceso					
Promueve el pensamiento crítico mediante el uso de los materiales seleccionados					
En la intervención de los foros, retroalimentación y respuesta a dudas, es claro y conciso					
Realiza retroalimentación sobre el producto de las actividades realizadas					
APRENDIZAJE					
ASPECTOS	VALORACIÓN				
	EXCELENTE	MUY BUENA	BUENA	REGULAR	BAJA
Permite la metodología empleada en el curso que los estudiantes alcancen altos niveles cognitivos					
Permite el curso extender el alcance de las capacidades del conocimiento y la inteligencia					
Promueve el aprendizaje significativo y permanente					
Cumple el aprendizaje de las competencias, destrezas, talentos,					



habilidades y capacidades necesarias para formar parte de la economía del conocimiento y una sociedad altamente productiva					
<b>EVALUACIÓN</b>					
ASPECTOS	VALORACIÓN				
	EXCELENTE	MUY BUENA	BUENA	REGULAR	BAJA
Los instrumentos de evaluación miden efectivamente el progreso o avance de los estudiantes según los objetivos establecidos					
Tienen oportunidades los estudiantes para la retroalimentación y la comunicación bilateral dentro de un periodo de tiempo aceptable					
El asesor provee la retroalimentación el tiempo necesario para que el estudiante mejore su ejecución					
Los estudiantes tiene la oportunidad de evaluar el desempeño del asesor					
Los estudiantes realizan una auto-evaluación relacionada con su desempeño y proceso de aprendizaje					
Los estudiantes realizan una coevaluación relacionada con su desempeño y proceso de aprendizaje en actividades colaborativas					
Permite que sus estudiantes participen del proceso de evaluación, acepta sus sugerencias y las integra dentro de la estructura de su curso					
Los estudiantes evalúan la infraestructura de red, metodología empleada, actividades en línea, contenidos didácticos y experiencias instruccionales del curso Web					

## BIBLIOGRAFÍA

- Andrade, E. (1994) *Ambientes de aprendizaje para la educación en tecnología*. Consultado en:  
[http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/Maestria/MTE/disenio\\_de\\_prog\\_de\\_amb\\_de\\_apren/Unidad%20II/amb\\_aprend\\_para\\_educ\\_tecnologica\\_Andrade.pdf](http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/Maestria/MTE/disenio_de_prog_de_amb_de_apren/Unidad%20II/amb_aprend_para_educ_tecnologica_Andrade.pdf)
- Barbosa, J. (2006). *Ambientes Virtuales de Aprendizaje*. Consultado en:  
<http://recursostic.javeriana.edu.co/multiblogs/ava.php?cat=89>
- Bates, A. & Poole, G. (2003). Approaches to the Design of Technology-Based Learning. En Bates, A. & Poole, G. *Effective Teaching with Technology in Higher Education*. (pp. 153-179). USA: Jossey-Bass
- Blackboard Inc. (1998). Instructional Design Tips. Consultado en:  
<http://its.sdsu.edu/blackboard/instructor/docs/handouts/InstructionalDesignTips.html>
- Cabero, J. (2006). BASES PEDAGÓGICAS DEL E-LEARNING. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*. Vol. 3, n.º 1. UOC. Consultado en: <http://www.uoc.edu/rusc/3/1/dt/esp/cabero.pdf>
- Cenich, G. y Santos G. (2005). PROPUESTA DE APRENDIZAJE BASADO EN PROYECTOS Y TRABAJO COLABORATIVO: EXPERIENCIA DE UN CURSO EN LÍNEA. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 7 (2). Consultado en: <http://redie.uabc.mx/index.php/redie/article/view/133>
- Comisión Europea. (2001). *Plan de acción del e-Learning*. Consultado en:  
[http://ec.europa.eu/education/archive/elearning/annex\\_es.pdf](http://ec.europa.eu/education/archive/elearning/annex_es.pdf)
- Córica, J., Hernández, M. (s/f) *Características de la educación a distancia*. Consultado en:  
[http://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI\\_Lectura/maestria/documentos/LECT31.pdf](http://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Lectura/maestria/documentos/LECT31.pdf)
- Clark, D. (2011). *Instructional Design*. Consultado en:  
<http://www.nwlink.com/~donclark/hrd/learning/development.html>
- Culatta, R. (2011). *Instructional Design Models*. Consultado febrero, 8, 2012 en:  
<http://www.instructionaldesign.org/models/index.html>
- Culley, A. (2009). *Instructional design Australia*. Consultado en febrero 7, 2012.  
<http://instructionaldesign.com.au/>
- Duarte, D. (2003). *Ambientes de aprendizaje una aproximación conceptual*. Consultado en:  
[http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/Maestria/MTE/disenio\\_de\\_prog\\_de\\_amb\\_de\\_apren/Unidad%20II/Amb\\_aprend\\_aprox\\_conceptual\\_Duarte.pdf](http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/Maestria/MTE/disenio_de_prog_de_amb_de_apren/Unidad%20II/Amb_aprend_aprox_conceptual_Duarte.pdf)

Dorrego E. (2006). EDUCACIÓN A DISTANCIA Y EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE. *RED, Revista de Educación a Distancia número M6 (Número especial dedicado a la evaluación de entornos virtuales de aprendizaje* Consultado en: <http://www.um.es/ead/red/M6/dorrego.pdf>

Fernández-Pampillón, A. (2009) *LAS PLATAFORMAS E-LEARNING PARA LA ENSEÑANZA Y EL APRENDIZAJE UNIVERSITARIO EN INTERNET. LAS PLATAFORMAS DE APRENDIZAJE. DEL MITO A LA REALIDAD*. Biblioteca Nueva, Madrid, pp. 45-73. ISBN 978-84-9742-944-3 Disponible en: [http://eprints.ucm.es/10682/1/capituloE\\_learning.pdf](http://eprints.ucm.es/10682/1/capituloE_learning.pdf)

García, B. (2006). LA AUTOEVALUACIÓN COMO ACTIVIDAD DOCENTE EN ENTORNOS VIRTUALES DE ENSEÑANZA/APRENDIZAJE. *RED, Revista de Educación a Distancia número M6 (Número especial dedicado a la evaluación de entornos virtuales de aprendizaje* Consultado en: [http://www.um.es/ead/red/M6/garcia\\_beltran.pdf](http://www.um.es/ead/red/M6/garcia_beltran.pdf)

García, F. J. (2005). Estado actual de los sistemas elearning. Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información, 6 (2). Consultado en: [http://campus.usal.es/~teoriaeducacion/rev\\_numero\\_06\\_2/n6\\_02\\_art\\_garcia\\_penalvo.htm](http://campus.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_06_2/n6_02_art_garcia_penalvo.htm)

Herrera, M. (s.f). CONSIDERACIONES PARA EL DISEÑO DIDÁCTICO DE AMBIENTES VIRTUALES DE APRENDIZAJE: UNA PROPUESTA BASADA EN LAS FUNCIONES COGNITIVAS DEL APRENDIZAJE. *Revista Iberoamericana de Educación*, 1-20. Consultado en: <http://www.rieoei.org/deloslectores/1326Herrera.pdf>

Iglesias, M. (S/F). Observación y evaluación del ambiente de aprendizaje en Educación Infantil: dimensiones y variables a considerar. Consultado en: [http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/Maestria/MTE/disenio\\_de\\_prog\\_de\\_amb\\_de\\_apren/Unidad%20II/Observ\\_y\\_eval\\_del\\_amb\\_de\\_aprendeneduc\\_infantil\\_RIE\\_Iglesias.pdf](http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/Maestria/MTE/disenio_de_prog_de_amb_de_apren/Unidad%20II/Observ_y_eval_del_amb_de_aprendeneduc_infantil_RIE_Iglesias.pdf)

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)  
Consultado en: <http://www.inegi.org.mx/>

Keely, B. (2007). Capital humano. Cómo influye en su vida lo que usted sabe. Percepciones de la OCDE. Ediciones Castillo, México  
Consultado en: <http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/0107104e.pdf?expires=1372091680&id=id&accname=quest&checksum=47BF96386F5732AE92CFEAD304D56E04>

McAnally Salas , L.,Pérez Fragoso , C. (2000). Diseño y evaluación de un curso en línea para estudiantes de licenciatura .*REDIE. Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 2(1) 54-68.  
Consultado en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15502104>

Martinez, Margaret (1996 - 2005). *Designing Learning Environments*. Consultado en [http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/Maestria/MTE/disenio\\_de\\_prog\\_de\\_amb\\_de\\_apren/Unidad%20III/Designing\\_Learning\\_Environm\\_learners\\_types.pdf](http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/Maestria/MTE/disenio_de_prog_de_amb_de_apren/Unidad%20III/Designing_Learning_Environm_learners_types.pdf)

Moreno, M. (2000). El desarrollo de ambientes de aprendizaje a distancia. *Textos del VI Encuentro Internacional de Educación a Distancia*, (pp. 56-70). Guadalajara, Jalisco, México. Consultado en: [http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/Maestria/MTE/disenio\\_de\\_prog\\_de\\_amb\\_de\\_apren/Unidad%20II/El%20desarrollo%20de%20ambientes%20de%20aprendizaje%20a%20distancia.pdf](http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/Maestria/MTE/disenio_de_prog_de_amb_de_apren/Unidad%20II/El%20desarrollo%20de%20ambientes%20de%20aprendizaje%20a%20distancia.pdf)

Mortis, S.B. Rosas, R.J y Chairez, E.K. Modelos de diseño Instruccional. Consultado en: [http://biblioteca.itson.mx/oa/educacion/oa32/modelos\\_disenio\\_instruccional/index.htm](http://biblioteca.itson.mx/oa/educacion/oa32/modelos_disenio_instruccional/index.htm)

Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico  
Consultado en: <http://www.oecd.org/centrodemexico/>

Prémoli, J. M. (2012) Subsecretaría de Evaluación y Calidad Académica de la Facultad de Ciencias Económicas de la UBA  
Consultado en : <http://www.econ.uba.ar/virtual>

Rubio, M. (2003). Enfoques y modelos de evaluación del e-learning. *Revista Electrónica de Investigación y Evaluación Educativa*, v. 9, n. 2.  
Consultado en: [http://www.uv.es/RELIEVE/v9n2/RELIEVEv9n2\\_1.htm](http://www.uv.es/RELIEVE/v9n2/RELIEVEv9n2_1.htm)

Salas, S. (2008). *Diseño del curso en línea: trabajo interdisciplinario*. Educación, 99-122. Consultada en: <http://www.latindex.ucr.ac.cr/edu32-1/edu032-1-06.pdf>

Sangrà, A.; Vlachopoulos, D., Cabrera, N., Bravo, S. (2011). *Hacia una definición inclusiva del e-learning*. Barcelona: e-Learn Center. UOC. Consultado en: [http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/10541/6/inf\\_ed\\_cast.pdf](http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/10541/6/inf_ed_cast.pdf)

Sánchez, J. (2009) PLATAFORMAS DE ENSEÑANZA VIRTUAL PARA ENTORNOS EDUCATIVOS. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, Núm. 34, enero-sin mes, 2009, pp. 217-233 Universidad de Sevilla, España. Disponible en: <http://www.sav.us.es/pixelbit/pixelbit/articulos/n34/15.pdf>

Siemens, G (2002). *Instructional Design in E-learning.*. Consultado en: [http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/Maestria/MTE/disenio\\_de\\_prog\\_de\\_amb\\_de\\_apren/Unidad%20III/Instructional\\_Design\\_in\\_Elearning.pdf](http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/Maestria/MTE/disenio_de_prog_de_amb_de_apren/Unidad%20III/Instructional_Design_in_Elearning.pdf)

Stenhouse, L. (1984). *Investigación y desarrollo del currículum*. Ed. Morata, Madrid.

Turrent, A. (1998). *El Diseño Instruccional y su Importancia en la Elaboración de Materiales de Apoyo Didáctico*. Centro de Educación Distancia. Universidad la Salle México D.F. Consultado en: [http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/Maestria/MTE/disenio\\_de\\_prog\\_de\\_amb\\_de\\_apren/Unidad%20III/El\\_Diseño\\_Instruccional\\_y\\_su\\_Importancia\\_en\\_la\\_Elaboración\\_de\\_Materiales\\_de\\_Apoyo\\_Didáctico.pdf](http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/Maestria/MTE/disenio_de_prog_de_amb_de_apren/Unidad%20III/El_Diseño_Instruccional_y_su_Importancia_en_la_Elaboración_de_Materiales_de_Apoyo_Didáctico.pdf)

[ren/Unidad%20II/El\\_diseño\\_instrucc\\_importanc\\_elab\\_mat\\_apoyo\\_didact\\_Turrent.pdf](#)

Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica (2008). *Evaluación alternativa en los entornos virtuales*. Consultado en: [http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/Especialidad/eval\\_apren\\_entor\\_virt\\_G14/unidad\\_4/act\\_42\\_evaluacionAlternativaEVEA\\_U4.pdf](http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/Especialidad/eval_apren_entor_virt_G14/unidad_4/act_42_evaluacionAlternativaEVEA_U4.pdf)

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Consultado [www.uaeh.edu.mx](http://www.uaeh.edu.mx)

Wilson, B. (1996). *Constructivist Learning Environments (CLE)*. Consultado en: [http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/Maestria/MTE/diseño\\_de\\_prog\\_de\\_amb\\_de\\_apren/Unidad%20II/CONSTRUCTIVIST\\_LEARN\\_ENVIRONM\\_Web.pdf](http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/Maestria/MTE/diseño_de_prog_de_amb_de_apren/Unidad%20II/CONSTRUCTIVIST_LEARN_ENVIRONM_Web.pdf)

---