

UNIVERSIDAD DE SONORA

DIVISIÓN DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, SOCIALES Y

AGROPECUARIAS

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL



DEFINICIÓN DE LA FILOSOFÍA Y VALORES DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL DE LA UNIVERSIDAD DE SONORA CAMPUS NOGALES.

TESIS

PRESENTADA PARA OBTENER EL GRADO DE TITULACIÓN EN LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.

GONZÁLEZ VELARDE FRANCISCO JAVIER GUADALUPE
KELLY LUGO BEIDA NATALY

H. NOGALES, SONORA

JUNIO, 2015

Universidad de Sonora

Repositorio Institucional UNISON



**"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"**



Excepto si se señala otra cosa, la licencia del ítem se describe como openAccess

Agradecimientos

Primeramente le doy gracias a Dios por haberme permitido llegar hasta esta etapa de mi vida, por ponerme siempre en el lugar y el tiempo correcto, por permitirme poder culminar con mis estudios Universitarios.

Agradezco a mi familia, principalmente a mis padres, que indudablemente sin ellos esto nunca hubiera sido posible, gracias por el gran esfuerzo y por la confianza depositada siempre en mí, les agradezco por el gran ejemplo que me dan día a día, ya que gracias a eso soy quien soy.

Y muy especial a la vida por haberme dado los mejores abuelos, tata sin duda el mejor ejemplo de hombre y mi nanita, que ya se me adelantó en el camino en el transcurso de este proyecto al que tanto me impulsaste a realizar, sé lo feliz y orgullosa que estarías de mí, siempre en mi mente y en mi corazón me haces tanta falta.

Agradezco a mi compañero de vida, mi amigo, mi cómplice, mi esposo. Gracias por tener siempre las palabras correctas para alimentarme y motivarme a ser mejor cada día, gracias por el gran apoyo incondicional que me has mostrado todo este tiempo, te amo.

Gracias a mi compañero Javier González, por tu paciencia y por permitirme sacar juntos este proyecto que definitivamente es un parte aguas de nuestra preparación profesional, así como también a los maestros que formaron parte clave de este proyecto, principalmente nuestra directora de tesis maestra Claudia Manjarrez, por el apoyo brindado hacia nosotros y por creer en este proyecto.

Beida Kelly

Agradecimientos

Agradezco a mis padres Román González Ochoa y Silvia Velarde Ibarra por la oportunidad y el apoyo que me han brindado para seguir cumpliendo mis metas en la vida, agradezco también a las maestras que han estado para apoyarnos en el camino, Cecilia Encinas gracias por su apoyo a distancia el cual se sintió muy cercano, Rossana Basurto gracias por la guía brindada, por ese singular, y estricto punto de vista "*veritatem*", Concepción Cruz por su alegres recomendaciones metodológicas ¡gracias! También un agradecimiento especial para mi compañera de tesis por el apoyo brindado y obligado para salir adelante, también un especial agradecimiento a la directora de tesis y madre de todos los Comunicólogos Organizacionales y Deoistas de Campus Nogales, por toda su paciencia, consejo, apoyo durante la carrera y en especial durante la realización de este trabajo profesional que sin duda también es suyo, maestra Claudia Manjarrez muchas gracias.

Gracias al Universo y a todas las personas que puso en mi camino para poder vivir esta experiencia y poder realizar un paso más en mi carrera profesional.

NAMASTE.

Javier González

Dedicatoria

Dedico este trabajo a una persona muy especial e importante en mi vida, la cual ha tenido una gran influencia en mi existencia, me ha enseñado el valor de la incorruptible honestidad, gracias por ser y enseñarme un gran ejemplo de honorabilidad el cual ha marcado mi vida, eres todo un orgullo para mí.

Quiero agradecerte por estar siempre pendiente y correteándome para que me titulara, para que empezara mi tesis, gracias por tu preocupación, tu exagerada y molesta insistencia para que realizara el presente trabajo.

Grandioso beisbolista, Buen maestro, Excelente abuelo y pésimo contador de chistes.

Con todo el amor, el orgullo, agradecimiento y humildad de parte de tu “Teta”

Este trabajo está dedicado a ti...

¡Mi Tata!

¡Mi Mangüsi!

¡Mi Román González Gaztelum!

Resumen

DEFINICIÓN DE LA FILOSOFÍA Y VALORES DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL DE LA UNIVERSIDAD DE SONORA CAMPUS NOGALES.

Desde décadas pasadas hasta la actualidad los modelos Organizacionales se han ido transformando, donde el factor humano y su relaciones dentro de las Organizaciones ha cobrado un carácter significativo y de mucha importancia, en el cual su desarrollo integral y cultural juegan un papel determinante para garantizar el éxito hoy y en el futuro; así pues se presenta aquí, un análisis de la Licenciatura en Comunicación Organizacional, con la finalidad de encontrar los factores y elementos que componen e integran la Filosofía Organizacional de la licenciatura, es decir Misión, Visión y Valores; obtenidos por medio de instrumentos diseñados expresamente para este ejercicio y aplicados a maestros, alumnos y egresados. Se pudo recopilar las ideas y conceptos que expresan sus valores, sentires y pensamientos a futuro, sus compromisos y metas a cumplir en el marco institucional, extrayendo así la Filosofía Organizacional. Se presentan los resultados obtenidos del taller “Taller-Intervención” con los miembros de la academia de Estudios Organizacionales y Sociales, Academia a la que pertenece el programa de Licenciatura en Comunicación Organizacional; los resultados de los instrumentos/cuestionarios, el análisis de los elementos que deben de contener la misión, visión, y valores, así como una propuesta de estos como aproximación a la consolidación de la Filosofía de la Licenciatura en Comunicación Organizacional en función del contexto en el que se desarrolla.

Definition of philosophy and values of the bachelor's degree Organizational Communication University of Sonora campus Nogales Sonora.

Abstract

From past decades to the present Organizational models have been transformed, where the human factor and its relationships within organizations has gained a significant character and big importance, where its integral and cultural development play a key role in ensuring success today and in the future, thus presents an analysis of the Degree in Organizational Communication, in order to find the factors and elements and integrate Organizational Philosophy degree, Mission, Vision and Values; here obtained through questionnaires specifically designed for this exercise and applied to teachers, students and university graduates. Could gather the ideas and concepts that express their values, feelings and thoughts for the future, their commitments and goals to achieve inside the institutional framework, from this manner extracting the Organizational Philosophy. The results of the workshop "Workshop-Intervention" present with the members of the academy degree in Organizational Communication, the results of the instruments / questionnaires, analysis of the elements that must contain the mission, vision, and values, such as a proposed to approach the consolidation of Philosophy Degree in Organizational Communication in the context in which it operates.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	
1.1 Antecedentes	13
1.2 Planteamiento del problema	19
1.3 Objetivos.	20
1.4 Justificación.	21
1.5 Delimitación.	23
2. MARCO TEÓRICO	
2.1 Conceptos y definiciones de Planeación Estratégica.	24
2.2 Filosofía Organizacional como parte de la Planeación Estratégica.	25
2.3 Definiciones de la Filosofía Organizacional.	27
2.4 Importancia de la definición de la misión, visión y valores en un Programa Educativo a nivel superior.	28
2.4.1 Ejemplos de misión visión y valores en instituciones de Educación Superior.	31
2.4.2 Educación a nivel superior en México y Sonora.	35
3. METODOLOGÍA	
3.1 Diseño y enfoque metodológico	38
3.2. Características tomadas en cuenta para el diseño de la filosofía en función de las propuestas teóricas más recientes de expertos en Planeación estratégica	44
3.3. Diseño de Instrumento para alumnos activos	48
3.4. Diseño de Instrumento para alumnos egresados	49
3.5 Diseño de instrumentos para docentes	50
3.6 Diseño y desarrollo del taller – intervención	53

4. RESULTADOS	
4.1. Resultados de instrumento aplicado a alumnos activos	56
4.2. Resultados de instrumento aplicado a egresados	66
4.3. Resultados de instrumento aplicado a docentes	76
4.4. Resultados del Taller-Intervención	104
5. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN	109
6. CONCLUSIONES	118
7. PROPUESTA DE MISIÓN, VISIÓN Y VALORES	120
8. PROPUESTA DE COMUNICACIÓN DE LA MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	123
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	

TABLA DE ANEXOS

ANEXOS

Anexo 1. Póster de sensibilización (Filosofía Organizacional) (Pieza de Comunicación)

Anexo 2. JR001 Instrumento aplicado a alumnos.

Anexo 3. BK001 Instrumento aplicado a egresados.

Anexo 4. MAESTRE001 Instrumento aplicado a maestros.

Anexo 5. Carta invitación al taller para maestros. (Pieza de Comunicación)

Anexo 6. Formato opción de valores T001.

Anexo 7. Formato opción de misión T002.

Anexo 8. Formato opción de visión T003.

Anexo 9. Formato FODA T004

Capítulo I

Introducción

El presente trabajo consta de un análisis para el diseño de la filosofía de la Licenciatura en Comunicación Organizacional en la Universidad de Sonora Campus Nogales y de los actores que componen dicha Licenciatura. Hay que tomar en cuenta que la Filosofía Organizacional es un conjunto de valores prácticos y creencias que son la razón de ser de las organizaciones, las cuales representan el compromiso ante la sociedad y sus integrantes, es imprescindible para darle finalidad a todas las acciones futuras de cualquier organización: Los elementos que incluye la filosofía son: visión, misión y valores. Por tal razón en el año 2008, tuvo lugar la realización de la filosofía organizacional en y como departamento de ciencias administrativas y sociales del Campus Nogales de la Universidad de Sonora; cabe mencionar que Campus Nogales inicia formalmente operaciones en el año 2004 con dos programas académicos; y es en el 2006 cuando se integra un tercer programa académico. Dos años después, en el 2008 se inicia con el cuarto programa de licenciatura, logrando desde sus inicios importantes avances en el crecimiento de su capacidad y competitividad académica, pero ahora una década después desde sus inicios, y con los nuevos cambios, sus constantes actualizaciones se convierte de vital importancia el crear una filosofía propia de la Licenciatura en Comunicación Organizacional, ya que es substancial integrar un sentimiento de pertenencia objetivos y valores, que también contribuye a mejorar la calidad de la Licenciatura y por ende la del Campus Nogales de la Universidad de Sonora. El

cuál es el tema central por el cual está edificado el presente trabajo “Definición de la filosofía y valores de la Licenciatura” y para poder obtener la información deseada se siguió una metodología diseñada específicamente para los públicos que forman parte de la Carrera, en este caso fueron los maestros, alumnos activos y sus egresados, tomando principalmente a los maestros de tiempo completo y miembros activos pertenecientes a la Academia de Estudios Organizacionales y Sociales. Cada instrumento fue aplicado y tomando en consideración de estos grandes grupos; más adelante en la sección metodología del presente documento se podrá encontrar una explicación detallada de la construcción de los instrumentos así como de su aplicación y los resultados obtenidos.

Antecedentes.

Sin duda alguna las universidades del país son un marcador de progreso y desarrollo económico, político, cultural, social y educativo, con un impacto directo en el individuo como en la sociedad; siendo de esta manera, que las entidades educativas, en las cuales hay un creciente interés por mejorar su oferta educativa por medio de perfeccionamiento en su eficacia, y también a través de los programas orientados a la calidad, y a la competitividad todos estos en sentidos éticos, morales y en la construcción de valores en los profesionistas egresados. *“Desde una perspectiva institucional su beneficio radica en identificar cómo la universidad puede aportar a esa construcción de valores con la finalidad de formar un profesionista integral y competente con mayor sentido de compromiso social”* (Basurto, 2013; pág. 120) este es el caso de la Universidad de Sonora Campus Nogales en la Licenciatura en Comunicación Organizacional, la cual tiene que identificar qué valores quiere transmitir por lo cual debe conocer cómo es el proceso de adopción de valores, así como nos dice Polasek Castro citado por Basurto (2013) hay que saber que *“el sistema de valores es elegido por la persona, que puede cambiar, conforme va adaptándose a las nuevas perspectivas de su vida y en consecuencia modificando su conducta. Por lo tanto la persona explorará así, nuevas formas de ver las cosas, a la vez que cambia de edad, carrera, trabajo, amigos, al pasar de la familia paterna a su propia familia; y que con el tiempo, puede darse el fenómeno de que situaciones o experiencias que le eran valiosas dejan de serlo, o por el contrario, perspectivas nuevas, que antes no le llamaban la atención,*

empiezan a ser muy importantes. Prosigue, afirmando que las nuevas experiencias, pueden venir acompañadas de cambios en los valores. (P.2)

Por lo tanto, esta aseveración es de gran importancia para conocer al respecto de los procesos y factores que se debe tomar en cuenta al momento de definir los valores de la licenciatura y poder afinar un instrumento adecuado para la obtención de la información que ayude en su definición, todo esto como parte del impacto que tendrá la licenciatura en sus alumnos, egresados y cuerpo docente administrativo que lo compone, el cual debe obedecer a un plan estratégico planteado para garantizar la calidad académica de la propia licenciatura, la cual por añadidura le dará una ventaja competitiva a comparación de otras ofertas educativas de instituciones educación superior.

Hay que tener en cuenta que la definición de la filosofía organizacional dentro de los sistemas u organismos de educación superior no es nueva.

La planificación o planeación estratégica, apareció en la escena de la administración de empresas en la década de 1940. Durante los años sesenta del siglo XX su uso se extendió hasta constituirse en un instrumento para el desarrollo organizacional muy conocido por los administradores y gerentes de los grandes negocios. Se trasladó a la educación a partir de la teoría del capital humano y planteó temas como la inversión en capital humano, economía de la educación, planeación de recursos y planeación de los sistemas educativos. (Ojeda, 2013; p.121).

Hay que hacer notar que no fue hasta unas décadas más tarde, cuando empezó a permear a Estados Unidos de Norte América, y también por su cercanía geográfica y cultural permeó a México.

Ojeda (2013) advierte que *“Algunas Instituciones de Educación Superior (IES) de los Estados Unidos utilizaron la planificación estratégica de forma temprana, pero su introducción formal en el ámbito educativo se vincula con las contribuciones de Kotler y Murphy (1981) y Keller (1983). Estos autores señalaron que sin la planificación estratégica a las Instituciones de Educación Superior les sería cada vez más difícil sobrevivir en un entorno de competencia creciente: estaban anticipando un futuro que en muchos países en aquel entonces ya se estaba viviendo”*. De esta forma, en aquél momento ya se planteaba como una necesidad el tener un plan estratégico para que las Instituciones de Educación Superior pudieran afrontar los cambios sociales y la fuerza de la competencia, suponga ahora la necesidad actual de las IES y, en especial las de México. Toda esta tendencia fue permeada de la misma forma, por el país vecino décadas más tarde, con este sistema administrativo enfocado a las IES. Así, *“Impulsado desde La Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), propició la creación de unidades de planeación en todas las IES, lo cual sucedió durante la década de 1980: Es cuando la retórica se convirtió en práctica. En estas oficinas, dependencias y en algunos casos hasta secretarías, se han adaptado a las dinámicas de desarrollo institucional y a los avatares de los equipos de gestión.”* (Ojeda, 2013; p.122). Mostrando así que hay una diversidad de formas de organizar y abordar la

evaluación y planeación institucional, que ha venido haciéndose cada vez más homogénea, desde finales de la década de los noventa del siglo pasado. El uso de estas unidades fue justificado originalmente para darle soporte a los programas federales. La planificación estratégica tiene poco más de tres décadas en México como principios de planeación, en lo que concierne a instituciones educativas; las cuales en aquél entonces empezaban a ser consideradas en la misma dinámica que la “empresa”, teniendo competencia en el mercado, acentuada con la apertura y multiplicación de organismos de educación superior privados, era y es importante fijar, reevaluar sus metas, objetivos y saber bajo que lineamientos trabajar en conjunto como instituciones de educación superior creando planes estratégicos y, como parte del plan, la filosofía organizacional que da línea y define el curso de acción de las instituciones las cuales para mantener la competencia, han conservado estándares como la “calidad” en servicios o calidad académica, estos son los factores como se mencionan, los que definen un listado de lugares competidos dentro de las universidades del país, del estado y sobre todo de la región.

En este contexto la Universidad de Sonora Campus Nogales inicia sus operaciones en la ciudad de Nogales Sonora con un plan estratégico sobre las áreas de oportunidades, carreras pertinentes y la demanda en el mercado; es prudente mencionar que *en “el 2004, cuando inició operaciones Campus Nogales, fue un año de gran trascendencia para la Universidad, al dar inicio también formalmente a importantes programas institucionales, reformas administrativas y tecnológicas que innovan la forma de administrar procesos.*

Desde sus inicios, el Campus se ha manejado con una política de crecimiento moderado, en un contexto de demanda creciente, siendo esta última desproporcionada.” (Manjarrez, 2008; p.68).

En aquél momento de los primeros años del Campus Nogales se volvió imperativo la reagrupación, los acuerdos de objetivos, metas que dieran dirección al campus, ahora, a una década de ya estar establecida, se convirtió de suma importancia la creación de la filosofía organizacional, específicamente de la licenciatura en Comunicación Organizacional para crear así la misión visión y valores, los cuales lleguen a todos los miembros activos de la licenciatura al igual que a los programas establecidos. Para seguir con el fortalecimiento y consolidación de su identidad, su filosofía, valores y objetivos, en este caso sería incorrecto que dicha filosofía no estuviese alineada con la propia filosofía de la institución, *“debemos entender que aquí se establece una extraordinaria oportunidad de realizar el dimensionamiento de las aspiraciones colectivas de un futuro posible”, siguiendo a Porter (2004).* La licenciatura en Comunicación Organizacional, debe de quedar en el entendido, como lo quedó al principio del establecimiento de la filosofía institucional, que para que funcione, no solo se ocupa de un ejercicio constante, sino del interés, y apoyo de las personas que componen la licenciatura, siendo así parte de ella, que comulguen con sus valores y sus objetivos, ser y profesar la filosofía. En esto radica la gran oportunidad de reivindicar claramente el valor de lo que se hace y se podría hacer, en el entendido de que hay que reconocer las acciones y proyectos, de tal manera que todos puedan sentir a la organización como suya, y que está en

todos diseñar y definir los mecanismos y capacidades para aprovechar y canalizar nuestras iniciativas. “En este marco, reconocemos que la planificación estratégica ayuda a generar ideas de desarrollo compartidas, contribuye a alinear y controlar las acciones internas y permite mantener una relación entre el desarrollo de la organización y las oportunidades que ofrece el entorno cambiante” (Ojeda, 2013; p.127). Como lo fue al inicio de la apertura de la Universidad de Sonora Campus Nogales, la cual enfrentó los retos que conllevaba atender la demanda de licenciaturas específicas gracias a su pertinencia y entorno social de la división industrial, que requería nuevos profesionistas dedicados a atender esas áreas del sector en específico, y fue así como la institución afrontó el reto de construir un campus y su organismo, pero al pasar el tiempo las necesidades de los alumnos, del sector privado y la sociedad se han ido modificando y por ende creando nuevas necesidades. *“Estos grandes retos dan cabida a un ejercicio serio de planeación estratégica en la institución, en consideración a los momentos de profundas transformaciones y a la respuesta a las crecientes demandas que el entorno externo le impone con rapidez y contundencia” (Manjarrez, 2008; p.76).*

Planteamiento del problema

Desde sus inicios hasta la fecha Campus Nogales de la Universidad de Sonora ha crecido en su plantilla de maestros, en su infraestructura, en su oferta educativa, y en el ingreso de alumnos y su crecimiento sigue siendo evidente. De esta forma se convierte ahora en imperativo la redefinición de su razón de ser, la construcción de la filosofía en sus licenciaturas, y en este caso en específico la del Programa de Comunicación Organizacional.

Por estos motivos se vuelve apremiante la necesidad de definir una filosofía organizacional para la licenciatura, con los principios fundamentales misión, visión y valores, que orienten y le den conexión a los miembros activos que pertenecen a la carrera para trabajar por un mismo fin; de igual manera que referencien a los alumnos, docentes, egresados y al público en general de lo que se realiza dentro de esta licenciatura de la Universidad de Sonora Campus Nogales estableciendo las bases para la generación de estrategias para su desarrollo, fortalecimiento institucional y posicionamiento ante la comunidad.

Por ello, se creará una propuesta de filosofía organizacional, al igual que una propuesta de acciones para un eventual plan de comunicación de la filosofía.

Objetivos.

- Definir una propuesta de la filosofía organizacional de la Licenciatura en Comunicación Organizacional de la Universidad de Sonora Campus Nogales, con el fin de promover un desarrollo alineado a una Misión, visión y valores.
- Definir algunas acciones para una propuesta de un Plan de Comunicación de la filosofía de la Licenciatura en Comunicación Organizacional de la Universidad de Sonora campus Nogales.

Justificación

Las organizaciones en la actualidad ya sean públicas o privadas comparten en común la interrogante de ¿por qué es importante o necesaria la filosofía organizacional como parte de una planeación estratégica, dentro de sus empresas u organizaciones? y ¿qué beneficios pueden obtener por medio de ella? Partiendo de estas dos preguntas es importante poder comprender, que si una organización de cualquier giro logra el éxito basado en el establecimiento de su filosofía, esto indica que debe de estar preparada para afrontar de manera positiva las situaciones de cambio que se presenten. Esto no solo atañe a empresas sino también a instituciones de educación superior en México, así pues contar con una filosofía organizacional bien definida dentro de las instituciones de educación superior proporciona mayor comprensión de las amenazas externas, un mejor entendimiento de las estrategias de los competidores, incremento en la productividad por parte de los colaboradores, menor resistencia al cambio; y queda más clara la relación existente entre el desempeño y los resultados. Así, se aprovechará mejor las oportunidades y ayudará a integrar el comportamiento del equipo en un esfuerzo en común.

Por esa razón es pertinente y de total importancia que la Licenciatura en Comunicación Organizacional de la Universidad de Sonora Campus Nogales cuente con una filosofía organizacional definida: misión, visión y valores; los cuales le brindarán a la licenciatura las herramientas necesarias de tal manera

que la Universidad de Sonora Campus Nogales podrá garantizar la oferta de una licenciatura de calidad.

Delimitación

Se pretende la definición en específico de la filosofía organizacional de Licenciatura en Comunicación Organizacional (Misión, Visión y Valores) como un primer paso en la definición de su Plan Estratégico. El ejercicio se limita al cuerpo de docentes de la Licenciatura de Comunicación Organizacional, a los alumnos que conforman la Licenciatura Comunicación Organizacional de los diferentes semestres, así como también a estudiantes egresados de la ya mencionada licenciatura quienes han formado parte del programa educativo.

El ejercicio se realiza con una perspectiva a cinco años.

CAPÍTULO II

Marco teórico

Conceptos y definiciones de Planeación Estratégica.

Con el concepto central del trabajo, en cuanto a filosofía por sus inicios y su campo de aplicación resulta conveniente señalar que: *“Hablar de planeación estratégica implica hablar de un plan inteligente que le define a la organización los principales pasos a seguir para garantizar su crecimiento y desarrollo organizacional en los próximos años, es decir un plan estratégico es la organización lo que el ADN es a los seres vivos, le va diciendo oportunamente qué hacer”* (Álvarez, 2006; Pág.28).

Ante lo que pueda presentarse con sus competidores en la línea de instituciones de educación superior o, como afrontar nuevos requerimientos dentro de las licenciaturas, los niveles de pertinencia social de la carrera, las nuevas demandas de las empresas que requieren egresados de esta licenciatura, que habilidades y aptitudes requieren de dichos egresados, así la planeación se convierte en la bola mágica de cristal que nos ayuda a vaticinar y anticipar escenarios en el contexto que se encuentre la organización. Se tiene así que *“La planeación es la previsión de escenarios futuros y la determinación de los resultados que se pretenden obtener, mediante el análisis del entorno para minimizar riesgos, con la finalidad de optimizar los recursos y definir las estrategias que se requieren para lograr el propósito de la organización con una mayor probabilidad de éxito”* (Münch, 2005; Pág.11).

Filosofía organizacional como parte de la planeación Estratégica.

Desde el conocimiento de lo que implica la Dirección Estratégica y partiendo de las definiciones anteriores, es de suma importancia reconocer el campo de avance al que se enfrentan dentro de las Organizaciones al momento de implementarla como una nueva tendencia estratégica. Efectuada de la manera correcta se asegurará una permanencia en el mercado educativo que hoy en día es altamente competitivo. Tomados referencialmente los conceptos de Planeación, los objetivos principales de esta planeación tal y como lo define Álvarez (2006) en su Manual de Planeación Estratégica establece que es necesario contar con una metodología práctica que permita a la institución formular y definir periódicamente objetivos y estrategias. Orientar los esfuerzos de la organización hacia la consolidación de su visión, su misión, sus objetivos y su posición competitiva. Desarrollar los objetivos específicos de cada área de especialidad (mercadotecnia, ventas, finanzas, recursos humanos, administración ingeniería, calidad, producción, etc.) congruentes con la visión y misión del negocio. (Pág.28). Se puede tomar así en forma comparativa o analógica de esta definición, como la orientación en el área de la licenciatura en Comunicación organizacional, en la cual el esfuerzo parte de capturar los valores representativos de este programa educativo. Estableciendo como ente separado de su institución a la que pertenece su visión a futuro y vaticinando los nuevos retos de la siguiente década y el cómo atender estos mismos, teniendo ya en cuenta la resolución clara de saber quién es y su razón de ser como licenciatura.

“Desarrollar los planes de mejora que aceleran el nivel de evolución competitiva

de la organización. Garantizar mediante un seguimiento adecuado en el cumplimiento de objetivo". (Álvarez, 2006; Pág.28). De esta manera darse cuenta si se tiene la herramienta pertinente, la cual brindará una respuesta de manera práctica, para que por medio de esta, se pueda contar dentro de las organizaciones con las estrategias específicas, que permitan desarrollar objetivos claves, los cuales llevarán a enfocar los esfuerzos de la organización hacia la misión, visión y valores de manera congruente, para obtener un mejor estatus. Se toma de esta manera como objetivo el desarrollo de estas competencias y especialidades que obedecen a la filosofía de la Licenciatura, lo que garantiza el éxito y la calidad de la misma otorgándole un valor sobre las demás licenciaturas que compiten con ella. Planteado el contexto educativo no es de extrañarse que en este tenor se debe de tener en claro que los factores que componen o compondrán la filosofía de la licenciatura deben de estar totalmente alineados con la filosofía de la institución y en conjunto este ejercicio debe de estar siempre apuntando a alcanzar los objetivos fijados y planeados. En este marco, la planificación cumple dos roles: 1) contribuye a definir el horizonte de desarrollo de la organización y 2) permite realizar lineamientos entre las distintas unidades que la componen; es decir, fijar orientaciones y metas comunes para la acción. (Ojeda, 2013; Pág.126).

Es "La planeación en la que se define el rumbo de las organizaciones, los resultados que se desean obtener, así como las estrategias para garantizar condiciones de éxito en el logro de la misión" (Munch, 2005; Pág.5).

Definiciones de la filosofía organizacional.

Tal como se ha mencionado en este trabajo, la planeación estratégica se compone de una serie de elementos, los cuales podemos visualizar en el mismo plan estratégico, estos funcionan como un pilar para la creación de los planes. Uno de los elementos primordiales que conforman un plan estratégico es la filosofía organizacional. *“La filosofía organizacional se podría definir, como un conjunto de valores, prácticas y creencias los cuales conforman la razón de ser de una organización y estos representan el compromiso de la organización ante la sociedad”.* (Munch, 2005; Pág.29). La filosofía se compone de valores, los valores son las pautas de conducta o principios que definen la actuación de los individuos en las organizaciones. Los valores deben convertirse en actitudes y conductas, además ser compartidos y practicados por todos las personas que conforman la organización. Asimismo, la misión es la definición amplia del propósito de la organización y la descripción de negocio, ésta al igual que la visión es muy importante ya que le permite a las organizaciones mostrar su esencia y que es lo que se quiere transmitir. Es la que indica o describe el estado deseado al que se quiere llegar a ser en el futuro en la organización. Es preciso centrar el contexto adecuado de la filosofía organizacional, misión, visión y valores como parte de la Licenciatura en Comunicación Organizacional Campus Nogales, y la licenciatura como tal, se sitúa en lo referente a la educación de nivel superior en México.

Importancia de la Definición de Misión, Visión y Valores en un programa educativo a nivel superior.

El origen del pensamiento viene de la necesidad de dar sentido a la existencia a la razón de ser, es decir un propósito. En este sentido se basa el cimiento filosófico del modelo educativo, puesto que la filosofía es el punto de partida, de ella se toman el rigor, la lógica y la orientación para la vida de este, su propósito, su razón de ser. La cual marca un modelo de comportamiento organizacional que está dirigido a conseguir lo visualizado a futuro, las metas a alcanzar establecidas por cualquier previamente organismo que cuente con una filosofía organizacional. De aquí parte la necesidad de una visión clara de lo que se quiere lograr con el lapso del tiempo, pareciera no ser de mucha importancia la filosofía en una institución educativa de nivel superior, y con mayor razón en la oferta educativa, es decir la licenciatura, más sin embargo juega un rol tan importante, como la médula del cuerpo organizacional sin olvidar los demás aspectos de la filosofía como lo es la misión, el saber quién es la institución en sí y que es lo que hace día a día. Así pues se *traduce la visión, la misión y estrategia de una institución, en un conjunto coherente de indicadores de actuación, además proporcionan la estructura necesaria para un sistema de gestión y medición estratégica. Facilita la evaluación del proceso, en los aspectos claves de la institución educativa para la toma de decisiones oportunas, en pos de corregir los desvíos que impidan el cumplimiento de las metas y objetivos previstos.* Hernández (2009).

Es esencial hacer referencia a los conceptos y definiciones de misión, visión y valores pues en estos recae la razón de ser del presente trabajo, ya que hay que llevar a cabo la definición de esta filosofía, en lo que se refiere a la Licenciatura en Comunicación Organizacional, no se utilizó en su sentido estricto la palabra “creación” de filosofía, en la congruencia de que, los valores y, los objetivos trazados, las metas por alcanzar existen tácitamente, pero deben obedecer a un plan, a una estrategia, es decir los elementos culturales y físicos que componen una filosofía y le dan un sentido a la misión, a la visión y los valores, estos ya se encuentran, ya existen dentro de lo que comprende la licenciatura, será en este trabajo donde se extraiga, se seleccione y discierna estos componentes de la filosofía, es por esta razón que en este esfuerzo lo que se busca es la definición de estos componentes de la filosofía de la licenciatura como programa educativo. *Munch (2005) dice que “la filosofía organizacional es el conjunto de postulados, valores, creencias y compromisos que rigen la vida de todos los integrantes de la organización y que la Misión se convierte en la razón de ser de la organización por lo que su formulación es una de las etapas más importantes en el proceso de planeación”.* De igual manera se destaca el significado de la visión, y por lo tanto, dar un vistazo al futuro que se pretende lograr por medio de la filosofía que se establecerá, aclara que *“La visión es el enunciado del estado deseado en el futuro para la organización” (Pág.34).* Otro autor maneja en un sentido más amplio el concepto de visión y aunque está explícito para algunas empresas, esta también clave dentro de una organización educativa. *La visión es el resultado de nuestros sueños en acción: nos dice a dónde queremos llegar,* en las empresas, *la visión es el sueño de la alta*

administración, la idea de la posición que requiere alcanzar las empresas en los próximos 10 o 15 años. Se centra en los fines y no en los medios. "Para la visión lo importante es el punto a donde se quiere llegar, no es como llegar ahí. (Aceves, 2004; Pág.100). Pero hay que tomar en cuenta la esencia central de cualquier organización, el factor humano, el cual debe de estar alineado a los propósitos de la organización a la que pertenece, y dentro de este factor reside o debe residir una "esencia" que permitirá alinearse con la filosofía y, por esencia se refiere a los valores, que posee y, los deseados para la organización, el proceso de equilibrio, asimilación de los valores propios y los de la organización. "Los valores son todo lo útil, deseable o admirable para una persona, familia, grupo, organización, región o país. Son principios que norman las conductas y ciertos comportamientos específicos que se muestran con orgullo y se defienden. Los valores participan en la creación de la cultura, la cual a su vez proporciona un contexto social, una forma de actuar en la organización o en la sociedad y que son una guía para la toma de decisiones". (Aceves, 2004, p. 23).

De esta forma, el conjunto de estos factores da como resultado la filosofía, lo cual es de suma importancia encontrar estos factores dentro de la Licenciatura en Comunicación Organizacional. Centrados primeramente en el análisis del entorno y situación actual, para así utilizar las herramientas de recolección de datos y empezar a discernir, para obtener como resultado la definición de la misión, visión y valores, arrojados estos mismos por las personas que forman parte del programa educativo.

Ejemplos de misión visión y valores en Instituciones de Educación Superior.

EJEMPLOS DE MISIÓN, VISIÓN Y VALORES EN INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR					
Cuadro comparativo de Filosofía de Universidades en México y el Estado de Sonora que tienen en su oferta educativa la licenciatura en comunicación o similar.					
UNIVERSIDAD	UNIVERSIDAD AUTONOMA DE MEXICO	UNIVERSIDAD DE SONORA	TECNOLOGICO DE MONTERREY	UNIVERSIDAD AUTONOMA DE SINALOA	UNIVERSIDAD DE COMUNICACIÓN
LICENCIATURA	Ciencias de la Comunicación	Licenciatura de Ciencias de la Comunicación	Ciencias Sociales y Humanistas / Comunicación y Periodismo	Licenciatura en Diseño de la Comunicación Grafica / Licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Comunicación	Comunicación Organizacional
MISION	<ul style="list-style-type: none"> • Validez a los procesos de enseñanza y aprendizaje. • 	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad formativa. • Facultar al egresado de conocimientos, habilidades, ética profesional. • Egresado, capaz de dar solución a los problemas de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Formar personas integra, éticas y con visión. • Humanista. • Competitiva internacionalmente. • Promueve la competitividad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Formar profesionales de calidad, con prestigio social y reconocimiento internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear profesionistas competentes y creativos. • Que den solución a problemas.

VISION	<ul style="list-style-type: none"> • Consolidar a la Administración escolar de calidad, dinámica y de reconocimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lograr un grupo académico altamente competitivo. • Crear profesionistas que den solución a los problemas de comunicación en todo ámbito. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ser la institución educativa más reconocida, por el liderazgo de sus egresados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Contar con un amplio reconocimiento nacional e internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ser innovadores en enseñanza. • Crear egresados que den solución a problemas de comunicación.
VALORES		<ul style="list-style-type: none"> • Autonomía. • Libertad de cátedra y de investigación. • Compromiso con la sociedad y naturaleza. • Respeto. • Tolerancia. • Integridad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Innovación. • Visión global. • Trabajo en equipo. • Sentido humano • Integridad 	<ul style="list-style-type: none"> • Verdad. • Equidad. • Honestidad • Libertad. • Solidaridad. • Respeto a la vida y a los demás. • Respeto a la naturaleza. • Integridad. • Ética profesional. • Justicia • Responsabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad. • Honestidad. • Confianza. • Responsabilidad. • Libertad.

El análisis de coincidencias entre los elementos que componen la misión, visión y valores de las licenciaturas mencionadas en el cuadro anterior; se puede observar que dichas licenciaturas coinciden, excepto la Universidad Autónoma de México.

El resto mencionan que la ética es un elemento dentro de su misión, esto en el caso de la Universidad de Sonora y el Tecnológico de Monterrey, por otra parte la Universidad de Sonora y la Universidad de Comunicación dicen en sus respectivas misiones que parte de su propósito es dar solución a los problemas de comunicación.

Por último la Universidad Autónoma de Sinaloa y el Tecnológico de Monterrey coinciden en la competencia y reconocimiento en el aspecto internacional.

Estas universidades coinciden gran parte en los elementos que componen sus respectivas misiones.

En el caso de la visión se muestra que tres de las cinco universidades coinciden en el aspecto de contar con reconocimiento.

La Universidad de Sonora y la Universidad de Comunicación muestran que deben dar solución a los problemas de comunicación como parte de sus respectivas visiones.

La Universidad de Sonora, el Tecnológico de Monterrey y la Autónoma de Sinaloa; coinciden en el valor de la integridad.

También la Universidad Autónoma de Sinaloa coincide con la Universidad de Comunicación en los valores de honestidad y responsabilidad.

Por último, se hace evidente la coincidencia en el valor de respeto por parte de la Universidad de Sonora y la Universidad Autónoma de Sinaloa.

En conclusión las universidades nombradas en el cuadro anterior mencionan diversos elementos que conforman parte de su filosofía como organización, los cuales representan la esencia de lo que son y de lo que quieren llegar a ser como programas educativos.

Educación a nivel superior en México y Sonora

Dentro de los retos y perspectivas de la educación superior en México se ha observado una dinámica que apunta al crecimiento y diversificación en los últimos diez años, en la cual la matrícula escolar ha crecido sesenta y cinco por ciento y el nombramiento docente sesenta por ciento, esto es explicado como resultado del fomento de la educación tecnológica, la inversión privada y el desarrollo de posgrado, en contraste a las universidades públicas autónomas las cuales mantuvieron un crecimiento muy controlado.

Teniendo en cuenta el contexto general de las IES y sus ofertas académicas las cuales ya han sufrido transformaciones organizacionales que obedecen a la demanda y a los ajustes propios de la actualidad sirve de indicador o guía de las IES (*Villanueva, 2010*) en específico de la Universidad de Sonora Campus Nogales para iniciar su particular proceso de transformación organizacional, para esto es importante replantear los sistemas organizacionales de su oferta académica es decir sus licenciaturas.

En la entidad la educación terciaria transita en poco tiempo de un sistema pequeño e indiferenciado hacia uno diversificado y de amplias dimensiones. Con este telón de fondo se dan las transformaciones más importantes en las pasadas tres décadas. Hasta la primera mitad de la década de 1970, la educación superior en el estado tiene un comportamiento de lento crecimiento.

Pero a partir de la segunda mitad de esa misma década y con mayor claridad en los decenios siguientes, la educación superior cambia drásticamente su configuración, sobre todo por el aumento en sus dimensiones.

En el crecimiento del sistema, los mismos indicadores se elevan notoriamente durante estos años lo cual no es paulatino, por el contrario, sus incrementos son desiguales. En los primeros años del periodo los aumentos son suaves para acelerarse en la parte final de tercera década 1970-2004. Varios son los factores que propician la expansión del sistema, entre los más importantes figuran la urbanización e industrialización del estado; el apoyo de los diversos agentes hacia la educación superior; y la presión ejercida por los jóvenes que pugnan por nuevos espacios en el nivel superior. También está presente en la creación de nuevos puestos académicos. Ello queda de manifiesto al observar los registros de mayor crecimiento de puestos académicos (1990-2004). El ingreso de miles de estudiantes a la educación superior tiene un efecto directo en todo el sistema, ejerce una presión para la apertura de nuevas posiciones en el nivel, a la vez que permite la fundación de instituciones. La llegada de miles de jóvenes al nivel superior en Sonora no sólo amplía las dimensiones del sistema, sino que también opera como fuerza de presión para la apertura de nuevos tipos

de instituciones. En la actualidad existen más de treinta establecimientos de muy diversas magnitudes y características, desde las pioneras y abultadas instituciones, hasta recientes establecimientos de pequeña dimensión, pasando por centros de investigación y posgrado. (*Rodríguez, Treviño, Urquidi, 2007*).

CAPÍTULO III

Metodología

Diseño y enfoque metodológico

El presente trabajo a partir del diseño metodológico tiene sus bases en un ejercicio con enfoque mixto, el cual rescata del aspecto cualitativo la necesidad de obtener la perspectiva y puntos de vista de los participantes: sus emociones, prioridades, experiencias, y significados desde su visión subjetiva de acuerdo a la perspectiva que plantea Sampieri (2010) en su obra Metodología de la Investigación. Pero también recupera desde la perspectiva cuantitativa la necesidad de confirmar o no las ideas que surgen de planteamientos previamente establecidos con un análisis descriptivo a partir de una distribución de frecuencias realizado de forma muy sencilla; ya que es importante recalcar que para los objetivos de este esfuerzo aunque el diseño es multimodal, predomina más el enfoque cualitativo ya que son dos de los instrumentos utilizados con esta perspectiva (instrumento aplicado a maestros y un taller vivencial) los que aportan información de más peso a la construcción de la filosofía de la carrera.

Es importante puntualizar que la meta de la investigación mixta no es sustituir a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino más bien aprovechar las fortalezas de ambos tipos de investigación, combinándolos y tratando de minimizar sus debilidades convirtiéndolas en verdaderas áreas de oportunidad.

Con el abordaje mixto se busca obtener una perspectiva más amplia y profunda y mayor solidez y rigor a la hora de explorar y explotar la información recolectada.

Su integración y utilización conjunta nos permite realizar algunas inferencias como resultado de todo el proceso de la recolección de información; es decir, como el mismo Sampieri (2010) advierte: “Los métodos de investigación mixta son la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una `fotografía más completa del fenómeno”. p.546

La metodología cualitativa se refiere en su más amplio sentido a la investigación que produce datos descriptivos, a las propias palabras (las personas, habladas o escritas, y la conducta observable). Los estudios cualitativos los investigadores siguen un diseño de la investigación flexible iniciando sus estudios con interrogantes vagamente formuladas. En la metodología cualitativa el investigador ve al escenario y a las personas en una perspectiva holística; las personas, los escenarios o los grupos no son reducidos a variables, sino considerados como un todo, la investigación cualitativa estudia a las personas en el contexto de su pasado y de las situaciones en las que se hallan. Los investigadores cualitativos tratan de comprender a las personas dentro del marco de referencia de ellas mismas, y por lo tanto para la investigación cualitativa es esencial experimentar la realidad tal como otros la experimentan (Taylor & Bogdan, 1986).

Siendo así que se definió este ejercicio en un enfoque mixto para por una lado estar en posibilidades de conocer y explorar reacciones, sensaciones,

percepciones, ideas, puntos de vista, expectativas, deseos, creencias, sentimientos sobre la esencia de la licenciatura a través de sus agentes; como también con la utilización de instrumentos con un diseño cuantitativo para incrementar la posibilidad de generalizar los resultados. Esto se logra a través de la utilización de una serie de instrumentos que adelante se describen.

De esta forma, se procura el diseño basándonos en un método de triangulación, con la intención de incrementar la validez, al estar en posibilidades de contrastar y/o confirmar lo encontrado a partir de los diferentes instrumentos de recolección de datos, que en este caso fueron en total cuatro los utilizados. Asimismo con este ejercicio de triangulación, se logra la compensación al contrarrestar las debilidades potenciales de alguno de los métodos empleados. Además, se promueve la complementación al facilitar el obtener una visión más comprensiva sobre el planteamiento que da origen a este ejercicio.

Así, se examina de forma más holística el sentir de los actores claves en la definición de esta filosofía institucional al considerar la gran variedad de perspectivas en el análisis; lo que nos debe permitir consolidar más fielmente los argumentos que darán forma a esta filosofía.

Etapas de sensibilización

Cuando una organización está por iniciar un proyecto que se considera estratégico e importante para su futuro, es de vital importancia contar con la participación activa de todos sus miembros y es en este punto donde la comunicación organizacional se vuelve fundamental.

Bajo esta perspectiva es que se decide iniciar con una etapa clave para la sensibilización e involucramiento de los participantes. Para esto se diseñaron unos pósters alusivos a la identidad (Anexo 1) al rumbo y a la misión; los cuales fueron colocados en lugares estratégicos para que el personal docente y alumnado pudiesen verlos y empezarán a preguntarse cuál era su misión, su filosofía y no fueran sorprendidos con la realización de este proyecto. Por otro lado, como parte de las estrategias de este proyecto se aprovecharon espacios en eventos académicos donde participaron alumnos de la Licenciatura, para anunciarles la aplicación del instrumento y su finalidad, como parte del proceso de sensibilización, como lo fue el caso de un panel que tuvieron los alumnos con egresados de la licenciatura sobre experiencias en el ámbito laboral en donde participaron un total de 54 estudiantes, esto dentro de la Semana Académica de la Licenciatura en Comunicación Organizacional realizada en Octubre del 2014.

Para algunas acciones se utilizaron además cartas invitación con información básica sobre los ejercicios que se estarían realizando, en donde se promovía y alentaba su participación activa.

Paso 1.- Diseño de la investigación

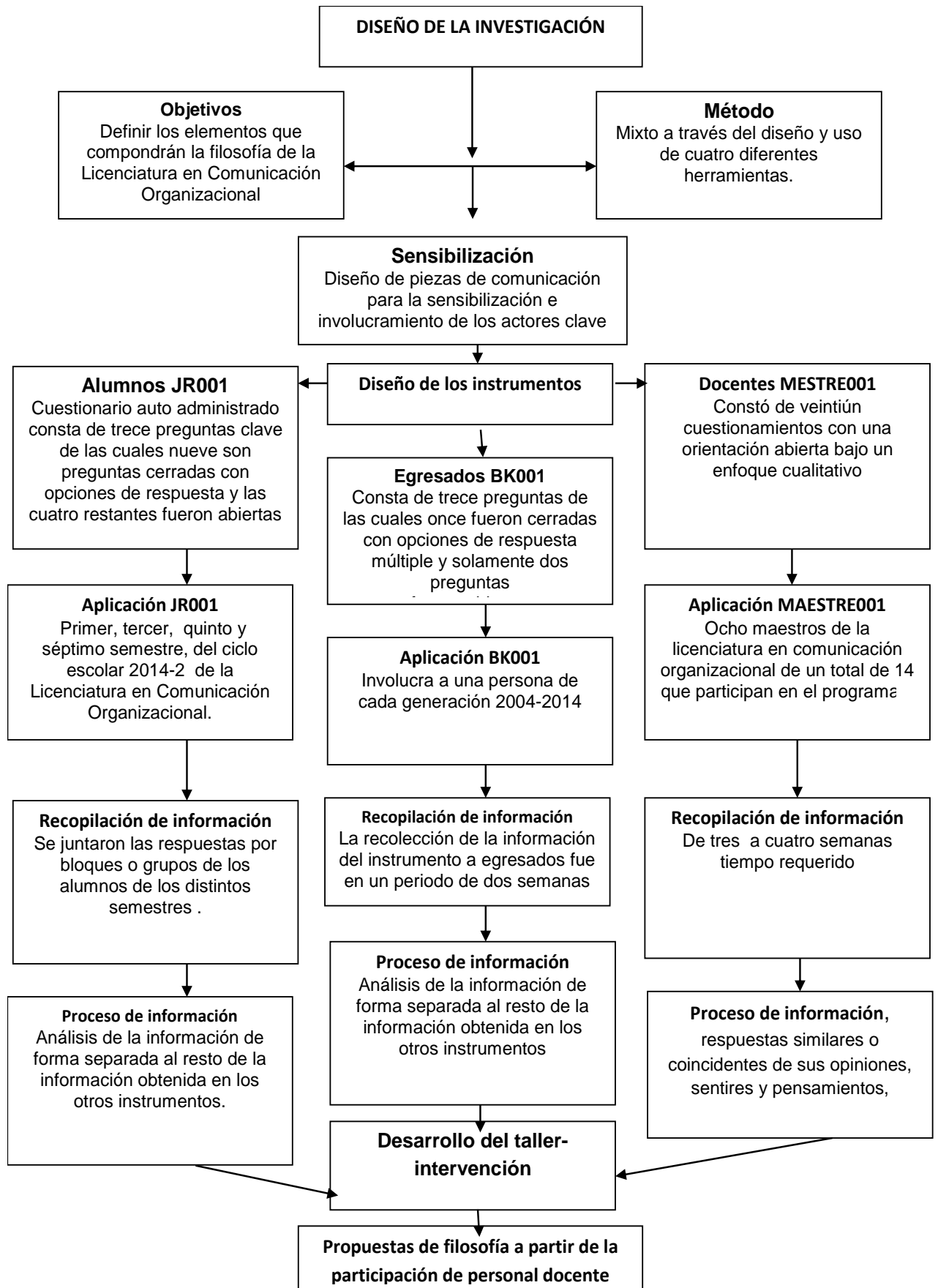
Se siguió una línea acorde a la misión de la división a la que se pertenece, así como también se procuró la alineación a la filosofía del departamento vigente al momento del ejercicio, el objetivo principal fue rescatar las diferentes perspectivas que tienen los participantes, sus emociones, puntos de vista y opiniones todas estas basadas en su experiencia al ser parte de la Licenciatura

en Comunicación Organizacional y también en la experiencia de aquellos que cursaron dicha licenciatura, es decir sus egresados, siendo esto parte esencial para la obtención de la información deseada.

Para este trabajo se utilizó como base del diseño la ejecución concurrente lo que implica la aplicación de los diferentes métodos de manera simultánea, es decir, los datos cuantitativos y cualitativos se recolectaron y analizaron más o menos en el mismo tiempo.

De acuerdo con Onwuegbuzie y Johnson citados por el mismo Sampieri (2010) los diseños concurrentes implican cuatro condiciones: se recaban en paralelo y de forma separada los datos cuantitativos y cualitativos; y su análisis no se construye sobre la base del otro análisis. p.559. Por otro lado, los resultados de ambos análisis no son consolidados en la parte de la interpretación sino que una vez recolectados y analizados de manera separada se lleva a la consolidación; para finalmente una vez de recolectados e interpretados los diferentes datos se efectúa una o varias “metainferencias” que integran las inferencias y conclusiones de los datos y resultados cuantitativos y cualitativos realizados de manera independiente.

A continuación se presente en un diagrama gráfico de forma general el procedimiento realizado en la parte metodológica:



Las acciones realizadas para el presente trabajo fueron con la finalidad de definir los elementos principales que deberán formar parte de la filosofía de la Licenciatura en Comunicación Organizacional. Para ello se tomó de referencia todos aquellos elementos que los diversos teóricos y expertos en planeación estratégica plantean deben estar presentes en la formulación tanto de la misión, visión como en la definición de los valores institucionales; de tal forma que se estableció una relación específica de estos, mismos que sirvieron de guía en el diseño de los instrumentos.

Características tomadas en cuentas para el diseño de la filosofía en función de las propuestas teóricas más recientes de expertos en planeación estratégica.

- **Propósito de trascendencia** de la licenciatura en comunicación organizacional. El participante al formar parte del ejercicio debía reflexionar y expresar para que existe hoy la licenciatura y porque tiene que seguir existiendo en el futuro.
- **Características.** Expresadas por los participantes las cuales componen a la licenciatura y las personas que la integran.

- **La satisfacción de ser y tener.** Como una serie de características que distinguen al profesional de la licenciatura en comunicación organizacional. Expresan aquellas que les hacen sentir únicos y especiales.
- **Valor distintivo.** El valor que distingue a la carrera en comunicación organizacional para que expresaran un valor distintivo en comparación de otras licenciaturas en el mercado educativo.
- **Importancia de la misión.** Denotar en opinión la importancia de tener una misión en la licenciatura.
- **Beneficios del programa.** Qué beneficios proporciona la licenciatura en comunicación organizacional.
- **Ser la carrera ideal.** Características para ser la carrera ideal.
- **Futuro.** *Lo que se busca ser en el futuro.*
- **Cualidades y ventajas para trascender.** Considerando el contexto tiempo.

Valores

Para la definición de los valores se contemplaron aspectos clave que le dan fuerza a la construcción de identidad institucional. Se consideraron:

- Valores que deben formar parte de un alumno de la Licenciatura en Comunicación Organizacional de acuerdo al perfil de egreso establecido.
- Los valores mencionados que deben inspirar a ser.
- Guías de conducta como parte de una comunidad académica especializada propuesta de asociaciones y colegios de profesionales del área.
- Los valores adquiridos del egresado al finalizar la licenciatura como parte de todo un proceso de formación integral de formación según lo plantea el proyecto curricular.

De esta forma, en cuanto a valores se consideró:

- Valores que deberían poseer
- Valores institucionales actuales
- Valores con los cuales existe identificación
- Los valores que corresponden al quehacer del comunicólogo como profesionalista.

Por otro lado, los aspectos clave considerados para obtener componentes para el diseño de la Misión fueron:

- Cumplir expectativas.
- Aspectos que se podrían reforzar.

- Factores para sentir que se forma parte de la licenciatura.
- Tener las herramientas necesarias.
- El mercado al que debe estar dirigida la licenciatura.
- Beneficios que proporciona el programa educativo.
- Cualidades que se tienen.

En este sentido el análisis se centró en:

- Retos que enfrenta hoy en día
- Propósito ¿Por qué o para qué existe?
- ¿A qué se dedica?
- ¿Cuál es su Valor agregado?
- ¿Qué se llega a sentir al formar parte del programa educativo?
- Características propias que definen al programa educativo.
- Lo que representa y significa el programa
- Quiénes son los principales competidores.
- La imagen que tiene la sociedad de su quehacer.

En cuanto a la **Visión**, los aspectos clave considerados para obtener componentes para su diseño fueron:

- A dónde se cree que se podría llegar con la tendencia de crecimiento.
- La Colocación en el mercado que se visualiza
- El posicionamiento que se desea tener.

De esta forma, el análisis se centró para la formulación de la Visión en:

- Los retos del mañana para el programa educativo.
- Visualización a cinco años en los diferentes aspectos tales como:
 1. ¿Cómo son sus alumnos?
 2. ¿Cómo son sus egresados?
 3. ¿Cómo son sus profesionistas?
 4. ¿Cómo son sus procesos de enseñanza- aprendizaje?
 5. ¿Cómo es su plan de estudio?
 6. ¿Cómo son sus maestros?
 7. ¿Cómo son sus instalaciones?
 8. ¿Cómo es su programa?

Paso 2 - Elaboración de los instrumentos de investigación

2.1. Diseño de Instrumento para alumnos activos

INSTRUMENTO JR. 001 (Anexo 2). Dicho instrumento fue un cuestionario auto-administrado para *“así obtener de manera sistemática y ordenada la información deseada de la población con la que se trabaja”* (García M.T, pág. 13) el instrumento el cual consta de trece preguntas en total de las cuales nueve son preguntas espontáneas con categorías de respuestas cerradas con opciones de respuesta las cuales fueron definidas a priori con el fin de presentarlas al alumno quien debía elegir la opción que de alguna manera describa más

adecuadamente su respuesta. Las cuatro restantes fueron preguntas abiertas. Las cuatro preguntas abiertas se establecieron con la intención de conocer la opinión que tienen los alumnos sobre contar con una misión, visión y valores propios del programa educativo que estudian; así como también con la finalidad de que señalaran cuáles serían esos valores que deben ser guías de comportamiento de la comunidad del programa educativo .

Aplicación del instrumento JR001:

El instrumento fue aplicado a los alumnos activos de primer, tercer, quinto y séptimo semestre, del ciclo escolar 2014-2 de la Licenciatura en Comunicación Organizacional. Se aplicó en un solo momento en las aulas de los respectivos grupos con la venia de los maestros al frente de los mismos, donde se mantuvo la presencia de los aplicadores para resolver cualquier tipo de duda o comentario de los alumnos que participaron en el ejercicio.

2.2. Diseño de Instrumento para egresados

De la misma manera se diseñó un instrumento para alumnos egresados llamado INSTRUMENTO KB.001 (anexo 3) que consta de trece preguntas de las cuales once fueron cerradas con opciones de respuesta múltiple y solamente dos preguntas fueron abiertas. El diseño del instrumento de egresados responde a la misma necesidad que el diseño del instrumento para alumnos. Mantener dentro de un contexto de aportación a los participantes que lo contesten Dicho cuestionario, en este caso de alumnos egresados, se consideró la elección

representativa de egresados en el sentido de involucrar por lo menos a una persona por generación del 2004 al 2014 y obtener una idea general de todas las generaciones que cursaron la Licenciatura en Comunicación Organizacional.

Aplicación del instrumento KB001

Se utilizó el correo electrónico como medio de comunicación con los egresados solicitando de su participación. A algunos de ellos se les dio el instrumento en persona y al resto por medio electrónico recalcando siempre estar en la disposición para resolver dudas según se diera el caso.

2.3. Diseño de Instrumento para docentes

Se planeó un tercer instrumento llamado INSTRUMENTO MAESTRE 001 (Anexo 4) el cual constó de veintiuno cuestionamientos con un enfoque centrado en un enfoque abierto de orden cualitativo. Se diseñó de este modo porque interesa más el criterio, opinión y sentir del docente que forma parte de la licenciatura y, como docente y algunos como especialistas en Desarrollo Organizacional, se destaca la importancia de conocer sus posturas y criterios de manera libre, el cuestionario estaba dividido de manera directa en tres grandes secciones. La primera referente a la misión, la segunda parte referente a la visión, y la tercera parte a los valores. Así mismo, esta estructura del cuestionario ayudó a contextualizar al participante. El cuestionario auto dirigido para los maestros de la Licenciatura tuvo su sustento teórico en las ideas formuladas por Martín G. Álvarez y Lourdes Münch principalmente.

Aplicación de instrumento MAESTRE001

El instrumento MAESTRE001 (Anexo 4) entregado de manera personal y física a cada maestro participante, los cuales fueron ocho maestros de la licenciatura en comunicación organizacional, incluida la coordinadora de la carrera y su maestra especialista en desarrollo organizacional el instrumento fue entregado de manera personal adjuntando también una **carta invitación** (Anexo 5) como parte del plan de comunicación que acompañó al proceso para participar en un taller de intervención para docentes. También se hizo entrega de manera electrónica, vía e-mail del cuestionario a aquellos docentes que lo solicitaron de dicha forma.

Paso 3 Recolección de la información y procesamiento de información de instrumento.

JR001-ALUMNOS

- La recolección del instrumento a alumnos fue en el momento en que terminaron de contestar el instrumento en un solo momento en modalidad de sondeo.
- Se recopilaron las respuestas por bloques o grupos de los alumnos de los distintos semestres conforme se aplicó el instrumento, se reunió toda la información.
- Al final se creó un vaciado de las respuestas dadas donde se hicieron resaltar las respuestas que tuvieron mayor mención y/o coincidencias en

las respuestas de los cuestionamientos abiertos dados por parte de los participantes.

BK001-EGRESADOS

- La recolección de la información del instrumento a egresados fue en un periodo de dos semanas conforme se dieron tiempo de terminar de contestar el instrumento dado en modalidad de sondeo.

El proceso de vaciado de información fue también principalmente resaltar las respuestas mayormente mencionadas y/o coincidencias en las respuestas de los cuestionamientos abiertos.

MAESTRE001-DOCENTES

- La recolección de los instrumentos a maestros duró un periodo aproximado de tres a cuatro semanas tiempo requerido para que pudiesen tener oportunidad de contestar en su totalidad el instrumento.
- La interpretación de la información del instrumento aplicado a docentes fue más complejo tomando textualmente las respuestas dadas y haciendo una interpretación de las respuestas, coincidentes de sus opiniones, sentires y pensamientos, las preguntas de manera cerrada del instrumento se resaltaron aquellas que tuvieron puntos coincidentes entre los actores que forman parte del programa.

Procesamiento y consolidación de la información

Una parte importante del ejercicio fue la identificación de las respuestas más coincidentes entre los tres instrumentos aplicados a alumnos, egresados y docentes; se anotaron aquellas respuestas en que había coincidencias marcadas en el caso de los valores, de manera similar en los casos conceptuales aquellas repuestas dirigidas sobre una misma intencionalidad, esto de los tres grupos de participantes.

Al final fueron estos los componentes que se retomaron para hacer la propuesta de la filosofía de la licenciatura en comunicación organizacional es decir, la misión, visión y valores.

En resumen fue importante encontrar los puntos de acuerdo, las ideas compartidas, los sentires comunes entre los participantes, aspectos que son los que se retomaron para la definición institucional.

2.4. Diseño y desarrollo del Taller-Intervención

Paso 5 Desarrollo del Taller-Intervención

Se tomó el taller como la herramienta más idónea para obtener la información deseada ya que se tenía como objetivo el promover un trabajo colaborativo.

A través de este método, cada persona observa cómo se resuelve el mismo problema por otros compañeros enriqueciendo y complementando así sus

puntos de vista y sus posibilidades. El taller fue estructurado considerando en tiempos específicos. Planeado con un total de tres horas de duración.

- En el primer momento durante el desarrollo del taller se mostraron los resultados de los instrumentos JR001(Anexo 2), BK001 (Anexo 3) y MAESTRE 001 (Anexo 4).
- En un segundo momento se prosiguió con la dinámica FODA, la cual consistía en dividir a los participantes del taller en cuatro equipos representando las letras F,O,D,A los cuales pasaban al frente a cantar una fortaleza, oportunidad, debilidad o amenaza según correspondiera haciendo parecer un duelo de canciones de rap, y en una hoja de rotafolio uno de los moderadores anotaba los comentarios aportados por los maestros en la dinámica.
- En el tercer momento de la intervención se realizó una actividad con el fin de formar la Filosofía de la Licenciatura en Comunicación Organizacional. A cada participante se le entregó un folder con cuatro formatos, formato opción valores T001 (Anexo 6), referente a anotar todas las ideas relativas a los valores que debe de tener la Licenciatura; formato opción misión T002 (Anexo 7), en la misma tónica se utilizó para anotar las ideas sobre los elementos que deben de componer la misión de la licenciatura y el formato opción visión T003 (Anexo 8) fue utilizado para anotar todo lo referente a las ideas sobre la visión de la licenciatura. Junto

a los formatos se les entregó unas hojas que contenían la filosofía, misión, visión y valores de la Universidad de Sonora a nivel general, la de la División correspondiente y la del mismo Campus Nogales, esto como apoyo, guía o base para contestar los formatos. Así los participantes respondieron sobre los elementos que componen la misión, visión y valores a criterio personal respectivamente en cada formato.

- En el último momento se entregaron tres paletas de colores a cada participante. El color verde que representa aceptación total, una de color amarillo que representaba la duda y una de color rojo que representaba la negación o desacuerdo total. Se dividió a los participantes en tres equipos, uno representando a los valores, otros a la misión y el resto a la visión. Cada equipo pasó a escribir al centro del salón los elementos clave considerados y estos eran evaluados con las paletas de colores por cada uno de los participantes, dando a conocer así, los elementos en duda en aceptación total y los de rechazo total; así como sus respectivas argumentaciones sobre su valoración. Es importante señalar que el taller que se realizó contó con la presencia de las dos únicas maestras de tiempo completo del programa en ese momento.

Capítulo IV

Resultados

Resultado de instrumento aplicado a alumnos activos

1. ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS DEBE DE TENER LA LCO PARA SER LA CARRERA IDEAL?

Pregunta	A	B	C	D	E
1	23	2	17	25	56

En la primer pregunta de la encuesta que se aplicó a los alumnos que forman parte de la carrera actualmente, se observa que la gran parte de los estudiantes participantes se inclinan a que las características que debe de tener la Licenciatura en Comunicación Organizacional para ser la carrera ideal es tener una participación activa con las diferentes organizaciones y contar con convenios laborales. También las respuestas se inclinan en contar con gran oportunidad de explotar potenciales individuales y grupales así como también consideran que debe de ser dinámica y divertida.

2. ¿QUÉ CONSIDERA QUE ESPERA UN ALUMNO AL CURSAR LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL?

Pregunta	A	B	C	D
2	36	21	24	29

Al responder la siguiente pregunta se mencionan que lo que ellos esperan al cursar la carrera en Comunicación Organizacional es tener una formación integral, ética, moral, intelectual y con valores. Otro aspecto mencionado en

segundo término es tener una formación que enseñe habilidades y conocimientos; así como tener un excelente ambiente estudiantil. Para finalizar mencionan que lo que esperan es tener una formación que les enseñe a encontrar una oportunidad de trabajo así como también tener una formación enfocada en habilidades profesionales, organizacionales e interpersonales.

3. ¿TÚ COMO ALUMNO TE SENTIRÍAS SATISFECHO SI LA LCO LLEGARA A SER O TENER?

Pregunta	A	B	C	D
3	28	25	25	42

En la siguiente pregunta se observa que los alumnos se inclinan a sentirse satisfechos si la Licenciatura en Comunicación Organizacional tuviera egresados distinguibles en el ámbito profesional, también les gustaría que tuviera calidad reconocida, por último refieren a una certificación por un sistema que avale su calidad y que sea reconocida en la comunidad.

4. ¿CON LA CARGA DE MATERIAS ACTUAL DE LA LCO, PODRÍAS ASPIRAR A?

Pregunta	A	B	C	D	E	F
4	48	32	16	13	5	8

En la siguiente pregunta los participantes consideran que con la carga de materias que tiene la Carrera actualmente podrían aspirar a ajustarse a trabajar en distintas áreas laborales multidisciplinarias; también mencionan querer conocer todos los ámbitos laborales en los que ellos se puedan desarrollar; y el

poder estar preparados para enfrentar el mundo laboral de la actualidad. Por último indican el tener experiencias sociales y de convivencia inolvidables y experiencias reales, de bagaje durante el transcurso de esta misma.

5. ¿EL TENER UN SENTIDO DE PERTENENCIA Y ORGULLO A LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL ESTO TE BENEFICIA EN?

Pregunta	A	B	C	D
5	22	26	37	25

Aquí se observa que los alumnos al concebir el sentido de pertenencia y orgullo hacia la carrera los hace tener una expresión sobre la pasión y orgullo de lo que significa ser búho de LCO. Y saber que pertenecen a una academia donde se ayudan unos a otros, después mencionan que el poder crear valores de unidad y respeto que se puedan expresar a la sociedad y sentir el apoyo de sus compañeros y de la comunidad de LCO.

6. ¿QUÉ PROPÓSITO DE LIDERAZGO Y TRASCENDENCIA DEBE SER CONSIDERADO EN LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL?

Pregunta	A	B	C	D
6	8	36	39	39

El propósito de liderazgo y trascendencia que ellos consideraron es que: Sus conocimientos profesionales, valores y actitudes hablen por si solos y hagan la diferencia en el ámbito laboral a través del tiempo, así como también el hecho de

prepararse para ser ciudadanos influyentes, guías y propositivos que los distinguen profesional, personal y socialmente del resto. La siguiente opción más mencionada es: insertar nuevas perspectivas de desarrollo organizacional en lo laboral con los conocimientos adquiridos y por último mencionan el ser punta de lanza para cambiar sistemas caducos de mando.

7. ¿QUÉ BENEFICIOS PROPORCIONA LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL A LOS ALUMNOS EGRESADOS Y A LA SOCIEDAD?.

Pregunta	A	B	C	D	E
7	19	7	13	22	48

En la siguiente pregunta se observa una relevante inclinación sobre el ser profesionistas acostumbrados al cambio organizacional y sumamente adaptables a los distintos ambientes laborales y comprometidos con mejorar su entorno o comunidad, ellos consideran que este es uno de los beneficios que les brinda la Licenciatura en Comunicación Organizacional a los alumnos y a los egresados, también ser agentes de cambio social y romper paradigmas organizacionales, crear profesionistas con sentido humano en el ámbito industrial y por último, seres humanos profesionistas y ciudadanos con sentido de responsabilidad, preocupados por su entorno y el medio ambiente, ser ciudadanos con conocimiento de sus derechos, y defensores de lo justo en aspectos laborales y sociales.

8. ¿QUÉ CUALIDADES Y VENTAJAS TIENE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL QUE LA HACE TRASCENDER EN EL TIEMPO?

Pregunta	A	B	C
8	14	48	47

Las cualidades que ellos ven que la hacen trascender en el tiempo es prepararse para los climas sociales, políticos, económicos, laborales que se presenten en su entorno y saber destacarse como LCO sobresaliente; así como también, profesionalista prominente y que los preparan con las herramientas, habilidades y conocimientos para hacer frente a los nuevos retos profesionales y distinguirse por sus raíces, búhos de UNISON Nogales de LCO. No dejando de lado el tener siempre alumnado dinámico e inigualable comprometido desde sus inicios a fomentar y expresar valores a la infancia y a la juventud.

9. ¿CUÁL CONSIDERAS ES EL VALOR QUE DISTINGUE A LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL DE OTRAS LICENCIATURAS? (¿CUÁL? Y ¿POR QUÉ?)

Esta fue una pregunta abierta, en la cual se observa que entre todos los valores que ellos mencionaron hubo una importante inclinación hacia la unión y compañerismo, otro valor mencionado por los alumnos fue la honestidad, y por último mencionan respeto, compromiso y solidaridad; seguido por humildad, responsabilidad y empatía. El siguiente cuadro muestra las repuestas textuales de los alumnos activos referentes al porqué del valor que ellos mencionaron, es

importante señalar que no todos contestaron el razonamiento por qué, y también algunos mencionaron más de una respuesta en su razonamiento:

UNIDAD /UNIÓN

- Porque en LCO se trabaja con todos unidos para las distintas actividades
- Porque ahora los distintos semestres nos hemos unidos y apoyado.
- Porque somos comunicólogos “organizacionales” crear orden en los grupos es nuestro trabajo. Así que nosotros debemos tener una unidad entre nosotros para luego crearla en los demás
- Siempre nos unimos en eventos tanto buenos como tristes, los cual nos lleva a ser organizados
- Ya que en cualquier situación los compañeros te apoyan
- Año tras año LCO se distingue por tener alumnos unidos, pues nuestras mismas carreras nos da la unión en una organización
- Porque todos somos un equipo una gran familia
- Porque todos somos uno mismo
- Porque siempre se ha visto muy unidos a los que forman parte de esta carrera
- Debido a que su perfil se caracteriza por la pasión y creatividad que tiene la sociedad de LCO como un equipo
- Aprendemos y nos ayudamos todos juntos como compañeros de carrera, sabemos compartir nuestros logros y hacer de los otros también, o bien sus logros, también son los nuestros
- Porque se ha demostrado que somos un grupo unido y dinámico
- Porque siempre estamos unidos si uno de nuestros hermanos de LCO o alguien necesita apoyo o algo siempre estamos para lo que ocupe si hay que convivir o un trabajo siempre estamos disponibles y dispuestos
- Porque los compañeros y maestros siempre nos dan su apoyo y se nos ha enseñado a trabajar en equipo y expresar nuestras ideas

HONESTIDAD

- Todos tenemos este valor
- Porque engloba las cualidades personales
- Es una de nuestras características
- Porque logras muchas cosas ya sea haciendo lo correcto

SOLIDARIDAD

- Porque nos gusta ayudar a los demás apartando nuestras ideas y/o conocimientos
- Ya que al tener siempre una buena comunicación se busca la integración en la sociedad
- Porque todos los compañeros son solidarios
- Porque nos ayudamos a comunicarnos y a interactuar inteligentemente entre la sociedad

COMPROMISO

- Tenemos un compromiso de aprender y demostrar lo importante que es la carrera como tal
- Porque tenemos compromiso con los demás personas ser mejores en nuestra carrera y para ofrecer mejores cosas y tener buenos puestos de trabajo
- Porque nos comprometemos, nos ponemos la camiseta y damos lo mejor de nosotros mismos

COMPAÑERISMO

- Somos unidos y sabemos relacionarnos, teniendo una buena actitud nos apoyamos y entendemos unos a otros
- La mayoría de los alumnos que cursamos esta carrera presentan estos valores
- Para romper con las paredes de la mala comunicación

RESPECTO

- Porque debes respetar a los demás
- Dar y recibir respeto

CONFIANZA

- Porque parte de nuestro trabajo es crearla y difundirla
- Porque sabemos lo que se hace porque estamos seguros de lo que hacemos sin temor a equivocarnos

DIVERSIÓN

- Ya que es más dinámica de las otras carreras

TRABAJO EN EQUIPO

- Porque es indispensable para un comunicólogo

IGUALDAD

- Porque en esta carrera tienes que comunicarte con todos nadie te puede caer mal

AMISTAD

- Considero que es el valor que sobresale en esta carrera porque a todos nos encanta hacer amistades

TOLERANCIA

- Porque estamos en contacto con muchas personas y debemos de tomar las opiniones de todos para poder llegar a desarrollar un buen trabajo.

DISTINCIÓN

- Ya que nos distinguimos por desenvolvemos en diferentes áreas, como se dice somos unos todo-logos

RESPONSABILIDAD

- Porque como LCO tenemos ciertos cargos que ocupan de una mayor concentración.

10. ¿CUÁLES CREES QUE SEAN LAS CARACTERÍSTICAS QUE DISTINGUEN A UN PROFESIONISTA DE LCO?

Pregunta	A	B	C	D
10	33	33	45	20

En la siguiente pregunta de la encuesta se muestra una mayor preferencia por la facilidad para las relaciones interpersonales y para generar empatía con los demás, así como también tener la capacidad de razonamiento crítico, que le permita cuestionarse los hechos que se le presenten, para analizarlos y procesarlos, que tengan creatividad e imaginación y, capacidad de trabajar en equipo, bajo presión.

FRECUENCIA DE RESPUESTAS DE LA PREGUNTA DIEZ.	
10. ¿Cuáles crees que sean las características que distinguen a un profesionalista de LCO?	
OPCIONES DE RESPUESTA	NUMERO DE COINCIDENCIAS
Creatividad e imaginación	33
razonamiento crítico de los hechos que se le presentan, para analizarlos y procesarlos	33
Facilidad para las relaciones interpersonales y generar empática con los demás	45
Capacidad de trabajo en equipo y bajo presión	20

11. ¿CONSIDERA QUE CONTAR CON MISIÓN, VISIÓN Y VALORES EN LA LCO LE OTORGA IDENTIDAD A LA CARRERA SÍ O NO Y POR QUÉ?

Esta fue una pregunta abierta, ellos consideran que sí ya que por medio de ésta se distingue y la hace diferente a las demás; también para saber hacia dónde van; qué hacer y saber que esperar de la Carrera; así como también le crea identidad. Consideran que son ejes rectores que marcan un camino y guían tanto objetivos como principios; los identifica saber su filosofía y los hace mejores profesionistas.

12. MENCIONA CINCO (5) VALORES QUE CONSIDERES DEBEN FORMAR PARTE DE UN ALUMNO DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.

Los valores más mencionados son los siguientes: respeto, responsabilidad, honestidad, tolerancia, compromiso, solidaridad. Otro valores con menos menciones fueron empatía, lealtad y unión.

FRECUENCIA DE RESPUESTAS DE LA PREGUNTA DOCE.	
12. menciona cinco (5) valores que consideres deben formar parte de un alumno de la licenciatura en comunicación organizacional.	
OPCIONES DE RESPUESTA	NUMERO DE COINCIDENCIAS
Respeto	58
Responsabilidad	55
Honestidad	51
Tolerancia	44
Compromiso	35
Solidaridad	23
Empatía	15
Lealtad	13
Unión	13

13. EN BASE A LOS VALORES QUE MENCIONASTE ANTERIORMENTE, ESTOS TE INSPIRAN A SER:

Esta fue una pregunta abierta, las expresiones fueron: ser mejor persona, trabajar con ética profesional; ser un buen ciudadano profesionalista y persona; a esforzarme en la Universidad; ser un gran comunicólogo digno representante de LCO con buenos valores; un buen egresado de la Universidad; ser mejor estudiante.

Resultado de instrumento aplicado a egresados

1. ¿DE QUÉ MANERA CREES QUE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL CUMPLE CON LAS EXPECTATIVAS PROFESIONALES DE SUS EGRESADOS?

Pregunta	A	B	C
1	3	1	6

En la primer pregunta de la encuesta aplicada a los egresados busca identificar de qué manera creen que cumple con las expectativas profesionales la LCO, se observa observar una mayor inclinación a que el mercado laboral vea como una necesidad el contar con profesionistas de esta licenciatura en sus organizaciones, así como también ser un egresado con calidad académica.

2. ¿CUÁL CREES QUE DEBE SER EL PROPÓSITO DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL?

Pregunta	A	B	C
2	3	1	6

En la siguiente pregunta se busca identificar cual creen que debe ser el propósito de la LCO, se observó que hay una inclinación mayor a opinar que es crear profesionistas con sentido humano dentro de las organizaciones, no dejando de lado el cumplir con las necesidades del mercado laboral

3. ¿CUÁLES DE ESTOS ASPECTOS Y DE QUÉ MANERA CONSIDERAS SE PODRÍAN REFORZAR EN LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EXPLIQUE?

Pregunta	A	B	C
3	6	1	3

El reactivo tres busca definir cuál es el aspecto que se podría reforzar de la LCO, los egresados mencionan que lo que falta reforzar es la parte académica de la Licenciatura, también mencionan como un factor a reforzar la parte social.

FRECUENCIA DE RESPUESTAS DE LA PREGUNTA TRES.

3. ¿cuáles de estos aspectos y de qué manera consideras se podrían reforzar en la licenciatura en comunicación organizacional explique?

OPCIONES DE RESPUESTA	NUMERO DE COINCIDENCIAS
Académico	6
Social	3
Cultural	1

4. ¿CUÁLES SON LOS VALORES QUE CONSIDERAS QUE ADQUIRISTE AL CONCLUIR LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL?

Esta fue una pregunta fue una abierta, en la cual se observan los valores predominantes los cuales son la responsabilidad; el respeto, la tolerancia la honestidad, ética y trabajo en equipo.

FRECUENCIA DE RESPUESTAS DE LA PREGUNTA CUATRO.	
4. ¿cuáles son los valores que consideras que adquiriste al concluir la licenciatura en comunicación organizacional?	
OPCIONES DE RESPUESTA	NUMERO DE COINCIDENCIAS
Responsabilidad	8
Respeto	7
Tolerancia	4
Honestidad	3
Ética	3
Trabajo en equipo	3
Profesionalismo	2
Solidaridad	2

5. ¿QUÉ FACTORES TE HICIERON SENTIR QUE FORMABAS PARTE DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL?

Pregunta	A	B	C
5	3	2	5

En esta pregunta se observa que los encuestados opinan que los factores que los hicieron sentir que formaban parte de la Licenciatura en Comunicación Organizacional fue el sentir orgullo y pasión de lo que conllevaba cursar la

carrera, así como también el sentir el apoyo académico de los compañeros y maestros.

6.- ¿CONSIDERAS QUE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL TE BRINDÓ LAS HERRAMIENTAS NECESARIAS ¿QUÉ EXIGE EL MERCADO LABORAL? ¿SI O NO Y POR QUÉ?

La siguiente interrogante fue una pregunta abierta, donde se buscaba saber si la LCO les brindó las herramientas necesarias que le exigió el mercado laboral, a lo que se respondió: (respuestas textuales)

- Abarca muchos ámbitos y las herramientas.
- Me brindó muchas herramientas.
- He podido llevar a la práctica mucho de lo aprendido.
- Su plan de estudios incluye práctica y trabajo de campo.
- Nos permitió conocer un poco de lo que encontraremos.
- Nos da una gran idea de cómo es el ámbito laboral a la hora de egresar.
- Preparados por experiencias de maestros.
- Preparados académicamente para enfrentarnos al mercado laboral.
- Reevaluar las verdaderas necesidades y requerimientos que tienen las empresas.
- Enfatizar en la actualización.

7. ¿A DÓNDE CREES QUE PODRÍA LLEGAR LCO. CON LA TENDENCIA DE CRECIMIENTO DE NÚMERO DE EGRESADOS DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL?

Pregunta	A	B	C
7	5	4	1

El reactivo siete que busca identificar a donde se considera que va la tendencia de crecimiento del número de egresados de la Licenciatura en Comunicación Organizacional, se visualiza que las opiniones se dividen en dos aspectos entre los que consideran que las organizaciones vean como una necesidad el contar con un licenciado en comunicación organizacional y los que le apuesta a que haya más difusión de lo que es la licenciatura de LCO, por lo tanto a contar con más oportunidad laboral.

8. - ¿CONSIDERAS QUE AL CONCLUIR LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL TE COLOCASTE EN EL MERCADO QUE VISUALIZABAS? ¿POR QUÉ?

La pregunta número ocho busca identificar de manera directa si los egresados se colocaron en trabajo profesional en el que se visualizaban, a lo que ellos respondieron lo siguiente. (Respuestas textuales)

- Sí, porque la carrera me encamino a lo real.
- No trabajo aún
- No, no lo encontré
- No porque lamentablemente muchas empresas desconocen la carrera.
- No, existe muy poca oportunidad laboral.

- Sí, las RRPP en México son un campo amplio.
- No

9. ¿CUÁL CREES QUE SEA EL MERCADO AL QUE DEBE ESTAR DIRIGIDA LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL?

Pregunta	A	B	C	D
9	1	0	4	3

La mayor parte de los encuestados se inclinan a que al mercado que debe de estar dirigida la LCO es al sector público.

FRECUENCIA DE RESPUESTAS DE LA PREGUNTA NUEVE.	
9. ¿cuál crees que sea el mercado al que debe estar dirigida la licenciatura en comunicación organizacional?	
OPCIONES DE RESPUESTA	NUMERO DE COINCIDENCIAS
Al sector publico	4
Otros	3
Sector privado	1

Así como también en otros sectores, explicando lo siguiente: (pregunta cerrada en la cual agregaron sus comentarios) “respuestas textuales”

- Todos los anteriores.
- A RRHH y enfocada a áreas de atención al personal y su desarrollo de RH.

- Todas las anteriores y el 3er sector también la carrera es sumamente versátil; y todos y c/u de los anteriores se comunican.
- Cualquier sector siempre y cada empresa es importante contar con un L.C.O.
- Empresas medianas y grandes donde existen procesos con personas y no solo del ámbito empresarial.
- Se observa que no consideran que vaya dirigido al sector privado ni al sector gubernamental únicamente.

10. ¿CUÁL CREES QUE SEA EL POSICIONAMIENTO QUE DEBE DE TENER LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN EL ÁMBITO LABORAL?

Pregunta	A	B	C
10	1	7	2

La pregunta número diez busca identificar cual es el posicionamiento que debe de tener la licenciatura en Comunicación Organizacional en el ámbito laboral, se observa que los egresados en su mayoría opinan que el posicionamiento que debe de tener es el formar profesionistas sumamente adaptables a los distintos ambientes laborales y a sus exigencias.

11.- ¿CONSIDERAS QUE EL HABER CURSADO LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN LA UNISON (CAMPUS NOGALES) TE HACE UN EGRESADO DE MENOR CALIDAD

EDUCATIVA A DIFERENCIA DE LAS UNIVERSIDADES PRIVADAS?

¿SI O NO Y POR QUÉ?

Es de rescatar que en todos los casos se señala que el hecho de haber estudiado este programa educativo en UNISON NOGALES no los hace menos con relación a estudiar en una institución privada. Al contrario, se destaca la calidad y buena reputación que les otorga la institución. (Comentarios textuales)

UNISON es mejor opción.
Calidad académica.
Mayor calidad.
Universidad de gran prestigio y calidad.
Egresados de mayor calidad.
La UNISON es de renombre.
Mejores maestros.
Campus Nogales cuenta con muy buenos maestros.
Los maestros están muy bien capacitados.
Campus Nogales contamos con una calidad excelente de Maestros.
Los valores obtenidos hablan por sí solos.
En UNISON te preparan muy bien para salir al mundo laboral.

Busca nuevos ámbitos para la introducción de la carrera.

12.-¿TU COMO EGRESADO ¿QUÉ BENEFICIOS CREES QUE PROPORCIONA LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL A LA SOCIEDAD Y A LAS ORGANIZACIONES DE SONORA?

Pregunta	A	B	C
12	4	0	6

La pregunta busca identificar por parte de los egresados cuales creen que sean los beneficios que proporciona la LCO a la sociedad y a las organizaciones de Sonora, en este caso vemos que las opiniones están divididas en dos aspectos, indican que los beneficios son el ser agentes del cambio social y romper paradigmas organizacionales. Así como también el crear profesionistas con sentido humano en el ámbito industrial.

Y en contraste se observó que no es considerado como un beneficio que proporcione la carrera ser profesionistas con sentido de responsabilidad.

13. COMO EGRESADO DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL ¿QUÉ CUALIDADES TIENES COMO PROFESIONISTA QUE TE DISTINGUEN DE LOS DEMÁS PROFESIONISTAS?

FRECUENCIA DE RESPUESTAS DE LA PREGUNTA TRECE.

13. como egresado de la licenciatura en comunicación organizacional ¿qué cualidades tienes como profesionalista que te distinguen de los demás profesionalistas?

OPCIONES DE RESPUESTA	NUMERO DE COINCIDENCIAS
Ética,	5
Integridad	5
Profesionalismo	5
Humanismo	5
Habilidades de comunicación	5
Actualización continua	4
Actitud proactiva	4
Responsabilidad	3
Capacidad de análisis	3
Trabajo en equipo	3
innovador	2

RESULTADO DE INSTRUMENTO APLICADO A DOCENTES

	1.- ¿Cuántos años tiene trabajando para la Universidad de Sonora Campus Nogales?		Concentrado
M1	10	Años	10
M2	6	Años	6
M3	8	Años	8
M4	3	Años	3
M5	10	Años	10
M6	10	Años, 5 meses	10
M7	8	Años	8
M8	10	Años	10
Promedio =			8 Años

	2.- ¿Y de ese tiempo cuanto ha sido parte de la Licenciatura de Comunicación Organizacional?		Concentrado
M1	10	Años	10
M2	6	Años	6
M3	8	Años	8
M4	2	Años	2
M5	9	Años	9
M6	10	Años, 5 meses	10
M7	8	Años	8
M8	10	Años	10
Promedio =			7 Años

Los siguientes resultados están redactados de manera textual respetando las respuestas tal cual fueron expresadas por parte de los docentes participantes, del instrumento MAESTRE001.

	3.- ¿Desde su punto de vista, cuáles son los tres retos que enfrenta hoy en día la Licenciatura en Comunicación Organizacional?
M1	<ul style="list-style-type: none"> • Vinculación información de formato y fondo a los alumnos de la carrera • Responsabilidad y compromiso docente
M2	<ul style="list-style-type: none"> • Destreza en segunda lengua (inglés) • Habilidades de redacción • Habilidades de lectura
M3	<ul style="list-style-type: none"> • Darse a conocer en la comunidad
M4	<ul style="list-style-type: none"> • La definición de su campo ocupacional • La internacionalización de su programa • Evaluación programa de LCO
M5	<ul style="list-style-type: none"> • Acreditación del programa LCO • La consolidación de LCO como un programa de calidad • Diseñar e implementar procesos en los programas de comunicación interna y externas de las organizaciones del sector productivo
M6	<ul style="list-style-type: none"> • Consolidarse como un programa de pertinencia social • La acreditación como un programa de calidad a nivel nacional • Garantizar la actualización y capacitación especializante en el cuerpo académico (capacitación y grados académicos).
M7	<ul style="list-style-type: none"> • Identidad y pertenencia con la carrera y la Universidad • Conocer perfil de egreso y los saberes que pueden poner en práctica en las organizaciones • 3-Que el alumno deslinda y entienda la diferencia de la carrera con la de Ciencias de la Comunicación.
M8	<ul style="list-style-type: none"> • Poca de identificación de los alumnos con el perfil • Ausencia de ubicación del perfil en el campo de trabajo • Poca difusión en la comunidad

	4.- ¿Y cuáles cree que serán los tres retos del mañana para la Licenciatura en Comunicación Organizacional?
M1	<ul style="list-style-type: none"> • Localización de nichos de oportunidad • Venta de la carrera a las organizaciones • Autogestión de los profesionistas
M2	<ul style="list-style-type: none"> • Excelencia académica involucrando habilidades de lecto escritura • Competencia laboral en ambientes laborales • Habilidades internacionales
M3	<ul style="list-style-type: none"> • Tener especialidades • Tener maestría
M4	<ul style="list-style-type: none"> • No contestó
M5	<ul style="list-style-type: none"> • La globalización de la comunicación (medios de comunicación) • La responsabilidad social de los medios de comunicación • La sustentabilidad de la comunicación en las organizaciones
M6	<ul style="list-style-type: none"> • Orientar y acentuar el plan en gestión de procesos de comunicación en ambientes de alta diversidad cultural • Orientar el Programa en el Manejo de nuevos medios de comunicación en un ambiente virtual • La evaluación constante del programa educativo con fines de garantizar la pertinencia social con relación a los cambios en las organizaciones.
M7	<ul style="list-style-type: none"> • Que los empleadores conozcan lo que un LCO puede aportar a la organización. • Actualizarse y reformarse conforme lo hacen las organizaciones • Adaptarse a las nuevas tecnologías como lo hacen las organizaciones.
M8	<ul style="list-style-type: none"> • Adecuar al mercado laboral para el LCO • Lograr mayor identificación del alumno del LCO con su perfil • Actualizar los planes de estudio

	5.- ¿En el concepto de “propósito” explique brevemente ¿Por qué o para qué existe el programa de la Licenciatura en Comunicación Organizacional
M1	<ul style="list-style-type: none"> • Abre un escenario en cualquier tipo de organización institucional e empresarial
M2	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer profesionistas con habilidad para trabajar en el clima organizacional, la comunicación y las relaciones publicas de una institución pública o privada
M3	<ul style="list-style-type: none"> • Cubrir necesidades del entorno
M4	<ul style="list-style-type: none"> • Para desarrollar en las organizaciones procesos de comunicación confiables
M5	<ul style="list-style-type: none"> • Formar profesionistas integrales en el campo científico de LCO y su parte humana, comprometidos con los procesos de la comunicación en las organizaciones y su medio (entorno y contexto)
M6	<ul style="list-style-type: none"> • Para formar profesionales con una visión global y creativa para promover de forma efectiva los procesos de gestión de comunicación en organizaciones de cualquier índole, con un enfoque humanista y visión global; convirtiéndose en un aliado estratégico para el desarrollo de las organizaciones a través de procesos de diagnóstico e implementación.
M7	<ul style="list-style-type: none"> • Para formar conocedores de la comunicación organizacional y que éste pueda ayudar en el proceso de comunicación con los clientes internos y externos de dicha organización.
M8	<ul style="list-style-type: none"> • La razón del ser del programa de LCO es atender las necesidades y requerimientos organizacionales de las empresas que existen en la región; creando modelos organizacionales modernos y adecuados a la empresa

	6.- ¿En que contribuye su trabajo como docente a la Licenciatura en Comunicación Organizacional?
• M1	• En un manejo social real de las características y comportamiento social
• M2	• Ampliar marco de ciencias sociales e instruir en lengua inglesa
• M3	• En que los estudiantes alcancen un nivel competitivo en el idioma inglés
• M4	• En fortalecer las competencias profesionales de los estudiantes
• M5	• Proporcionar conocimientos, herramientas, habilidades, competencias en su formación integral como profesionistas de la comunicación organizacional
• M6	• A sentar las bases que den cuenta del perfil profesional, formar a los estudiantes de forma integral y aportar la importancia del sentido humano de los procesos de comunicación en las organizaciones.
• M7	• En apoyar en el eje de formación básica y profesional de la carrera y básicamente en que conozcan el papel de la comunicación desde el punto de vista mercadológico, sobre todo en la parte promocional.
• M8	<ul style="list-style-type: none"> • Preparando e impartiendo clase frente grupo. Otorga asesorías de temas visto en clases. • Actualizar los programas dentro de mis posibilidades y limitantes que ofrece cada materia; sustituyendo herramientas cuidando que se cumpla los objetivos de las materias.

	7.- ¿Dentro de nuestra sociedad puede decirse que la Licenciatura en Comunicación Organizacional se dedica a?
M1	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de programas y actividades efectivas de la comunicación
M2	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajar en medios, empresas, organismos gubernamentales, en docencia, en los ámbitos de la comunicación, recursos humanos, desarrollo organizacional, relaciones públicas, publicidad
M3	<ul style="list-style-type: none"> • Solventar la demanda de jóvenes que se inclinan por estudiar esta carrera así como la demanda en el medio laboral
M4	<ul style="list-style-type: none"> • No contestó
M5	Diagnosticar, evaluar y proponer estrategias, programas, procesos en la comunicación más adecuada (interna y externa) en las organizaciones
M6	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnosticar, diseñar e implementar procesos de comunicación en las organizaciones con la finalidad de promover el desarrollo organizacional. • Crear productos comunicativos en diferentes medios presenciales, impresos, portátiles y virtuales para beneficio de las organizaciones.
M7	<ul style="list-style-type: none"> • La formación de especialistas en comunicación organizacional
M8	<ul style="list-style-type: none"> • Crear modelos organizaciones que ayuden a las empresas a lograr sus objetivos.

	8.- ¿Cuál puede decirse que es el valor agregado de la Licenciatura en Comunicación Organizacional, respecto de otras Licenciaturas en Comunicación Organizacional o similares?
M1	<ul style="list-style-type: none"> • En que esta te permite generar una necesidad en cualquier tipo de organización o institución
M2	<ul style="list-style-type: none"> • El egresado del campus Nogales es comprometido, entusiasta y leal. El plan es flexible porque ofrece optativas. Tiene materias tanto teóricas como practicas
M3	<ul style="list-style-type: none"> • Los alumnos son muy dinámicos y expresivos
M4	<ul style="list-style-type: none"> • No conozco otros programas con estas similitudes
M5	<ul style="list-style-type: none"> • El valor más grande que puede aportar un egresado de LCO es el de mostrar con su desempeño, la calidad de su formación integral como un profesionista de la comunicación organizacional
M6	<ul style="list-style-type: none"> • Las áreas de acentuación principalmente desarrollo organizacional que no es un área que se toque mucho. • El enfoque centrado en la formación integral y humanista • La duración del programa de 8 semestres. • La inclusión de talleres que permite desarrollar conocimiento y habilidades la producción en medios audiovisuales, impresos y multimedia. • La inclusión del inglés como un segundo idioma en un espacio de tipo curricular. • El programa es administrado en un campus de reciente creación, lo que permite el acceso a infraestructura de vanguardia en buenas condiciones, y con un trato casi personalizado.
M7	<ul style="list-style-type: none"> • El hecho de que sea organizacional; en mi opinión eso hace que el campo de acción de los egresados sea mucho más especializado y útil para la mayoría de las organizaciones.
M8	<ul style="list-style-type: none"> • El conocimiento de las organizaciones y la importancia de la comunicación en ellas

En la interrogante número nueve pudimos observar una elevada inclinación en su mayoría sobre lo que llegan a sentir o a percibir a lo largo del tiempo que pasan en UNISON campus Nogales es un gusto y una labor gratificante, considerando que contribuyen al futuro de los alumnos, así como también que es un trabajo y compromiso por cumplir.

9.- ¿Con relación al tiempo que pasa en UNISON Campus Nogales, usted lo que llega a sentir o percibir es?

Respuesta	Filtro
-Un gusto y una labor gratificante “contribuyo al futuro de los alumnos”	6 Repeticiones
-Un trabajo y compromiso por cumplir. (“lista de tareas por cumplir” Una tarea <i>más</i>)	3 Repeticiones
-Otro, describa: una responsabilidad con la sociedad	1 Repeticiones

10.- ¿Si tuviese que resaltar cinco características de los alumnos de la Licenciatura en Comunicación Organizacional, de las que abajo están señaladas, cuáles serían esas características?	
Respuesta	Número de menciones
Aptitud para la observación,	4
Análisis y síntesis	2
Actitud crítica y creativa	7
Habilidad para la expresión verbal y escrita	3
Capacidad de decisión	2
Interés por la lectura y la cultura en general	3
Disposición para las relaciones humanas y trabajo en equipo	7
Conocimientos básicos de comunicación humana y administración	7
Conocimientos básicos de los aspectos sociales, económicos , políticos y culturales más relevantes de la entidad y el país	5
Otras: _	
	Actitud positiva y disposición ante retos y actividades
	Agilidad mental y creatividad para resolución de actividades
	Conocimiento en el manejo de diversos medios de comunicación

	11.- ¿Qué representa para usted la Universidad de Sonora?
M1	Un espacio de análisis y reflexión de los actores sociales
M2	Una Universidad pública con mucha historia y tradición. Una gran institución
M3	Alma mater
M4	Es la máxima expresión de la educación profesional
M5	La máxima casa de estudios en el estado, con reconocimiento internacional y nacional en calidad educativa
M6	Representa un espacio que potencializa el desarrollo personal y profesional de quienes participan de ella; fuente de saber y de verdad que acerca al conocimiento propio de disciplinas que se perfilan como idóneas en una comunidad con profundas necesidades sociales, culturales, económicas, etc....
M7	Un orgullo poder pertenecer a la casa máxima de estudios del Estado de Sonora, un compromiso y un reto constante.
M8	El pódium donde expongo mis ideas y conocimientos y donde soy valorado por lo que sé y puedo hacer.

	12.- ¿Qué significa para usted Campus Nogales?
M1	Un lugar de encuentro de pluralidades
M2	Un espacio íntimo de trabajo donde las relaciones interpersonales son fuertes
M3	Un gratificante lugar de trabajo, un orgullo pertenecer
M4	Es la apertura a todos los niveles de la sociedad Nogalense a la educación profesional
M5	El espacio educativo más importante de Nogales dentro de las instituciones de educación superior
M6	Un espacio de aprendizaje e interacción entre diversos actores, en donde prevalece el respeto, la colaboración, la visión compartida, la tolerancia en una continua dinámica orientada a un compromiso social y ético con el entorno y la sociedad que nos asiste. Con un importante compromiso con la calidad.
M7	La oportunidad de pertenecer a un grupo selecto de docentes comprometidos con el quehacer universitario, interesados en compartir, aprender y crecer.
M8	La oportunidad laborar para ayudar a formar profesionistas

	13.- ¿Mencione una característica que le distingue como profesionistas de la Universidad de Sonora Campus Nogales, en comparación a profesionistas de otras instituciones educativas?
M1	La praxis vinculado con el marco teórico
M2	El trabajo dinámico. Ser profesor implica: tutorías, asesorías, clases, investigación, organización de eventos.
M3	Alumnos más competitivos y más desenvueltos
M4	El entusiasmo por la educación, el interés
M5	La responsabilidad ética profesional y social, entre otros características
M6	Sentido humanista Alto Compromiso social Creatividad
M7	Responsabilidad, compromiso
M8	Calidad humana y profesionalismo

	14.- ¿Quiénes son los principales competidores de la Licenciatura en Comunicación Organizacional en el municipio de Nogales Sonora?
M1	Cualquier ente dedicado a la comunicación que ocupa un espacio diseñado para un profesionalista de las comunicaciones
M2	La carrera de sicología en UVM, UDS y UNISON
M3	Instituto Tecnológico de Nogales
M4	La carrera de gestión empresarial en ITN
M5	Instituciones de educación superior que tengan la carrera de LCO, o que ofrezcan programas de carreras afines a LCO (comunicación organizacional) o medios de comunicación
M6	Las licenciaturas en Mercadotecnia y ciencias de la comunicación o variables en el Estado, principalmente la Licenciatura en Cs. De la Comunicación de la misma Unidad Regional Centro de la UNISON en Hermosillo. De forma local la Ingeniera en Gestión Empresarial en cierto porcentaje.
M7	DURANGO SANTANDER.
M8	ITN, UVM y UNIDEP

	15.- ¿Cuál cree usted que es la imagen que tiene la sociedad, referente a la Licenciatura en Comunicación Organizacional, de la Universidad de Sonora Campus Nogales?
M1	Limitada falta de espacios abiertos para la facultad con la vinculación social
M2	Es una imagen vaga, entre huelgas, Hermosillo y vecinos del COBACH.
M3	Una carrera enfocada a los medios de comunicación
M4	Creo que quien tiene compañeros de trabajo o son jefes de un graduado de LCO, su imagen, experiencia es muy buena, pero en general creo que la comunidad no lo conoce
M5	Generalmente la ligan estrechamente con los medios de comunicación
M6	Reconocen en sus egresados por su calidad humana, como profesionistas con un alto sentido de responsabilidad social, con conocimientos en la administración moderna que contribuye a ser un apoyo en la implementación de estrategias innovadoras que coadyuven en el desarrollo de las organizaciones. Se les ve como creativos, con conocimientos en el manejo de diversos medios que ayudan a la comunicación tanto interna como externa, perfilándose como un excelente aliado para la alta administración.
M7	Considero que tienen una buena opinión y las empresas han visto la necesidad de contar con profesionistas en esta área.
M8	No la entiende, cree que son para los medios de comunicación

	16.- ¿Escriba según su criterio los elementos que deben componer la Misión de la Licenciatura en Comunicación Organizacional?
M1	Ser generador de estrategias y de resultados efectivos en la resolución de conflictos en áreas de oportunidad en cualquier tipo de organización o institución, además de generar espacios de creativos que desarrolla la autogestión
M2	Ser opción de excelencia académica formar ciudadanos comprometidos con sociedad y medio ambiente ser una licenciatura de vanguardia global
M3	Ética, valores, compromiso social, trabajo en equipo, liderazgo
M4	N/A
M5	Formar profesionistas en LCO que sean: Emprendedores, con responsabilidad social y ecológica, comprometidos con el desarrollo sustentable, la globalización, la calidad en la mejora continua, competitivos capaces de impulsar al sector productivo de su entorno sustentados en los altos valores de calidad humana
M6	Una forma de contestar el ¿qué hacemos? ¿A quién sirve? ¿Cómo lo hacemos? ¿Para qué lo hacemos? -Brindar formación universitaria integral de calidad con fundamentos en base a valores y principios éticos como el respeto, la tolerancia, la integridad. - Promover la mejora continua de la calidad y el reconocimiento académico y social del Programa Educativo con un sentido de pertinencia. - Con orientación a personas con especial interés en formarse como especialistas en las diversas áreas de conocimiento que son campos de acción de la comunicación en el mundo organizacional en ambientes de alta competencia y diversidad cultural.

	<p>- A través de un equipo docente multidisciplinario de amplia experiencia docente y profesional, comprometido con su labor en el diseño de estrategias didácticas innovadoras centrado en el alumno que representen un reto para el aprendizaje significativo.</p> <p>- Promover en los futuros profesionistas el interés por la investigación en el área de la comunicación organizacional como una forma de contribuir al desarrollo de nuevo conocimiento que a su vez fomente el cambio y desarrollo en todo tipo de organizaciones y la gestión exitosa de la comunicación interna y externa de sus sistemas clientes en pro del desarrollo económico, cultural y social del País.</p>
M7	Los elementos más importantes del perfil de egreso crear/evaluar, implementar acciones de comunicación que ayuden y ocupen las organizaciones.
M8	Compromiso social Calidad Formación profesional

17.- ¿Cómo ve la carrera en Comunicación Organizacional en 5 años (2019)?

1.- ¿Cómo son sus alumnos?	2.- ¿Cómo son sus egresados?
<p>M1.- Los Los alumnos seguirán siendo siempre alumnos (No. de folio) en la lista lo importante son los estudiantes.</p> <p>M2.- Con facilidad de palabra, de fácil aprendizaje, dinámicos.</p> <p>M3.- Muy dinámicos y creativo.</p> <p>M4.- Creativos, comunicativos, comprometidos, entusiastas</p> <p>M5.- Son estudiantes con alto sentido de responsabilidad, comprometidos con su propio proceso de enseñanza-aprendizaje, creativos, de compromiso social e interés por la cultural general y en el desarrollo de habilidades que les permita convertirse en verdaderos gestores de la comunicación interna y externa de cualquier tipo de organización: pública o privada, sin fines de lucro o con fines de lucro, etc. Con orientación a las nuevas tecnologías de la comunicación y la información.</p> <p>M6.- Estudiantes funcionales.</p>	<p>M1.- Es un profesionalista, con valores y ética profesional en el conocimiento de la comunicación organizacional, capaz de producir e instrumentar un proceso de comunicación en una organización</p> <p>M2.- Ocupando puestos gerenciales o dueños de sus propios negocios</p> <p>M3.- Emprendedores</p> <p>M4.- Están en política empresas y también han creado sus propias empresas.</p> <p>M5.- Son personas competentes y responsables de los procesos de comunicación, asesoría y capacitación en los que le toca participar realizando diagnósticos y proponiendo soluciones con apego a los objetivos organizacionales con el diseño de acciones estratégicas evaluando la pertinencia, la innovación, la efectividad de lo que se propone bajo una perspectiva sistémica, con un enfoque orientado a la búsqueda de la verdad.</p>

<p>M7.- Son alumnos en su mayoría muy activos y creativos, con una actitud positiva.</p> <p>M8.- Son inquietos, llenos de energía, perseverantes; el perfil de los alumnos de LCO es único, muy diferentes a de otras carreras, ellos aprenden de forma divertida, dinámica; tienen poca concentración, creo que la falta de matemáticas en su carrera es causa de que la elección de alumnos con el perfil descrito.</p>	<p>M6.- Somnolientos</p> <p>M7.- Son egresados en su mayoría mucho más maduros y centrados, trabajan la mayoría.</p> <p>M8.- Responsables, comprometidos, profesionales, su energía se enfoca en colocarse en el mercado laboral que no puede comprenderlos.</p>
<p>3.- ¿Cómo son sus profesionistas?</p>	<p>4.- ¿Cómo son sus procesos de enseñanza- aprendizaje?</p>
<p>M1.- Son competitivos respecto a sus conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para desarrollarlos y producir procesos de comunicación en las organizaciones.</p> <p>M2.- Dinámicos con alto uso tecnológico.</p> <p>M3.- Competentes.</p> <p>M4.- Reconocidos por su calidad,</p>	<p>M1.- Apegados a la forma y maneras de como el estudiante aprende y se adueña del conocimiento, para crear sus competencias dentro de su formación integral que le permitan aplicar en la solución de sus problemas.</p> <p>M2.- No contestó</p> <p>M3.- Prácticos</p>

<p>trabajadores, responsables, cultos.</p> <p>M5.- Son profesionistas con un alto sentido de la innovación y responsabilidad social, con un enfoque orientado a la efectividad, el respeto a la diversidad cultural, de compromiso ético en el manejo de los diversos medios de comunicación con especial énfasis en la gestión de la comunicación a través de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información con el firme propósito de impactar en el desarrollo económico, social y cultural de la sociedad en la que participa.</p> <p>M6.- Entusiasmados pero visión corta.</p> <p>M7.- Creativos, trabajadores y sin miedo a los retos</p> <p>M8.- Pocos pero de alta calidad, comprometidos con su carrera.</p>	<p>M4.- Dinámicos, de vanguardia, mucha tecnología, pero sin perder el lado humano.</p> <p>M5.- Orientados al alumno y el aprendizaje significativo, con énfasis en el trabajo colaborativo, con esquemas de trabajo que representen un reto al aprendizaje, y con la visión de fomentar conocimientos, habilidades, actitudes y valores acordes al perfil profesional.</p> <p>M6.- Dirigido a la funcionalidad más que a la esencia.</p> <p>M7.- En mi opinión ad-hoc a lo que el programa pide, en base a eso se crean estrategias para cada tema así como recursos que se analizan en un aula que cumple con los requerimientos ambientales y técnicos para que pueda fluir mejor el proceso de enseñanza aprendizaje y por medio de proyectos/tareas/actividades se mide la retroalimentación para evaluar si el proceso se ha cumplido.</p> <p>M8.- Modernos, de alta calidad, aunque en ocasiones muy forzado debido al dinamismo del perfil de alumnos, ellos quisieran que todo</p>
---	--

	fuera juego; quieren aprender de formar “divertida” y eso compromete el “aprendizaje”
5.- ¿Cómo es su plan de estudio?	6.- ¿Cómo son sus maestros?
<p>M1.-Adecuado a la que demanda la sociedad, el entorno y el sector productivo comprende, 5 ejes en la formación integral del profesionista de LCO. "Ejes: común, básico, profesional, especializante y el integrador"</p> <p>M2.- No contestó</p> <p>M3.- Completo.</p> <p>M4.- Aun más flexible incorpora tópicos de actividad como medio ambiente, competencias interculturales. Más materias en inglés.</p> <p>M5.-Orientados bajo un modelo educativo que busca convertir al estudiante en el centro de los procesos de enseñanza-aprendizaje. Innovador, de pertinencia social en apego a la formación de profesionistas que coadyuven en el desarrollo a través de echar mano de prácticas escolares que fomenten verdaderamente el desarrollo de habilidades y actitudes en los estudiantes que les permitan ser competitivos en el mercado laboral.</p>	<p>M1.-Excelentes docentes y buen profesionista en su campo.</p> <p>M2.- Muy capaces</p> <p>M3.-Mejor preparados con muchas investigaciones</p> <p>M4.- Profesionistas de compromiso ético y social con la labor que realizan, de amplia experiencia profesional en diversos ámbitos de la comunicación humana y organizacional, conocedores de las nuevas tendencias de la comunicación a nivel mundial, con habilidades en el manejo de diversos softwares especializados que favorecen el diseño de mensajes y la administración de diversos medios de comunicación en las organizaciones.</p> <p>M5.- Funcionales</p> <p>M6.-Son compañeros capaces y con actitud de cooperación, interesados en los alumnos e</p>

<p>M6.- En documentos, efectivo en la praxis, poco resultado.</p> <p>M7.- Considero que es nuevo/ vigente y en su mayoría apropiado.</p> <p>M8.-Hace 10 años era excelente, hoy requiere una actualización, en área que es la de tecnología es donde más de noto esa actualización.</p>	<p>integrados con la universidad y la carrera.</p> <p>M7.-Profesionales, capacitados y comprometidos con la carrera, pero creo que les falta actualización en las áreas de la carrera. Todas las capacitaciones que reciben son generales en el procesos enseñanza aprendizaje, creo que falta hacerlos más específicos en LCO</p> <p>M8.- No contestó</p>
<p>7.- ¿Cómo son sus instalaciones?</p>	<p>8.- ¿Cómo es su programa?</p>
<p>M1.-Adecuadas, cubren las necesidades básicas para su formación profesional.</p> <p>M2.- No contestó</p> <p>M3.- Adecuadas</p> <p>M4.- Renovadas, con equipos nuevos</p> <p>M5.- Adecuadas en las NTICS</p> <p>M6.- Modernas, acordes a las necesidades académicas que el programa educativo demanda. Las cuales favorecen los procesos de</p>	<p>M1.- Actualizado con el entorno y el contexto de las organizaciones del sector público y privado</p> <p>M2.- No contestó</p> <p>M3.- Excelente</p> <p>M4.- Fuerte, certificado, avalado, conocido por sus profesores y alumnos.</p> <p>M5.- Diseñado a responder a</p>

<p>enseñanza y aprendizaje en un ambiente de dinamismo y seguridad que estimula la creatividad, el cuidado de la naturaleza.</p> <p>M7.-Muy buenas, nuevas y en buenas condiciones.</p> <p>como las sala de la Mac, pero no se puede hacer mucho con 8-10 Mac</p> <p>M8.- Excelente calidad, suficientes para los alumnos, en ocasiones desaprovechadas como las sala de la Mac, pero no se puede hacer mucho con 8-10 Mac</p>	<p>necesidades específicas.</p> <p>M6.- El programa favorece la incorporación de procesos de docencia, investigación y extensión, de manera eficiente, con base a nuevos conocimientos científicos, tecnológicos y humanísticos. Es flexible, promueve el aprendizaje centrado en el alumno. Está actualizado a las necesidades que demanda el mercado. Con un enfoque centrado a desarrollar profesionistas de competencia con un enfoque global.</p> <p>M7.- Vigente, ambicioso y pertinente.</p> <p>M8.- Completo pero le hacen falta adecuaciones a la demanda actual del mercado laboral</p>
--	--

	18.-Mencione tres valores que deberían poseer los alumnos y egresados de la Licenciatura en Comunicación Organizacional
M1	Compromiso académico Disciplina Responsabilidad
M2	Compromiso social Honestidad Valentía
M3	Responsabilidad Independencia Creatividad
M4	Responsabilidad Capacidad de organización Trabajo en equipo
M5	Amor a su carrera Libertad en su creatividad Honestidad
M6	No menciona
M7	1-Creatividad 2-Flexibilidad 3-Integridad
M8	1 Compromiso social 2 Profesionalismo 3 Calidad en su trabajo

Frecuencia de los valores mencionados	
Responsabilidad	3
Compromiso académico y social	3
Creatividad	3
Honestidad	2
Flexibilidad	1
Integridad	1
Disciplina	1
Valentía	1
Independencia	1
Capacidad de organización	1
Trabajo en equipo	1
Amor a su carrera	1
Profesionalismo	1
Calidad en su trabajo	1
Responsabilidad	3
Compromiso académico y social	3

	19.- ¿-Considera que los valores institucionales, actuales, son guías de comportamiento para la Licenciatura en Comunicación Organizacional Campus Nogales, sí o no y por qué?
M1	En teoría sí
M2	No , porque no son realmente difundidos
M3	Sí , porque concuerda con el programa en cuanto al reflejo que se aprecia en el comportamiento
M4	Si , de manera generalizada nos incluye a todos los que participamos en la universidad todas nuestras funciones están apoyadas en esos valores
M5	No contestó
M6	Si , de alguna manera son aplicables a todas las licenciaturas del campus y hablando de comunicación creo que es importante agregar la creatividad
M7	Los valores institucionales son el eje central de todos los programas de la Universidad, son una gama de calidades excelsas que deben de cumplir los profesionales que egresan de la Universidad; creo que estos cumplen con todo lo deseable en un LCO. (nota personal, aunque quieran tienen que basarse en ellos)
M8	Si están adecuados a las necesidades de la sociedad y del sector productivo

	20-Enliste por orden de importancia según su consideración 5 valores con los cuales se identifique la comunidad académica que trabaja para la Licenciatura en Comunicación Organizacional.
M1	Sensibilidad Deseos Pragmáticos Interesados
M2	Trabajo arduo Responsabilidad Honestidad Lealtad Compromiso
M3	Responsabilidad Excelencia profesional Liderazgo Creatividad Trabajo en equipo
M4	Integridad Respeto y tolerancia Responsabilidad social Legalidad Compromiso con la naturaleza
M5	Calidad Autonomía

	Responsabilidad Competitividad Trabajo en equipo
M6	No contestó
M7	1-Aprendizaje 2-Entrega 3-Productividad 4-Seguridad 5-Servicio
M8	1 Profesionalismo 2 Integridad 3 Calidad en el servicio 4 Compromiso 5 Dedicación

Sobresalen los valores de responsabilidad social y calidad.

21.- ¿Los valores que previamente enlistó, ¿considera que corresponden a la imagen que tiene de la Licenciatura en Comunicación Organizacional? Si o no y por qué?	
M1	No porque nos quedamos en deseos buenas intenciones
M2	Si porque es lo que los maestros comunican con su cátedra y actividades. Es lo que el alumno percibe
M3	Sí, porque los alumnos se han encargado de transmitir esa imagen a la sociedad
M4	Si
M5	Si, están de acuerdo con la congruencia y los valores de la unidad campus Nogales y de la universidad de Sonora
M6	<p>Sí, creo que tanto mis compañeros como yo estamos en un constante aprendizaje dentro y fuera del aula, en cursos, en academia, etc.</p> <p>Nos entregamos día a día a nuestro quehacer como docentes, somos productivos en clase, en el área de investigación y en Academia. Tenemos seguridad en lo que hacemos y en lo que hacen los demás, incluyendo en lo que pensamos y creemos de nuestros alumnos.</p> <p>Nuestra actividad como docentes es de servicio y constantemente lo ejercemos y no solo dentro del aula sino que también en tutorías, asesorías, cooperando con otros compañeros en proyectos, actividades, etc.</p>
M7	Claro, primero porque fueron enlistados en pensado en los académicos que trabajan en LCO. Es lo que veo en los pasillos diariamente
M8	No contestó

Resultados del taller- intervención

(FODA)

El cuadro que se muestra a continuación (FODA) hace referencia a los resultados de la dinámica, donde los maestros participantes aportaron lo que consideraban ellos fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la Licenciatura en Comunicación Organización, en el cuadro se muestra tal cual fueron sus respuestas las cuales las anotaron en el formato filtro. (Anexo 9)

<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none">*Perfil Profesional del LCO*Áreas emergentes para el LCO*Sentido de pertenencia*El CO tiene bien puesta la camiseta.*Infraestructura para el desarrollo del programa de LCO.	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none">*Oportunidad laboral*Perfil necesario en las organizaciones (perfil demandado).*Única carrera en el estado.*La carrera es de bajo costo y de educación especializada.
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none">*Falta de acercamiento industrial hacia la carrera.*Falta de material bibliográfico*el mercado laboral no sabe qué es un LCO*Diversidad de maestros, por lo tanto falta de capacitación especializada para la carrera.*Falta de capacitación en áreas académicas.*Falta de maestros de tiempo completo de la carrera.*Bajo nivel de titulación en la carrera.	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none">*Falta de preparación en Medios digitales.*El estudiante no sabe venderse profesionalmente.*Falta de posgrados y ofertas para este perfil.*Pocas opciones de titulación de la carrera.

Valores mencionados (Taller)

Estos valores fueron propuestos por los maestros participantes en el taller, en la dinámica el semáforo, valores alineados a la licenciatura en comunicación organizacional.

A continuación se muestran los valores seleccionados de forma destacada por los docentes de la licenciatura.

- 1) Honestidad
- 2) Respeto
- 3) Tolerancia
- 4) Trabajo en equipo
- 5) Responsabilidad
- 6) Compromiso
- 7) Ética
- 8) Integridad
- 9) Mejora continua

El formato lluvia de ideas para los valores se les dio al inicio del taller, estos fueron utilizados por los equipos de maestros que fueron formados para las dinámicas, con la finalidad de que aquí anotaran todas las ideas que se le vinieran a la mente con respecto a los valores que consideraran que podían formar parte de la filosofía organizacional de las Licenciatura, para después pasar y anotarlas en los rota-folios frente al grupo y posteriormente ser sometidos a consideración.

A continuación se muestran los valores que consideraron los maestros que deberían de estar en la licenciatura en comunicación organizacional.

12) LLUVIA DE IDEAS

12) (Anotar todas las ideas que vengan a su mente sobre los valores que debería de tener la filosofía de la Licenciatura Comunicación Organizacional)

Valores

Ética
Responsabilidad social
Compromiso
Tolerancia
Justicia
Integridad
Mejora continua (Actualización)

El formato lluvia de ideas para la misión, fue con la finalidad de obtener de los maestros de la Licenciatura en Comunicación Organizacional toda la información que consideraban que podía formar parte la misión de la carrera.

A continuación se muestran los conceptos que los maestros consideraron que debía ser parte de la misión de la licenciatura en comunicación organizacional.

LLUVIA DE IDEAS

(Anotar todas las ideas que vengan a su mente sobre los conceptos que debería de tener la misión de la filosofía de la Licenciatura Comunicación Organizacional)

Es la razón de ser de la Licenciatura ¿Para qué existe?

MISIÓN:

Responsable en el entorno social
Formación con altos valores
Contracción y difusión de conocimiento especializado
Sustentabilidad
Compromiso social
Programas de alta calidad
Formación integral
Sustentabilidad

El formato lluvia de ideas para la visión fue diseñado con la finalidad de obtener por parte de los maestros participantes del taller toda la información que consideraran que debe estar en la visión de la licenciatura en comunicación organizacional.

A continuación se muestra los elementos que consideraron los maestros que debieran de estar en la visión de la licenciatura en Comunicación Organizacional.

LLUVIA DE IDEAS

(Anotar todas las ideas que vengan a su mente sobre los conceptos que debería de tener la visión de la filosofía de la Licenciatura Comunicación Organizacional).

Es el sueño que espera llegar la Licenciatura en el futuro.

VISION:

Reconocimiento.
Compromiso y desarrollo sustentable.
Que sea socialmente pertinente.
Actualización continua.
Fomentado la formación integral.
Vinculado a los diferentes actores.
Integración enfocada a la propia área de conocimiento.
Reanudar el programa a ambientes virtuales.

Capítulo V

Análisis y discusión

En base a los resultados obtenidos de los distintos instrumentos aplicados a los diferentes grupos, de la Licenciatura en Comunicación Organizacional, en este caso siendo: plantilla de maestros de la carrera, egresados de las diferentes generaciones así como también alumnos activos de la licenciatura ya mencionada se obtienen las siguientes aportaciones.

Los instrumentos BK001, JR001, MAESTRE001 y Taller, se diseñaron específicamente cada uno de ellos para obtener los elementos que se consideraron clave para la elaboración de la propuesta de la misión, visión y valores de la Licenciatura en Comunicación Organización. Enseguida se muestran los valores que se mencionaron en dichos instrumentos, estos valores fueron los más sobresalientes y con recurrencia en los cuatro instrumentos mencionados anteriormente.

Los siguientes valores están dispuestos en orden de importancia o recurrencia siendo el número uno el más importante y así consecutivamente, siguiendo la información de los cuatro instrumentos antes expuestos.

- 1) Honestidad**
- 2) Respeto**
- 3) Tolerancia**
- 4) Trabajo en equipo**
- 5) Responsabilidad**
- 6) Compromiso**
- 7) Ética**
- 8) Integridad**
- 9) Mejora continua**

El siguiente apartado hace referencia a la visión, siguiendo la línea que se obtuvo de la participación de los maestros en el taller se dispusieron en los siguientes apartados las respuestas obtenidas de los cuatro instrumentos, KB001, JR001, MAESTRE001 y Taller. Los siguientes elementos fueron los que se seleccionaron, al ser los que tiene mayor coincidencia en las respuestas que nos dieron en los instrumentos. (Respuestas textuales)

Referente al conocimiento se tomaron los siguientes elementos de las respuestas: excelencia académica, competencia laborales, habilidades internacionales, empleadores conozcan lo que un LCO aporta a la organización, identificación del alumno con el perfil de LCO. Egresados distinguibles en su profesión y en el ámbito laboral.

Referente al compromiso y desarrollo sustentable: Autogestión de los profesionistas.

Referente a lo socialmente pertinente: Nichos de oportunidad, adecuar el mercado laboral para LCO. Creando sus propias empresas, que las organizaciones vean como una necesidad contar con un LCO.

Referente a la actualización continua y ambientes virtuales: Adquirir especialidades, tener maestría, globalización de los medios de comunicación, nuevos medios de comunicación, ambientes virtuales, actualización de plan de estudios, orientado a nuevas tecnologías.

Referente a la integración enfocada a la propia área del conocimiento: Alto sentido de responsabilidad, con valor y ética profesional en LCO. Orientado a la

búsqueda de la verdad, mejor personal con ética profesional, gran comunicólogo, esfuerzo universitario.

Para la construcción de la propuesta de la misión se tomaron en cuenta los resultados más significativos obtenidos de los instrumentos BK001, JR001, MAESTRE001, y Taller. Los cuales se muestran a continuación con los temas principales y los derivados que surgen a raíz del tema principal.

Referente a la formación profesional integral:

Formar profesionistas integrales, en el campo científico comprometidos en procesos de comunicación en su entorno y contexto.

Formar profesionistas en LCO emprendedores con responsabilidad social y ecología con desarrollo sustentable, calidad, mejora continua, competitivos, que impulsen el sector productivo, altos valores de calidad humana.

Formación universitaria integral de calidad, principios éticos, respeto, tolerancia, integridad y sentido de pertenencia.

Responsables, cultos, alto sentido de innovación, responsabilidad social, y respeto a la diversidad cultural.

De alta calidad, comprometidos con su carrera.

Con excelentes docentes compañeros capaces, con actitud de cooperación, interesados en los alumnos, comprometidos con la carrea.

Crear profesionistas con sentido humano dentro de las organizaciones.

Preparación para los climas sociales, políticos, económicos, laborales, que se presentan en nuestro entorno y saber destacarse como LCO, sobresalientes así como también profesionistas prominentes.

Conocimientos profesionales, con valores y actitudes que hablen por si solos y hagan la diferencia en el ámbito laboral a través del tiempo.

Ser ciudadanos incluyentes guías y propositivos que hacen una distinción profesional, personal y social.

Referente al enfoque global:

Ser una licenciatura de vanguardia global.

Formar profesionistas con visión global y creativa.

Enfoque humanista y visión global.

Conocedores de las nuevas tendencias a nivel mundial.

Referente a la responsabilidad entorno social:

Ser agentes de cambio social y quebrar paradigmas organizacionales.

Desarrollo económico, cultural y social de país.

Compromiso social, calidad, formación profesional.

Formar ciudadanos comprometidos don la sociedad y el medio ambiente.

Ética, valores y compromiso social.

Cubrir necesidades del entorno.

Atender las necesidades y requerimientos organizacionales de las empresas de la región, adecuado a lo que demanda la sociedad.

Referente a la solución de problemas:

Generador de estrategias y de resultados efectivos en la solución de conflictos en cualquier tipo de organización.

Referente a la concentración y difusión del conocimiento especializado (docente):

Ajustarse a trabajar en distintas áreas laborales “multidisciplinar”.

Apegados a la forma como el estudiante aprende.

Dinámicos de vanguardia con mucha tecnología, orientados a los alumnos y al aprendizaje significativo, Ha doc a lo que el programa pide, cumple con los requerimientos ambientales y técnicos, modernos y de alta calidad.

Equipo docente multidisciplinario, con experiencia, comprometido con estrategias didácticas innovadoras.

Promover en profesionistas interés por la investigación.

Desarrollo de programas.

Crear productos comunicativos en diferentes medios.

La formación de especialistas en LCO.

Crear modelos organizacionales.

Procesos de enseñanza innovadora de pertinencia social, competitivos en el mercado laboral, nuevo y vigente con actualizaciones.

Generar espacios creativos de desarrollen la auto gestión.

Interés en formar especialistas en diversas áreas en ambientes de alta competencia y diversidad cultural.

También es importante señalar dentro de este apartado que los resultados obtenidos mediante la utilización de los instrumentos antes mencionados, resultó una coincidencia significativa en cuanto a los valores conseguidos respecto del decálogo del comunicólogo realizado por Asociación de Profesionales en Comunicología, A.C. esto otorga al presente trabajo una confirmación de su confiabilidad y veracidad de sus resultados denotando la similitud del perfil del Comunicólogo de la Licenciatura en Comunicación Organizacional de la Universidad de Sonora Campus Nogales en relación al decálogo o los valores profesado por la Asociación de Profesionales en Comunicología, A.C.

A continuación se muestra el decálogo de la Asociación de Profesionales en Comunicología, A.C.

Decálogo del Comunicólogo

- Procurará un actuar prudente en todas sus relaciones sociales.
(Prudencia)
- Buscará el bien de interés común por encima del individual.
(Solidaridad)
- Procurará el crecimiento y desarrollo personal y profesional de las Personas con quienes mantenga relación, haciendo uso de sus Conocimientos personales y profesionales. **(Servicio)**
- Respetará la dignidad humana y profesional de cualquier persona con la que establezca relación, así como sus derechos, aun cuando esto Contravenga los intereses de un cliente o los propios. **(Respeto)**
- Utilizará sus conocimientos sin dolo o alevosía, o en perjuicio de Terceros evitando siempre la manipulación de cualquiera persona.
(Honestidad)
- Mantendrá la confidencialidad absoluta de la información que se le Proporcione en términos profesionales. (Pudor)
- Realizará su actividad con imparcialidad, buen juicio y siempre en Beneficio real de la sociedad en que está inmerso, de tal forma que los Problemas y limitaciones personales no influyan en su desempeño Profesional. **(Justicia)**

- Llevará a cabo su trabajo con competencia, esmero y dignidad.
(Laboriosidad)
- Se mantendrá continua y constantemente actualizado sobre los Avances científicos y tecnológicos referentes a su quehacer profesional.
(Profesionalismo)
- Rehusará tareas y/o retribución material por servicios que excedan su Competencia profesional. **(Profesionalismo)**

(Asociación de Profesionales en Comunicología)

Capítulo VI

Conclusiones

Se concluye que se obtuvieron los elementos necesarios para la construcción de los valores de la licenciatura, tales como la honestidad, el respeto y la tolerancia siendo estos los de mayor trascendencia para quienes componen la licenciatura.

Los siguientes elementos resultaron los más importantes para la misión: formación de profesionales integrales, enfoque internacional, así como también la responsabilidad con el entorno social.

El reconocimiento, la actualización continua y el enfoque global fueron los aspectos sobresalientes para la visión.

También es importante señalar y sugerir que a pesar de que las herramientas usadas para recolectar la información cumplieron su propósito, se sugiere por las dificultades encontradas utilizar la entrevista dirigida para recabar información, esto agilizaría las cuestiones de tiempo, agenda y compromiso, esto en el caso particular de los docentes de la licenciatura.

Asimismo, es importante señalar que se encontró muy poca información sobre la filosofía en licenciaturas de educación superior en México, lo que nos habla precisamente de que es un ejercicio que sigue siendo necesario hoy en día en el sector de la educación superior.

Para llevar a cabo la realización de la definición de la filosofía y valores como parte del plan estratégico en la Licenciatura de Comunicación Organizacional, se presentaron las siguientes limitaciones:

La necesidad de sujetarse a la agenda de trabajo del personal docente que en el momento atendían su primer proceso de acreditación.

La dificultad para ubicar egresados representantes de diferentes generaciones.

La poca disponibilidad de tiempo por parte de los egresados de la licenciatura por su misma agenda laboral.

Así pues esta tesis tiene como objetivo encontrar los elementos primordiales y necesarios para crear la filosofía de la Licenciatura en Comunicación Organizacional, para lo cual se realizó primeramente una serie de instrumentos diseñados para los diferentes participantes, maestros, alumnos, egresados con la finalidad de reunir y obtener la información necesaria para encontrar los elementos que compongan la filosofía organizacional de la licenciatura, en la cual se pudo observar varias coincidencias y reiteraciones de los diferentes aspectos que los participantes consideran primordiales e importantes para la creación de la filosofía de la Licenciatura en Comunicación Organizacional; es decir, se hace evidente que los diferentes grupos clave que forman parte del grupo académico que le dan sentido y fuerza al programa educativo, se desarrollan y mantienen ideas, sentires, perspectivas, etc... coincidentes, que van en el mismo sentido; lo que se visualiza como una gran fortaleza, que sin duda ayudará para que la filosofía tenga sentido para todos.

Capítulo VII

Propuesta de misión, visión y valores

MISION

Formar profesionistas con una preparación académica de calidad que le permita implementar acciones de comunicación en las organizaciones, siendo así generadores de estrategias y dando importancia al sentido humano; comprometidos con la sociedad, capaces de diagnosticar, diseñar, aplicar y evaluar soluciones a las problemáticas de comunicación que se presenten en entornos diversos de las organizaciones, mediante métodos y técnicas apropiadas que le permitan actuar y convivir en escenarios multiculturales y multidisciplinarios.

VISIÓN

La licenciatura en comunicación organizacional está comprometida con las necesidades de su entorno cambiante adaptándose a las nuevas tecnologías, e introduciéndose a los nuevos nichos de oportunidad y pertinencia social, preparando a estudiantes de excelencia académica con habilidades internacionales y competencias en ambientes globales, comprometidos con la sociedad como ciudadanos del mundo.

VALORES

HONESTIDAD

Forjados en la luz de la verdad, la cual guía las expresiones, ideas para obrar con rectitud y probidad dentro de la licenciatura, campus y sociedad.

COMPAÑERISMO Y TRABAJO EN EQUIPO.

Se crean y estrechan lazos, de respeto, profesionalismo y entendimiento con todos los integrantes de la licenciatura; se ensamblan y se crean puentes de unión para alcanzar las metas propias y compartidas.

SOLIDARIDAD.

Es propio y distintivo de integrantes de la licenciatura apoyar causas, problemáticas de otros individuos, sectores sociales de forma activa y característica.

COMPROMISO.

Fuertemente comprometido con su profesionalismo y el mejoramiento de su entorno educativo, social y el propio en el ejercicio del constante perfeccionamiento.

ÉTICA.

Conjunto de normas morales, valores y principios por los cuales se rigen los integrantes de la licenciatura guiados al bienestar de la sociedad.

JUSTICIA

En el diario acontecer, en los diversos tratos y decisiones que se toman en la licenciatura, poniendo siempre en primer lugar la razón, la ley y reglamentos.

TOLERANCIA.

Un absoluto respeto por las ideas, pensamientos y acciones de terceros diferentes a las propias, las cuales estén dentro de la ética y el concepto de justicia porque la diversidad alimenta y nutre a la licenciatura.

INTEGRIDAD.

Hace referencia a todas las partes que comprenden al individuo y en su conjunto a todos los que componen la licenciatura, educados, atentos, probos, intachables con valores y con ética y moral.

RESPONSABILIDAD Y RESPETO.

Reconocimiento y aceptación del individuo, la diversidad de pensar y hacer de todos los que componen la licenciatura, como su correcto actuar y en consideración con sus propios compromisos y con el resto de su comunidad.

Capítulo VIII

Propuesta de comunicación de la misión visión y valores de la Licenciatura en Comunicación Organizacional.

“El hecho de ser líder implica el ayudar a otras personas a encontrar el propio norte de sus vidas y a recorrer el camino para conseguirlo. El liderazgo no tiene nada que ver con conducir ciegamente a las personas en función de la visión del líder sino en descubrir la visión dentro de cada persona y en ayudarles a recorrer el camino que lleva a ella”.

Hugo Landolfi, *Filósofo, músico, pensador y pedagogo.*

La propuesta para comunicar la filosofía organizacional de la licenciatura en comunicación organizacional debe ser dada a conocer en primera instancia por el líder de dicha licenciatura en este caso la coordinación académica de la carrera en comunicación organizacional. Se debe tomar en cuenta que quien liderea debe de tener claridad en las ideas al momento de comunicarla, una visión clara de los objetivos a alcanzar, que transmita emoción, sentimientos que generen empatía y denote la congruencia entre lo que se dice, piensa y hace; cargado con un sentido de convencimiento es decir adoptar, creer sentir, transmitir con el manejo de un lenguaje sencillo y claro.

Se recomienda como parte inicial del proceso de comunicación de la filosofía organizacional la búsqueda de un evento clave, propicio y de importancia para la comunidad estudiantil y académica, y que como marco de inauguración o apertura de dicho evento el representante de la licenciatura de a conocer la

filosofía organizacional, su misión, visión y valores, que se explique brevemente y de manera concisa la realización o proceso de la creación de la filosofía organizacional, mencione los factores clave que se tomaron en cuenta para su realización en este caso, alumnos, maestros y egresados de la licenciatura.

Recomendaciones para mantener la comunicación de la filosofía organizacional misión visión y valores en transcurso de los ciclos escolares.

- Actualizar la página web de la Universidad de Sonora Campus Nogales, en la sección de la Licenciatura en Comunicación Organizacional e incluir la misión, visión y valores, dejando al alcance de los posibles nuevos ingresos, o cualquier interesado el conocer la filosofía organizacional de la carrera.
- Incluir en los medios informativos impresos que se otorgan a los nuevos ingresos, un tríptico o folleto que contenga la misión, visión y valores de la licenciatura a la que desean ingresar o a la cual acaban de inscribirse.
- Se recomienda crear un anuncio electrónico que incluya la misión, visión y valores de la Licenciatura el cual deberá ser enviado al momento de crear su cuenta de correo electrónico como anuncio de bienvenida al momento de ser incorporado a los sistemas de la universidad.
- Se recomienda publicaciones constantes en la página oficial de Facebook de la Licenciatura en Comunicación Organizacional, y también

aprovechando publicaciones que tengan relación a la misión, visión y valores.

- Realizar y pegar posters alusivos a la misión, visión y valores de la Licenciatura en Comunicación Organizacional y colocarlos en cada salón y periódico mural o en espacios correspondientes a la licenciatura.
- Se recomienda un concurso para el diseño más original y creativo de dicho póster para generar el involucramiento y apropiación de la filosofía organizacional por parte del alumnado de la licenciatura.
- Se recomienda la comunicación de la misión, visión y valores de la licenciatura en comunicación organizacional por parte del docente en su primera clase con los grupos de nuevo ingreso.
- Se recomienda aprovechar la ocasión de algún evento realizado por la licenciatura en comunicación organizacional para colocar “lonas” o banners con la misión, visión y valores de la licenciatura, esto como parte esencial de la decoración del espacio del evento a realizar.
- Se recomienda un concurso para los alumnos de la licenciatura en comunicación organizacional donde se realice las cortinillas radiofónicas más creativas y originales.
- Se recomienda presentar la misión, visión y valores ya sea dentro del marco de los juegos anuales del Rally de la universidad de sonora

campus nogales a manera de bandera representativa de la licenciatura o dentro de los propios juegos del Rally Universitario.

- Se recomienda imprimir artículos ya sea plumas, pulseras o separador de libros que contengan elementos o de ser posible todos los aspectos de la misión, visión y valores de la licenciatura en comunicación organizacional, estos con la finalidad de entregarlos a los nuevos ingresos o en eventos realizados por la licenciatura.
- Por último se exhorta a seleccionar al menos tres recomendaciones ya mencionadas, o en su defecto algunas otras que se consideren viables, las cuales se desarrollen en cada ciclo escolar y en su transcurso como medida de comunicación constante de la filosofía organizacional.

Anexos



Anexo 1

Póster para la sensibilización e involucramiento de actores clave



Anexo 2

INSTRUMENTO JR.001

CUESTIONARIO PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA FILOSOFIA ORGANIZACIONAL DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL (ALUMNOS ACTIVOS)

SEMESTRE _____	AÑO DE INGRESO _____
GÉNERO _____	EDAD ACTUAL _____
A CURSADO OTRA LICENCIATURA _____	¿CUAL? _____

El siguiente cuestionario ha sido elaborada con el fin de obtener datos sobre la importancia de

La justificación de este instrumento es ayudar a detallar una Misión, Visión y Valores, específicamente de la Licenciatura de Comunicación Organizacional, así como también, identificar qué factores son los que hay que tomar en cuenta para su realización.

1.- ¿Qué características debe tener la Licenciatura en Comunicación Organizacional para ser la carrera ideal?

- 1) Dinámica y divertida
- 2) Un gran compromiso social y con la juventud
- 3) Capacidad de transmitir habilidades profesionales y construir valores en sus alumnos
- 4) Con grandes oportunidades de explotar los potenciales individuales y grupales
- 5) Tener una participación activa con las diferentes industrias, organizaciones y contar con convenios laborales.

2.- ¿Qué consideras que espera un alumno al cursar la Licenciatura en comunicación Organizacional?

- 1) Una formación integral, ética, moral, intelectual y con valores
- 2) Un formación enfocada solamente en habilidades (profesionales, organizacionales, interpersonales)
- 3) Una formación que le *enseñe* a encontrar una buena oportunidad de trabajo
- 4) Una formación que *enseñe* habilidades, conocimiento y un excelente ambiente estudiantil

3.-Tú como alumno te sentirías satisfecho(a) si la Licenciatura en Comunicación Organizacional llegara a ser o tener

- a) Calidad reconocida
- b) Certificada por un sistema que avale su importancia
- c) Reconocida como una de las mejores en nuestra comunidad
- d) Tener egresados que se distingan como los mejores en su profesión en el ámbito profesional

4.-Con la carga de materias actual de la licenciatura en Comunicación Organizacional podrás aspirar

- a) Ajustarte a trabajar en distintas áreas laborales "multidisciplinaria"
- b) Conocer de todos los ámbitos laborales en los que me puedo desarrollar
- c) Prepararnos para enfrentar el mundo laboral de la actualidad
- d) Tener los conocimientos más que necesarios sobre mi profesión
- e) Tener experiencias reales y de bagaje durante el transcurso de esta
- f) Tener experiencias sociales y de convivencia inolvidables

5.-El tener un sentido de pertenencia y orgullo a la Licenciatura en Comunicación Organizacional, esto te beneficia en:

- a) Sentir el apoyo de mis compañeros y de la comunidad de LCO.
- b) Saber que pertenecemos a una academia donde nos ayudemos y protejamos unos a otros.
- c) Tener una expresión sobre la pasión y orgullo de lo que significa ser búho de LCO.
- d) Crear valores de unidad de respeto que se puedan expresar a la sociedad.
- e) En identificarnos y distinguirnos de los demás como alumnos excelsos de nuestra carrera.

6.- ¿Qué propósito de liderazgo y trascendencia debe ser considerado en la Licenciatura en Comunicación Organizacional

- a) Ser la punta de lanza para cambiar sistemas caducos de mando
- b) Insertar nuevas perspectivas de desarrollo organizacional en lo laboral con los conocimientos adquiridos
- c) Nuestros conocimientos profesionales, valores y actitudes hablen por si solos y hagan la diferencia en el ámbito laboral a través del tiempo.
- d) Prepararnos para ser ciudadanos incluyentes, guías y propositivos que nos distingan profesional, personal y socialmente del resto.

7.- ¿Qué beneficios proporciona la Licenciatura en Comunicación Organizacional a los alumnos egresados y a la sociedad?

- i) Crear profesionistas con sentido humano en el ámbito industrial
- j) Ser ciudadanos con conocimiento de sus derechos, y defensores de lo justo en aspectos laborales y sociales.
- k) Seres humanos, profesionistas y ciudadanos con sentido de responsabilidad, preocupados por su entorno y el medio ambiente.
- l) Ser agentes de cambio social y quebrar paradigmas organizacionales.
- m) Ser profesionistas acostumbrados al cambio organizacional y sumamente adaptables a los distintos ambientes laborales y comprometidos con mejorar su entorno o comunidad.

8.- ¿Qué cualidades y ventajas tiene la Licenciatura en Comunicación Organizacional que la hacen trascender en el tiempo?

- 1) Tener siempre alumnado dinámico e inigualable comprometido desde sus inicios a fomentar y expresar valores a la infancia y a la juventud.
- 2) Prepararnos para los climas sociales, políticos, económicos, laborales que se presenten en nuestro entorno y saber destacarnos como LCO sobresaliente así como también profesionista prominente.
- 3) Nos prepara con las herramientas, habilidades y conocimientos para hacer frente a los nuevos retos profesionales y distinguirnos por nuestras raíces, Búhos de UNISON Nogales de LCO

9.- ¿Cuál consideras es el valor que distingue a la Licenciatura en Comunicación Organizacional de otras Licenciaturas? (Cual y por qué?)

10.- ¿Cuáles crees que sean las características que distinguen a un profesionista de la Licenciatura en Comunicación Organizacional?

- 1) Creatividad e imaginación
- 2) Capacidad de razonamiento crítico, que le permita cuestionarse los hechos que se le presentan, para analizarlos y procesarlos
- 3) Facilidad para las relaciones interpersonales y para generar empatía con los demás
- 4) Capacidad de trabajar en equipo y bajo presión

11.- ¿Consideras que contar con Misión, Visión y Valores en la Licenciatura en Comunicación Organizacional le otorga identidad propia a la carrera? Y ¿Por qué?

12.- ¿Menciona 5 valores que consideres deben formar parte de un alumno de la Licenciatura en Comunicación Organizacional?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

¡GRACIAS POR SER PARTE DE LCO. Y FORMAR SU FILOSOFIA CON TU APOYO!

Anexo 3

BK001 Instrumento aplicado a egresados

(EGRESADOS)

NOMBRE _____ ANO
DE INGRESO _____ ANO DE EGRESO _____

TRABAJA ACTUALMENTE _____ SU TRABAJO TIENE RELACION AL PERFIL DE
LCO. _____

NOMBRE DE LA EMPRESA DONDE LABORA _____

El siguiente cuestionario ha sido elaborado con el fin de obtener datos sobre la importancia de contar con una Misión, Visión y Valores, específicamente de la Licenciatura de Comunicación Organizacional, así como también, los factores con los que hay que tomar en cuenta para la realización de las mismas.

1.- ¿DE QUÉ MANERA CREES QUE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL CUMPLE CON LAS EXPECTATIVAS PROFESIONALES DE SUS EGRESADOS?

- a) Al ser egresados con calidad educativa.
- b) Que sea reconocida como una de las mejores carreras para cursar, por su amplio conocimiento en el ámbito laboral.
- c) Que en el mercado laboral tenga necesidad de contar en sus empresas con un profesionalista en esta licenciatura.

2.- ¿CUÁL CREES QUE DEBE SER EL PROPÓSITO DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL?

- a) Cumplir con las necesidades del mercado laboral.
- b) Brindar soluciones a las pequeñas y grandes empresas.
- c) Crear profesionalistas con sentido humano dentro de las organizaciones.

3.- ¿CUÁLES DE ESTOS ASPECTOS Y DE QUÉ MANERA CONSIDERAS SE PODRÍAN

REFORZAR EN LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EXPLIQUE?

- a) Académico
- b) Cultural
- c) Social

4.- ¿CUÁLES SON LOS VALORES QUE CONSIDERAS QUE ADQUIRISTE AL CONCLUIR LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

5.- ¿QUÉ FACTORES TE HICIERON SENTIR QUE FORMABAS PARTE DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL?

- a) El sentir apoyo académico de mis compañeros y maestros de la LCO.
- b) Saber que forme parte de una academia en donde compartíamos los mismos valores.
- c) El sentir orgullo y pasión de lo que conllevaba cursar la Licenciatura de Comunicación Organizacional.

6.- ¿CONSIDERAS QUE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL TE BRINDÓ LAS HERRAMIENTAS NECESARIAS QUE EXIGE EL MERCADO LABORAL? ¿SI O NO Y POR QUÉ?

7.- ¿A DÓNDE CREES QUE PODRÍA LLEGAR LCO. CON LA TENDENCIA DE CRECIMIENTO DE NÚMERO DE EGRESADOS DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL?

- a) A que las organizaciones vean como una necesidad el contar con un Licenciado en Comunicación Organizacional.
- b) A que haya más difusión de lo que es la licenciatura de LCO, por lo tanto a contar con más oportunidad laboral.
- c) A que haya más competencia profesional, por lo tanto menos trabajo.

8.- ¿CONSIDERAS QUE AL CONCLUIR LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL TE COLOCASTE EN EL MERCADO QUE VISUALIZABAS? ¿POR QUÉ?

9.- ¿CUÁL CREES QUE SEA EL MERCADO AL QUE DEBE ESTAR DIRIGIDA LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL?

- a) Al sector privado.

- b) Al sector gubernamental.
- c) Al sector público.
- D) Otros explique.

10.- ¿CUÁL CREES QUE SEA EL POSICIONAMIENTO QUE DEBE DE TENER LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN EL ÁMBITO LABORAL?

- a) Formar profesionistas con amplio conocimiento en lo que el mercado exige.
- b) Formar profesionistas sumamente adaptables a los distintos ambientes laborales y a sus exigencias.
- c) Formar profesionistas con un alto compromiso con su entorno laboral así como también con la comunidad.

11.- ¿CONSIDERAS QUE EL HABER CURSADO LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN LA UNISON (CAMPUS NOGALES) TE HACE UN EGRESADO DE MENOR CALIDAD EDUCATIVA A DIFERENCIA DE LAS UNIVERSIDADES PRIVADAS? ¿SI O NO Y POR QUÉ?

12.-TU COMO EGRESADO ¿QUÉ BENEFICIOS CREES QUE PROPORCIONA LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL A LA SOCIEDAD Y A LAS ORGANIZACIONES DE SONORA?

- a) Crear profesionistas con sentido humano en el ámbito industrial
- b) Ser profesionistas con sentido de responsabilidad
- c) Ser agentes del cambio social y quebrar paradigmas organizacionales.

13.-COMO EGRESADO DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL ¿QUÉ CUALIDADES TIENES COMO PROFESIONISTA QUE TE DISTINGUEN DE LOS DEMÁS PROFESIONISTAS?

- 1
- 2

Anexo 4

INSTRUMENTO MAESTRE 001

CUESTIONARIO PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA FILOSOFIA ORGANIZACIONAL DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

La justificación de este instrumento es ayudar a detallar una Misión, Visión y Valores, específicamente de la Licenciatura de Comunicación Organizacional, así como también, identificar qué factores son los que hay que tomar en cuenta para su realización.

- 1.- ¿Cuántos años tiene trabajando para la Universidad de Sonora Campus Nogales?
- 2.- ¿Y de ese tiempo cuanto ha sido parte de la Licenciatura de Comunicación Organizacional?
- 3.- ¿Desde su punto de vista, cuales son los tres retos que enfrenta hoy en día la Licenciatura de Comunicación Organizacional?
1
2
3
- 4.- ¿Y cuáles cree que serán los tres retos del mañana para la Licenciatura de Comunicación Organizacional?
1
2
3
- 5.- ¿En el concepto de “propósito” explique brevemente ¿Por qué o para qué existe el programa de Licenciatura de Comunicación Organizacional
- 6.- ¿En que contribuye su trabajo como docente a la Licenciatura de Comunicación Organizacional?

7.- ¿Dentro de nuestra sociedad puede decirse que la Licenciatura de Comunicación Organizacional se dedica a?

8.- ¿Cuál puede decirse que es el valor agregado de la Licenciatura en Comunicación Organizacional, respecto de otras Licenciaturas en Comunicación Organizacional o similares?

9.- ¿Con relación al tiempo que pasa en UNISON Campus Nogales, usted lo que llega a sentir o percibir es?

- ✓ Un trabajo y compromiso por cumplir. (“lista de tareas por cumplir” Una tarea *más*)
- ✓ Un gusto y una labor gratificante “contribuyo al futuro de los alumnos”
- ✓ Una familia
- ✓ Un hogar
- ✓ Otro, describa:

10.- ¿Si tuviese que resaltar cinco características de los alumnos de la Licenciatura de Comunicación Organizacional, de las que abajo están señaladas, cuáles serían esas características?

- ✓ Aptitud para la observación,
- ✓ Análisis y síntesis
- ✓ Actitud crítica y creativa
- ✓ Habilidad para la expresión verbal y escrita
- ✓ Capacidad de decisión
- ✓ Interés por la lectura y la cultura en general
- ✓ Disposición para las relaciones humanas y trabajo en equipo
- ✓ Conocimientos básicos de comunicación humana y administración
- ✓ Conocimientos básicos de los aspectos sociales, económicos , políticos y culturales más relevantes de la entidad y el país

✓ Otras:

- 11.- ¿Qué es para usted la institución educativa Universidad de Sonora?
- 12.- ¿Qué significa para usted Campus Nogales?
- 13.- ¿Mencione una característica que le distingue como profesionistas de la Universidad de Sonora Campus Nogales, en comparación a profesionistas de otras instituciones educativas?
- 14.- ¿Quiénes son los principales competidores de la Licenciatura de Comunicación Organizacional en el municipio de Nogales Sonora?
- 15.- ¿Cuál cree usted que es la imagen que tiene la sociedad, referente a la Licenciatura de Comunicación Organizacional, de la Universidad de Sonora Campus Nogales?
- 16.- ¿Escriba según su criterio los elementos que deben componer la Misión de la Licenciatura Comunicación Organizacional?

PREGUNTAS DIRIGIDAS A LA VISIÓN DE LA CARRERA (Parte II)

Ejercicio de visualización

17.- ¿Cómo ve la carrera de Comunicación Organizacional en 5 años 2019?

- a) ¿Cómo son sus alumnos?
- b) ¿Cómo son sus egresados?
- c) ¿Cómo son sus profesionistas?
- d) ¿Cómo son sus procesos de enseñanza- aprendizaje?
- e) ¿Cómo es su plan de estudio?
- f) ¿Cómo son sus maestros?
- g) ¿Cómo son sus instalaciones?
- h) ¿Cómo es su programa?

PREGUNTAS DIRIGIDAS A LOS VALORES
(Parte III)

18.-Mencione tres valores que deberían poseer los alumnos y egresados de la Licenciatura de Comunicación Organizacional.

1

2

3

19.- ¿-Considera que los valores institucionales, actuales, son guías de comportamiento para la Licenciatura de Comunicación Organizacional Campus Nogales, si o no y por qué?

20-Enliste por orden de importancia según su consideración **5 valores** con los cuales se identifique la comunidad académica que trabaja para la Licenciatura de Comunicación Organizacional.

1

2

3

4

5

21.- ¿Los valores que previamente enlistó, ¿considera que corresponden a la imagen que tiene de la Licenciatura de Comunicación Organizacional? Si o no y por qué?

INSTRUMENTO MAESTRE 001

ESTIMADO DOCENTE :



Por medio de la presente:

Se les invita a participar en el taller dinámico “construyendo el ser y el que hacer” que se llevara acabo el día 27 de noviembre del presente año, en la sala de capacitación del edificio No-2 de la Universidad de Sonora Campus Nogales, con una duración de dos horas y treinta minutos, iniciando este a las 18:00 hr. Y finalizando a las 20:30 hr. Con el objetivo de definir la filosofía de la Licenciatura en Comunicación Organizacional.

“El éxito de las organizaciones se basa en la Filosofía, Visión, Misión y valores .

Su importancia ha sido un tema fundamental para el desarrollo y competitividad de las organizaciones desde los 80`s hasta nuestros días”

De diez años a la fecha, es el día de hoy que la Licenciatura en Comunicación Organizacional se enfrenta a la necesidad de definir su razón de ser; crear su misión, visión y valores como parte de un plan estratégico a cinco años a futuro.

Gracias por su apoyo y participación.

*Atte: Beida Nataly Kelly Lugo
Francisco Javier Guadalupe González Velarde*

“Si quieres conocer el pasado, entonces mira tú presente que es el resultado, si quieres conocer tu futuro mira tú presente que es la causa” –Buda-

Anexo 6

Formato lluvia 01

10) LLUVIA DE IDEAS

11) (Anotar todas las ideas que vengan a su mente sobre los valores que debería de tener la filosofía de la Licenciatura Comunicación Organizacional)

VALORES

Anexo 7

Formato Lluvia 02

1) LLUVIA DE IDEAS

2) (Anotar todas las ideas que vengan a su mente sobre los valores que debería de tener la filosofía de la Licenciatura Comunicación Organizacional)

MISION

Anexo 8

Formato lluvia 03

1) LLUVIA DE IDEAS

2) (Anotar todas las ideas que vengan a su mente sobre los valores que debería de tener la filosofía de la Licenciatura Comunicación Organizacional)

3) VISION

Anexo 9

Formato filtro

De acuerdo a tu criterio enlista las 5 fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que consideres importantes para la Licenciatura en Comunicación Organizacional.

FORTALEZAS

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____
- 4 _____
- 5 _____

OPORTUNIDADES

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____
- 4 _____
- 5 _____

DEBILIDADES

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____
- 4 _____
- 5 _____

AMENAZAS

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____
- 4 _____
- 5 _____

Referencias Bibliográficas

- Aceves, V. (2004). Dirección Estratégica. Primera edición. McGraw-Hill Interamericana: México.
- Álvarez, M. (2006). Manual de Planeación Estratégica. Primera edición. Panorama: México.
- Basurto, R. (2013) Construcción de valores durante la trayectoria universitaria de los estudiantes de psicología y comunicación organizacional de semestres avanzados de la Universidad de Sonora campus Nogales.
- Blanchard, K. y O'Connor, M. (2007). Administración por Valores como lograr el éxito organizacional y personal mediante el compromiso con una misión y unos valores compartidos. Primera edición. Norma: San Francisco, C.A.
- Cuadernos de educación y desarrollo vol 1 (julio 2009) revista académica semestral recuperado de <http://www.eumed.net/rev/ced/05/ghs.htm>
- Fred, R. (2008). Conceptos de Administración Estratégica. Décimo primera edición Pearson Prentice Hall: México.
- García, D. M. (2013). Construcción de la identidad organizacional en una institución de educación superior, su transformación social. El caso: Universidad Tecnológica del Usumacinta. Resultados preliminares.
- García M.T, el cuestionario como instrumento recuperado de cvonline.uaeh.edu.mx/cursos/maestria/MTE/gen02/seminario_de_tesis/unidad_4_anterior/lect_el_cuestionario.pdf
- Garrido, S. (2006). Dirección Estratégica. Segunda edición. McGraw-Hill Interamericana: México. pág. 47

Hernández, G. (2009). Cuadernos de Educación y Desarrollo, calidad de la educación media superior en México. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/ced/05/ghs.htm>

Manjarrez P., C. (2008) Diseño de un plan estratégico en la Universidad de Sonora Campus Nogales. Tesis de maestría no publicada INESPO, México, D.F.

Martínez, F. 9 (2006). Planeación Estratégica Creativa. Primera edición. Publicaciones Administrativas Contables Jurídicas: México.

Munch, L. (2005). Planeación Estratégica el rumbo hacia el éxito. Primera edición. Trillas: México.

Ojeda Ramírez, M. M. (enero-junio, 2013). La planificación estratégica en las instituciones de educación superior mexicanas: De la retórica a la práctica. CPU- Revista de Investigación Educativa, 16. Recuperado de <http://www.uv.mx/cpue/num16/critica/ojeda-planificacionestrategica.html>

Rodríguez J, Treviño, Urquidi (2007) La educación superior en Sonora. Revista educación superior. Tendencias a la diversificación sectorial Vol. XXXVI (1). Recuperado de http://publicaciones.anuies.mx/pdfs/revista/Revista141_S1A2ES.pdf

Sampieri, R.H., Fernández, C.C. Baptista P.L., (2010) Metodología de la investigación. Quinta edición, editorial McGraw-Hill, interamericana de México.

Taylor,S.J. y Bogdan, R (1986) Introducción a los métodos cualitativos de investigación, México. Materiales de teleformación área de recursos del CEP.Azahar.(2012).recuperado,de,http://www.cepazahar.org/recursos/pluginfile.php/3455/mod_resource/content/0/pdf/capitulo06/talleres.pdf)

Thomas C. Erren y Philip E (2007) diez reglas simples para hacer una buena Presentación en poster recuperado de www.suelos.org.ar/adjuntos/diez_reglas_pata_hacer_una_buena_presentacion_en_poster.pdf

Unidad de planeación y evaluación de políticas educativas (2009).La estructura Delsistemaeducativo.mexicano,recuperadodehttp://www.sep.gob.mx/work/models/sep1/Resource/1447/1/images/sistemaedumex09_01.pdf

Universidad de Sonora Departamento de Matemáticas, proyecto de seguimiento a los cursos de estadística, recuperado de (<http://www.estadistica.mat.uson.mx/matrial/queencuesta.pdf>)

Villanueva, E (2010) Perspectivas de la Educación Superior en América Latina: construyendo futuros. Perfiles educativos XXXLL(129) 86-101. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13214995006>.