



escuela en ciencias de la comunicación, s.c.
autorizada por la S.E.P. como :
**CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACION**

CCC
AI
0047

servicios escolares

México, D. F., a 30 de mayo de 1994.

At'n. Lic. Jaime Pérez Dávila.
Jefatura del Programa de Periodismo
y Comunicación Colectiva.
P r e s e n t e .

Estimado Licenciado:

De acuerdo a lo programado en la pasada reunión del CONEICC, me permito anexarle debidamente requisitado el cuestionario de "Criterios mínimos para la autoevaluación ...", con algunas gráficas y tablas para ser más comprensible la información.

Al mismo tiempo reciba un cordial saludo.

A t e n t a m e n t e .


Lic. Hilario Arreola Sánchez.
Director Académico.

c.c.p. Lic. Raymundo Ampudia.

HAS/sja.

xochicalco No. 678 col. narvarte c.p. 03020 tels. 604 9028 - 604 9039



I.- Política Educativa.

1.1- Filosofía de la Institución.

El conocimiento del ser humano en todas las áreas de su desarrollo, con la finalidad de transmitir los Valores Universales de la Cultura, aplicables en el mundo moderno, resaltando aquellas que son el Patrimonio de la Humanidad y cuya presencia es necesario se mantengan incólumes en el tiempo.

1.2- Misión de la Institución.

Enlazar los Valores de la Humanidad con lo práctico, estableciendo una relación viva entre el Entorno y la Institución, con objeto de transformar a nuestros alumnos en factores del cambio; con la certeza de que el conocimiento es la aspiración máxima del ser humano.

1.3- Valores.

El C.E.C.C., inmerso en los avatares del inicio del nuevo milenio; pero al mismo tiempo formando parte de la tradición de los Grandes Centros de Enseñanza, tiene como valores fundamentales:

- . Humanismo. Entendiendo al Hombre como centro, causa y razón de todo.

##...



(2)

- . Libertad. Entendida como una voluntaria aceptación de compromisos.
 - . Libre Cátedra.
 - . Amplitud de Criterio.
 - . Expresión de Ideas.

- . Responsabilidad. En todos los actos en el que el Hombre se -- compromete.
 - . En el Proceso Enseñanza - Aprendizaje.

- . Respeto . Fomento del reconocimiento de las ideas y comportamiento de los otros.

2.- Proyecto Educativo.

2.1- Docencia.

a) Planes de Estudio:

- Licenciatura en Diseño Publicitario.
- Licenciatura en Publicidad.

Con Reconocimiento de Validez Oficial.

b) Personal Académico:

- Número de Profesores: 50

##..



(3)

c) Perfil del Estudiante:

Las cualidades que debe reunir el estudiante del C.E.C.C. son:

- Sentido crítico para analizar y compenetrarse en situaciones sociales de cualquier tipo.
- Imaginación y Creatividad, para plasmar sus ideas en lenguaje visual.
- Amplia Cultura para comprender el alcance y repercusiones de sus Obras.
- Sentido Social para comprometerse con el País y el medio ambiente que lo rodea.
- Apertura de pensamiento para aceptar las ideas de los demás, y poder trabajar armónicamente en equipo.
- Sensibilidad para captar la belleza y proyectarla en trabajos que trasciendan en el tiempo.

d) Proceso de Enseñanza Aprendizaje.

- El C.E.C.C. basa el Proceso de Enseñanza Aprendizaje en la Enseñanza Actual, que no se agota en la recepción pasiva de información ni en su almacenamiento inerte, sino que es un proceso activo de creatividad, cuyo objetivo primordial es el ejercicio de las facultades del educando para obtener -



respuestas innovadoras y diferentes, através de un proceso -
centrado en la persona.

e) Número de alumnos:

2.2- Investigación.

a) Planta de investigadores: 3

b) Líneas de investigación:

- Tópicos de Publicidad.

- Tópicos del Diseño.

c) Proyectos actuales de investigación.

"Repercusiones del Tratado de Libre Comercio, en la publicidad".

"Perspectivas del Diseño a nivel Latinoamerica".

"Semiótica del Diseño".

d) Resultados de la investigación:

- En Proceso.

e) Vinculación Docencia - Investigación:

- Los resultados son aplicados por los docentes en sus propias cátedras.



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

- Al ser el proceso de enseñanza - aprendizaje totalmente activa, la vinculación surge por sí sola.

g) Vinculación investigación - docencia.

Producción:

- Al obtener los resultados finales se llevará a cabo la producción.

2.3- Producción.

(Ver punto anterior letra "g").

2.4- Difusión y Extensión.

a) Programas.

- Los programas Difusión y Extensión se llevan a cabo semestralmente.
- . Participan alumnos de todos los semestres.
- . Cada curso tiene un límite de 20 alumnos.
- . Especialistas en la materia son los expositores.
Se procura sean Expertos y que estén trabajando en los diferentes medios: Agencia, Estaciones de radio y T.V., Despachos, etc.
- . Los medios que se utilizan para su difusión son periódicos y revistas.
- . El diseño de los programas es responsabilidad de la Dirección Académica y el experto.



(6)

. La utilidad es dar al alumno:

- a) un complemento de su información
- b) Actualización.
- c) Prácticas Profesionales.

b) Servicio Social.

El Servicio Social se lleva en total acuerdo con COSIES, en --
las Empresas que dicho Organismo determine para tal fin.

c) Publicaciones

Se tienen contempladas varias publicaciones para el futuro, --
una vez obtenidos los resultados de las investigaciones.

d) Medios de comunicación.

Los medios más utilizados son:

Periódicos: Universal y Excélsior.

Revistas: Tele Gufa, Eres, Tiempo Libre.

2.5- Vinculación con el Entorno.

La Vinculación con el Entorno consiste en establecer convenios --
con Agencias de Publicidad y Despachos de Diseño, donde los empleados
puedan ser Catedráticos del C.E.C.C., dándoles Cursos de Pedado

##..



(7)

gogfa y Didáctica. Además los Profesores se pueden llevar a sus respectivas oficinas, a los alumnos para conocerlos y observar lo que se desarrolla en el campo laboral. Al mismo tiempo se puede realizar el Servicio Social en estas Empresas, con lo que el alumno, al terminarlo podrá optar por trabajar en ese lugar.

El Servicio Social se lleva a cabo después del 7o. semestre y tiene una duración de 6 meses, algunas ocasiones los alumnos reciben ayuda económica.

3.- Organización, Planeación y Evaluación Académicas.

3.1- Organización.

a) Normatividad y Gobierno.

El C.E.C.C. está regido por un Rector, un Director Académico, dos Subdirectores, un Coordinador Académico, un Coordinador del área de Diseño, un Jefe de Servicios Escolares con cuatro auxiliares, un Encargado del Laboratorio de Cómputo, un Encargado de la Biblioteca, dos Prefectos, 6 Secretarías, un Jefe Administrativo y dos Cajeras.

b) Infraestructura.

El C.E.C.C. cuenta con: 1) 3 edificios donde se asientan las 2 -
Licenciaturas y las Oficinas Administrativas.

##..



(8)

- 2) Un laboratorio de televisión, equipado con estudio de grabación cámaras de video, editoras, y demás accesorios para la producción de videos.
- 3) Un laboratorio de radio, equipado con estudio de grabación, grabadoras, tornamesas, y demás equipos para la producción de programas y anuncios radiofónicos.
- 4) Laboratorio de fotografía, el cual tiene cuarto de revelado de película en blanco y negro, amplificadoras, secadoras, sustancias químicas utilizadas en los diversos procesos.
- 5) Taller de Serigrafía con todos los implementos necesarios para su funcionamiento.
- 6) Talleres para dibujo y diseño, equipados con restiradores apropiados para dicha función.

c) Políticas Salariales.

La revisión de salarios, por Política, se efectúa cada semestre, - procurando pagar a los Maestros y al Personal Académico los salarios adecuados a la capacidad financiera de la Institución y al mercado laboral.

El Horario cubierto, en varios turnos, es de 7:00 a 22:00.

3.2- Planeación.

a) El Entorno.

##..



El C.E.C.C. está ubicado en la Colonia Narvarte, con fáciles vías de comunicación y cerca del metro "División del Norte".

Cuenta con un Equipo de Fútbol Rápido, al que la Institución patrocina al 100%, y cuyos jugadores son alumnos regulares de la misma.

La competencia directa de la Institución son:

- Instituto de Mercadotecnia y Publicidad.
- Universidad de la Comunicación.
- P.A.R.T.

b) Planes y Programas.

Se actualizan constantemente por sugerencias de los Profesores que trabajan en los medios, solicitando a la S.E.P. las autorizaciones correspondientes.

c) Políticas de crecimiento.

Los Planes de Crecimiento para el futuro son consolidar primero -- la imagen del C.E.C.C. como el mejor Centro en su ramo, aumentando el número de investigadores, adecuando las instalaciones con el mejor equipo, difundiendo más exhaustivamente los cursos extraescolares y diseñando Planes y Programas para aprobación de Postgrados.

3.3- Evaluación.

a) Mecanismos.



(10)

Al finalizar cada semestre, y de acuerdo a los planes académicos por áreas, se compara lo proyectado contra lo obtenido. Se obtienen las desviaciones y se toman en cuenta para evitarlas en el nuevo semestre.

b) Planes y Programas.

Durante el semestre el Coordinador Académico, compara el Plan y/o Programa inicial por materia con los Avances Programáticos de cada Maestro o área involucrada. Determina desviaciones; analiza los porqué; establece con el responsable prácticas para determinar causas de la desviación y evalúa si procede o no.

c) Efectividad Institucional.

Para determinar la efectividad institucional se toman en cuenta las siguientes variables:

- Relación de inscritos en comparación con el semestre anterior.
- Grado académico conseguido por los docentes.
- Análisis del clima organizacional de acuerdo a entrevistas y encuestas con el Personal Administrativo y Docente
- Cuestionarios a los alumnos para evaluar el desempeño académico.
- Evaluación de "Responsabilidad Docente", por medio de los Coordinadores Académicos.
- Número de desertores en relación a los inscritos iniciales.
- Número de llamadas de aspirantes en relación con los realmente inscritos.



escuela en ciencias de la comunicación, s.c.
autorizada por la S.E.P. como :
**CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACION**

servicios escolares

A N E X O S

xochicalco No. 678 col. narvarte c.p. 03020 tels. 604 9028 - 604 9039

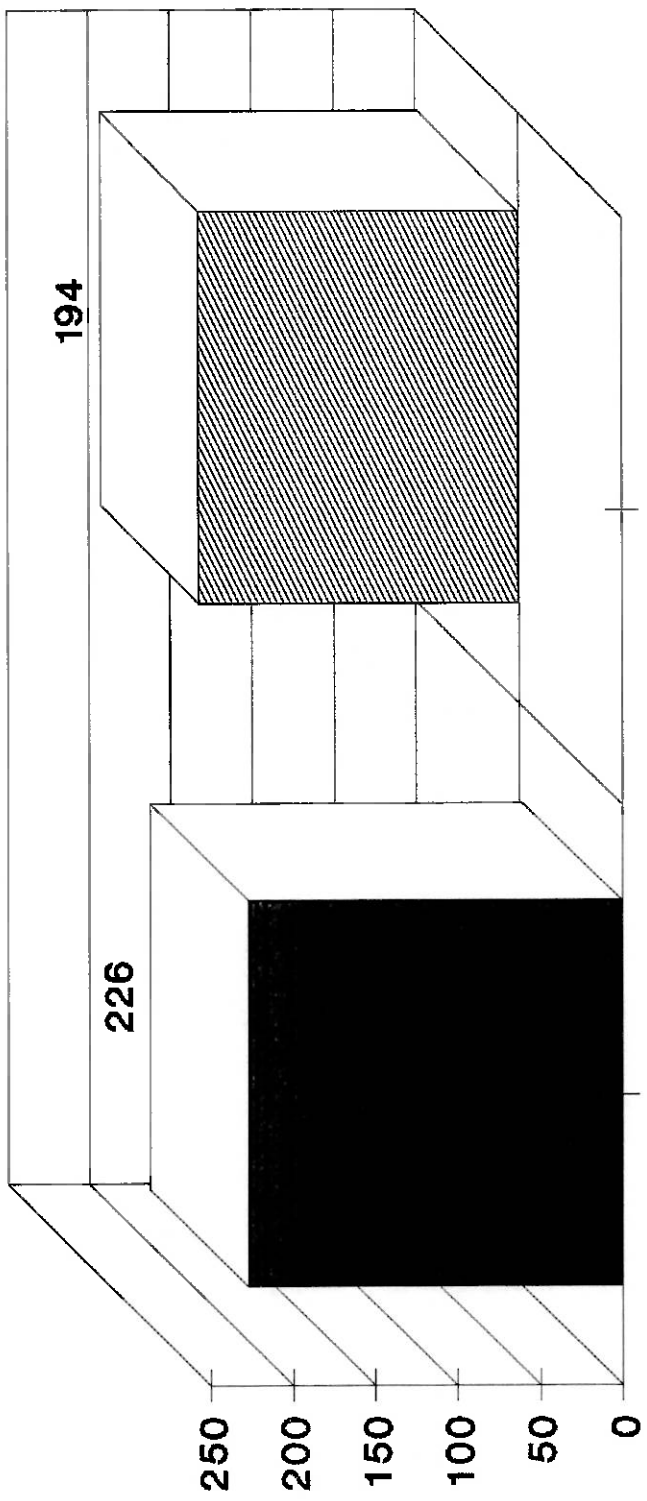
= P O B L A C I O N E S C O L A R =

LICENCIATURA	TURNO MATUTINO		TURNO VESPERTINO		TOTAL
	H	M	H	M	
PUBLICIDAD	51	69	85	95	300
DISEÑO PUBLICITARIO	46	50	12	12	120
	—	—	—	—	—
T O T A L	97	119	97	107	420

**CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACION S. C.**



CANTIDAD



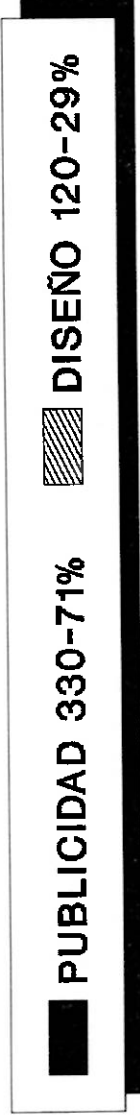
HOMBRES

MUJERES

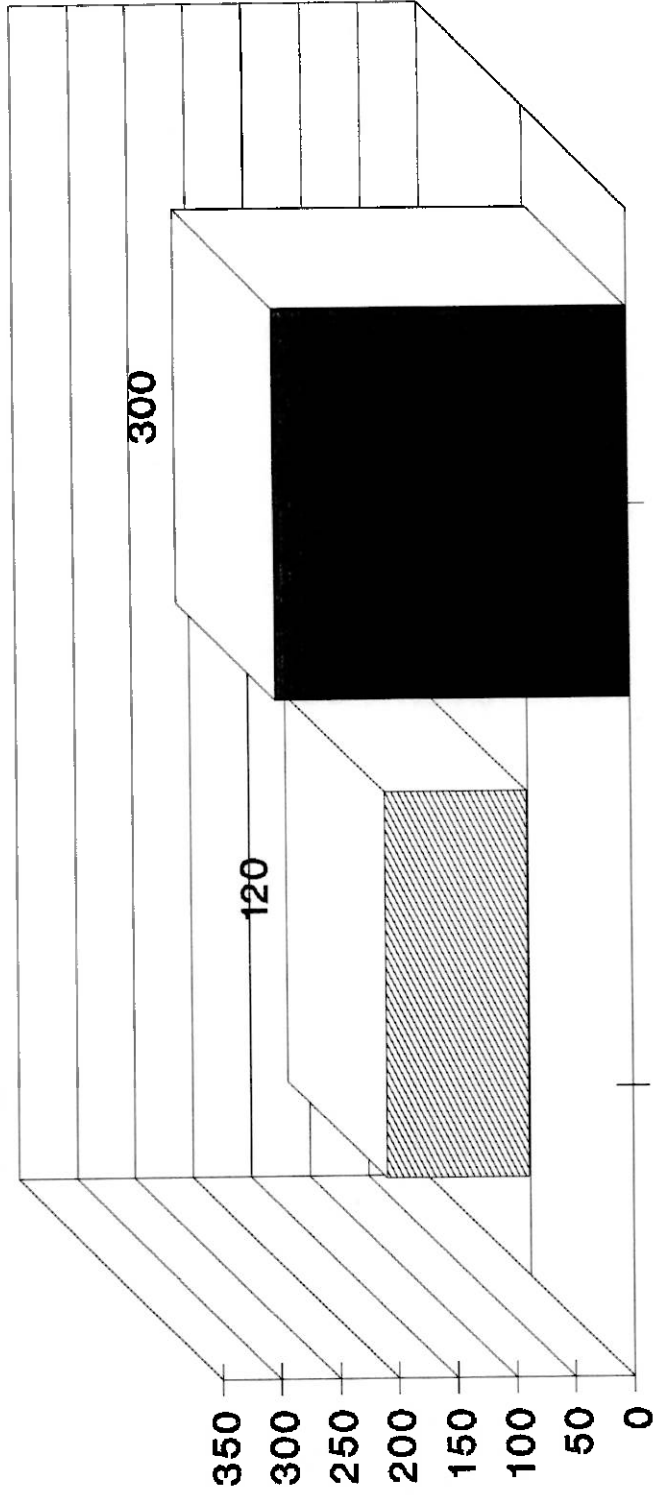
POBLACION ESCOLAR

CCC
AI
7400

**CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACION S. C.**



CANTIDAD



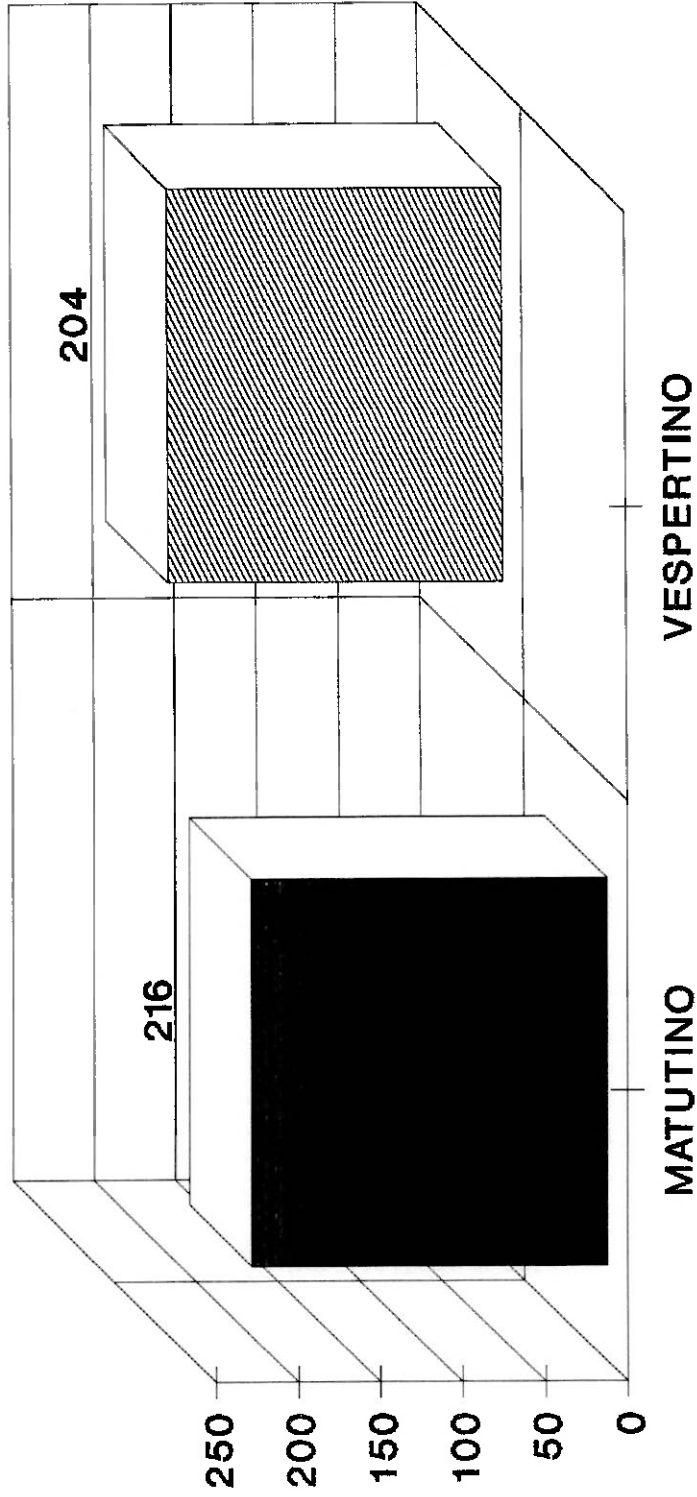
DISEÑO PUBLICITARIO PUBLICIDAD

POBLACION ESCOLAR POR LICENCIATURA

CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION S. C.

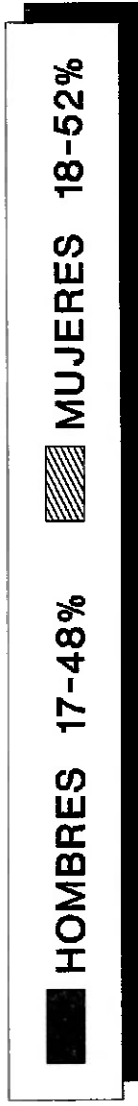


CANTIDAD

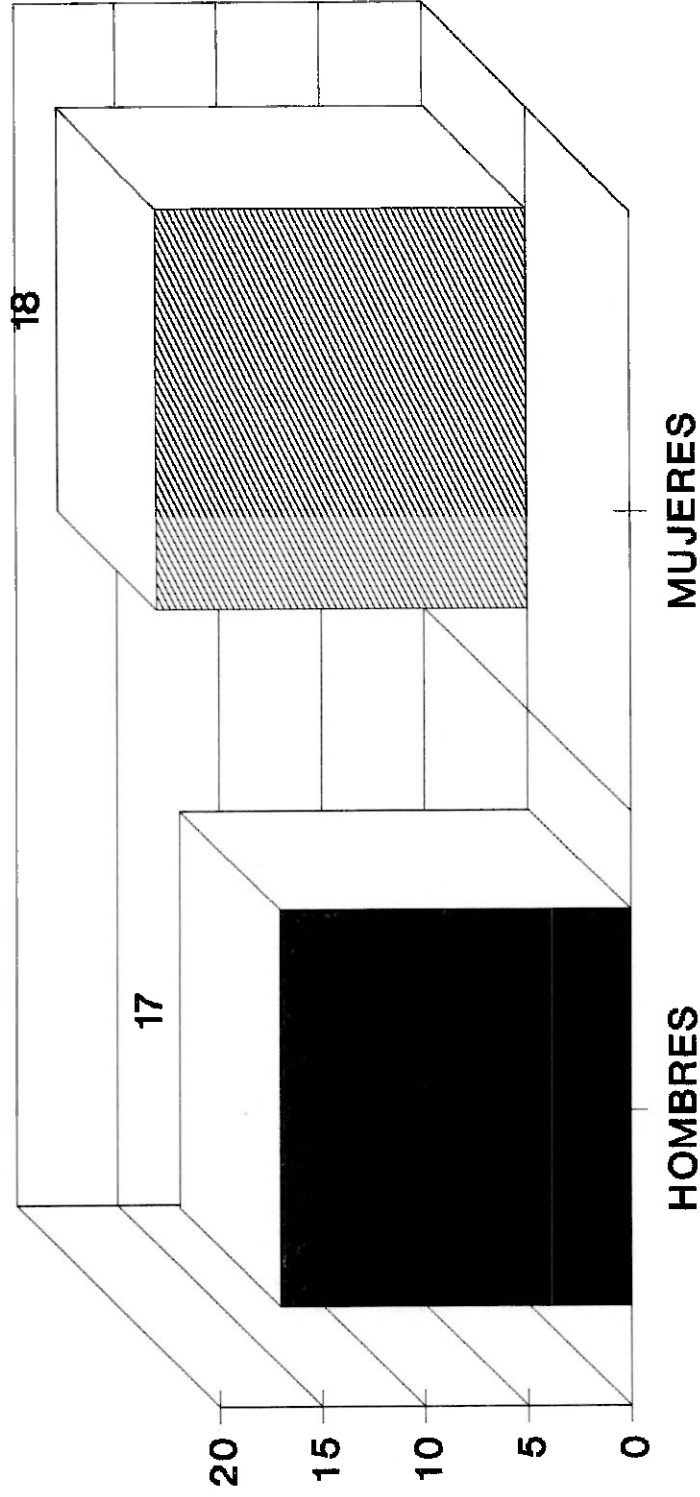


POBLACION ESCOLAR POR TURNO

**CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACION S. C.**



CANTIDAD

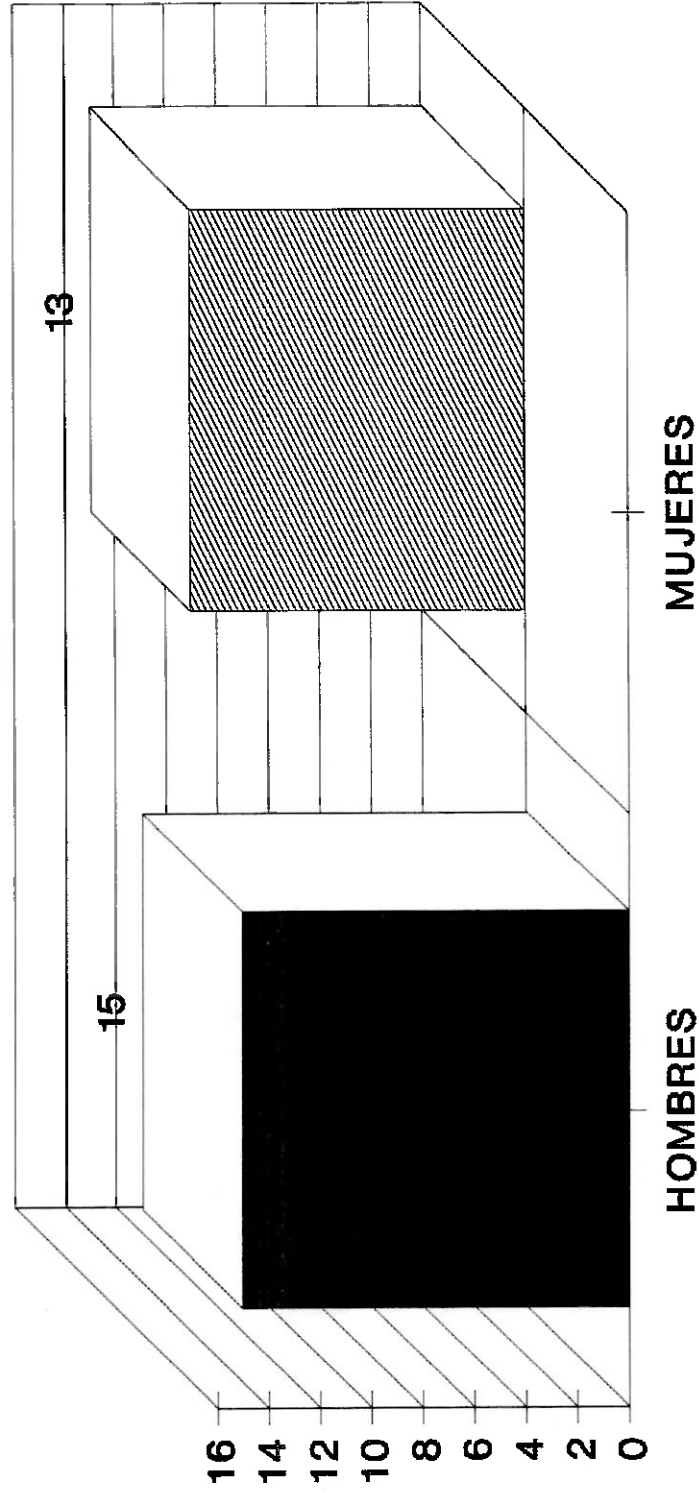


INSCRITOS LIC. DISEÑO PUBLICITARIO

**CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACION S. C.**



CANTIDAD



INSCRITOS LIC. PUBLICIDAD

= PERSONAL DOCENTE POR NIVEL =

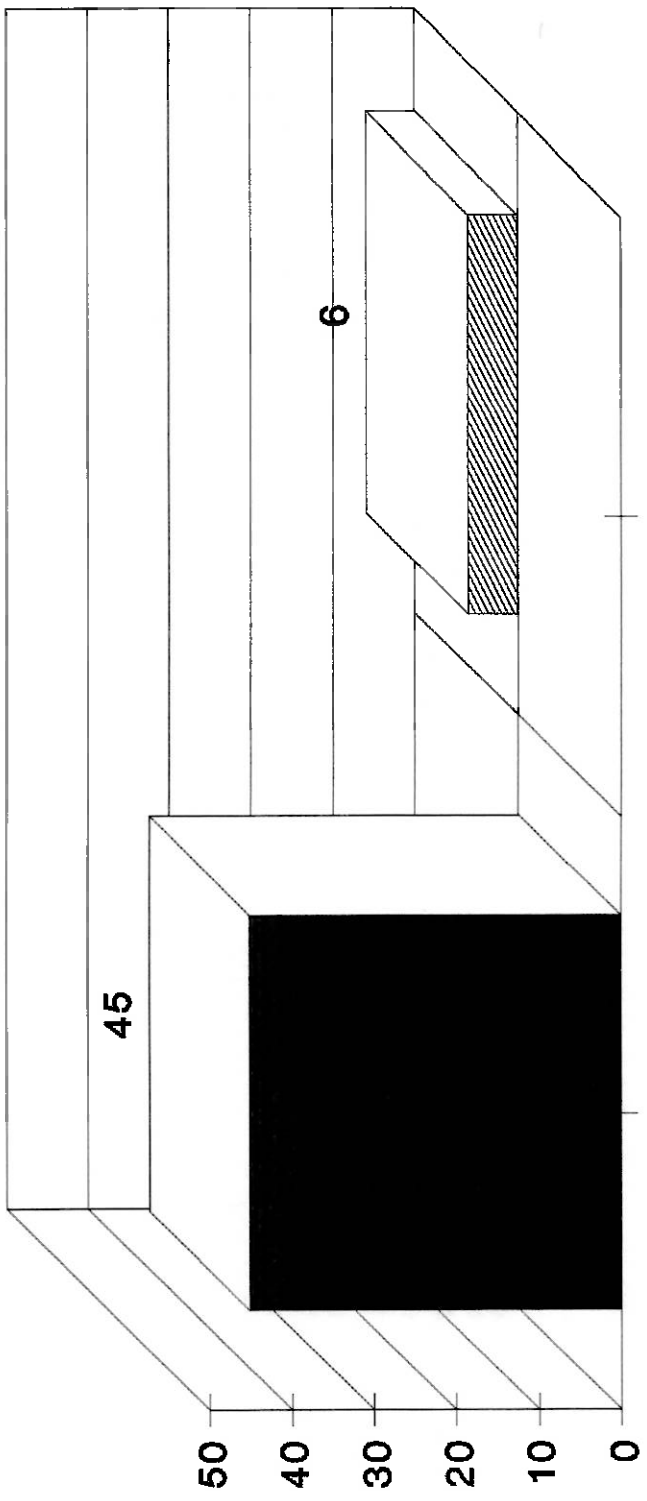
<u>NIVEL ESCOLAR</u>	<u>SEXO</u>		<u>NIVEL DE SUELDOS</u>
	H	M	
PREPARATORIA	5	1	9-A
LICENCIATURA *	27	18	13-B
	—	—	15-C
			14-D
T O T A L	32	19	

* INCLUYE PASANTES

CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION S. C.



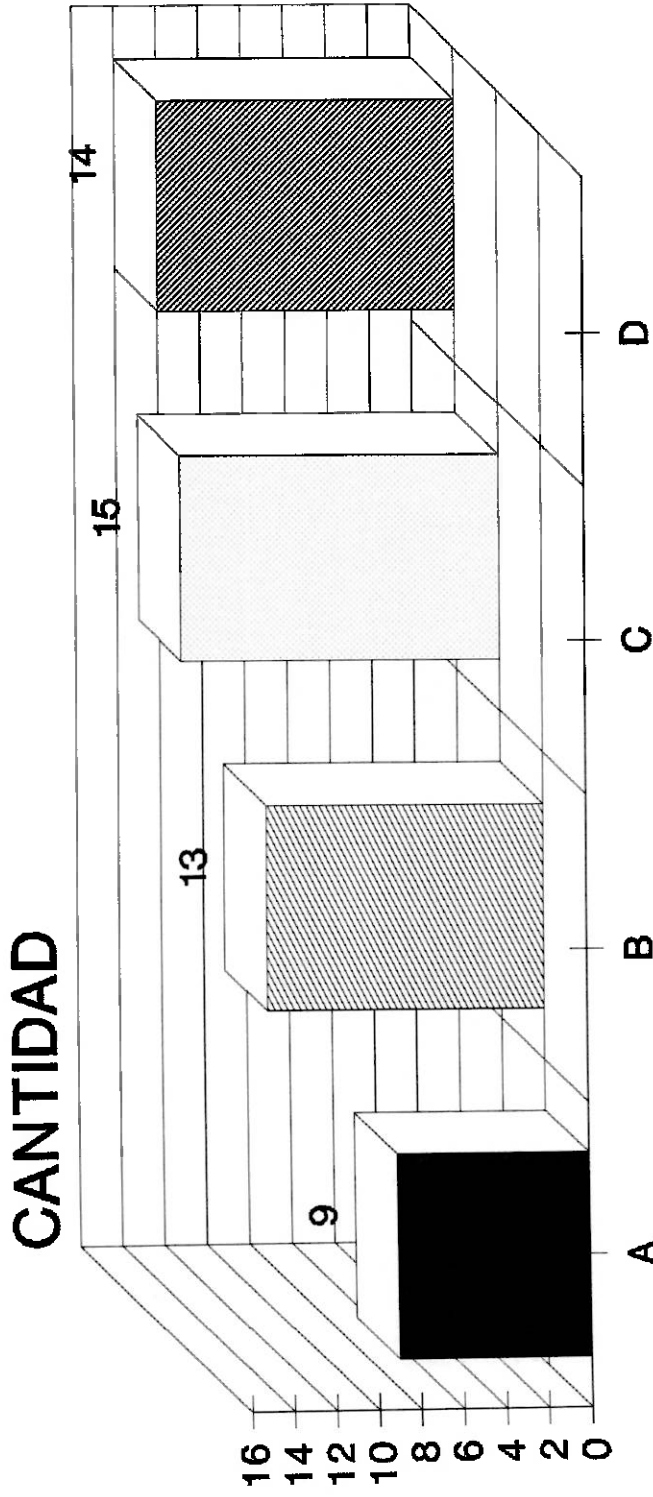
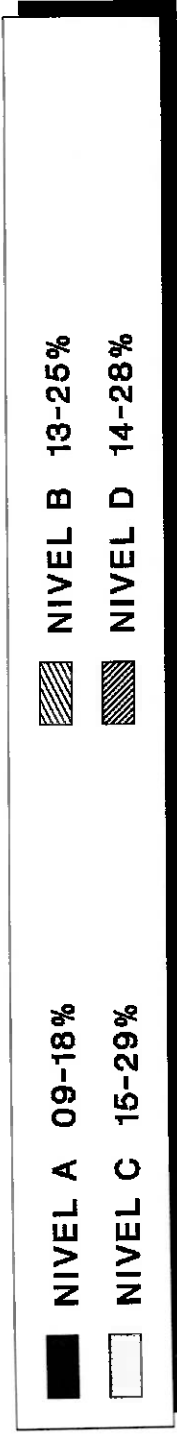
CANTIDAD



PERSONAL DOCENTE POR NIVEL ESCOLAR

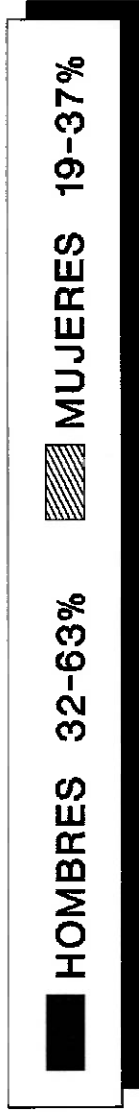
* INCLUYE PASANTES

CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION S. C.

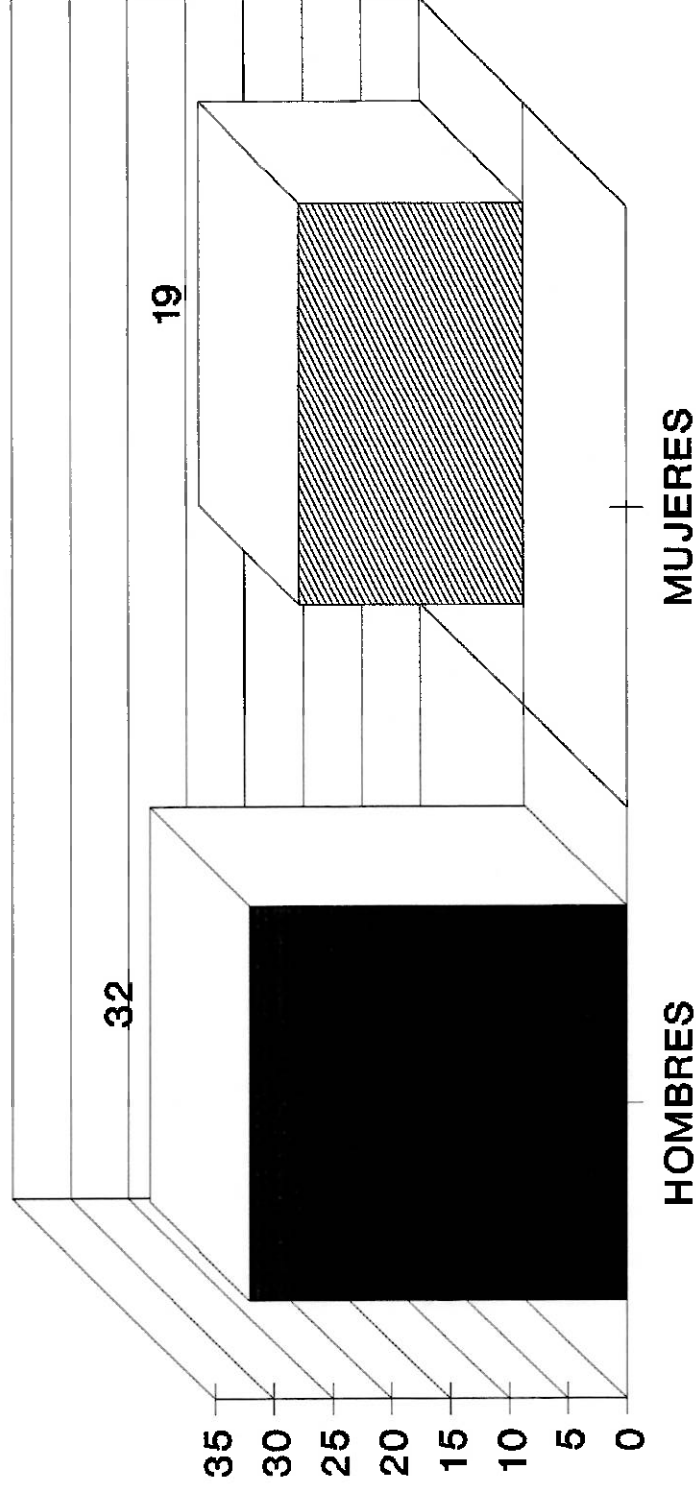


PERSONAL DOCENTE POR NIVEL

**CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACION S. C.**



CANTIDAD



PERSONAL DOCENTE POR SEXO

= ACTIVIDADES DEPORTIVAS =

D E P O R T E

NO. DE ALUMNOS

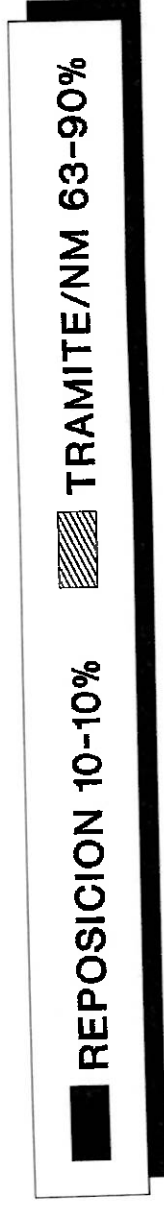
FUT-BOL RAPIDO

20

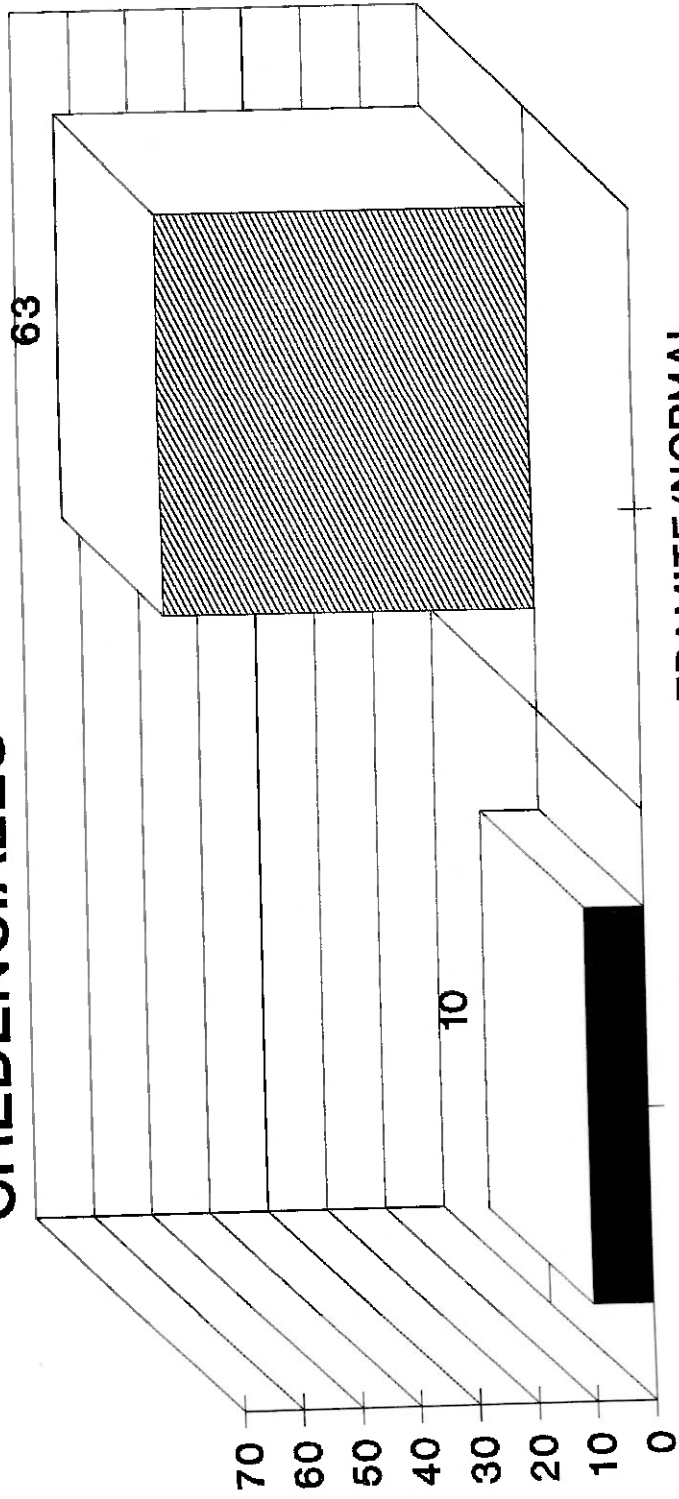
= SERVICIOS ESTUDIANTILES =

SERVICIO	NORMAL	REPOSICION	TOTAL
CREDENCIALES	63	10	73

CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACION S. C.



CREDENCIALES CANTIDAD



SERVICIOS ESTUDIANTILES

= ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES =

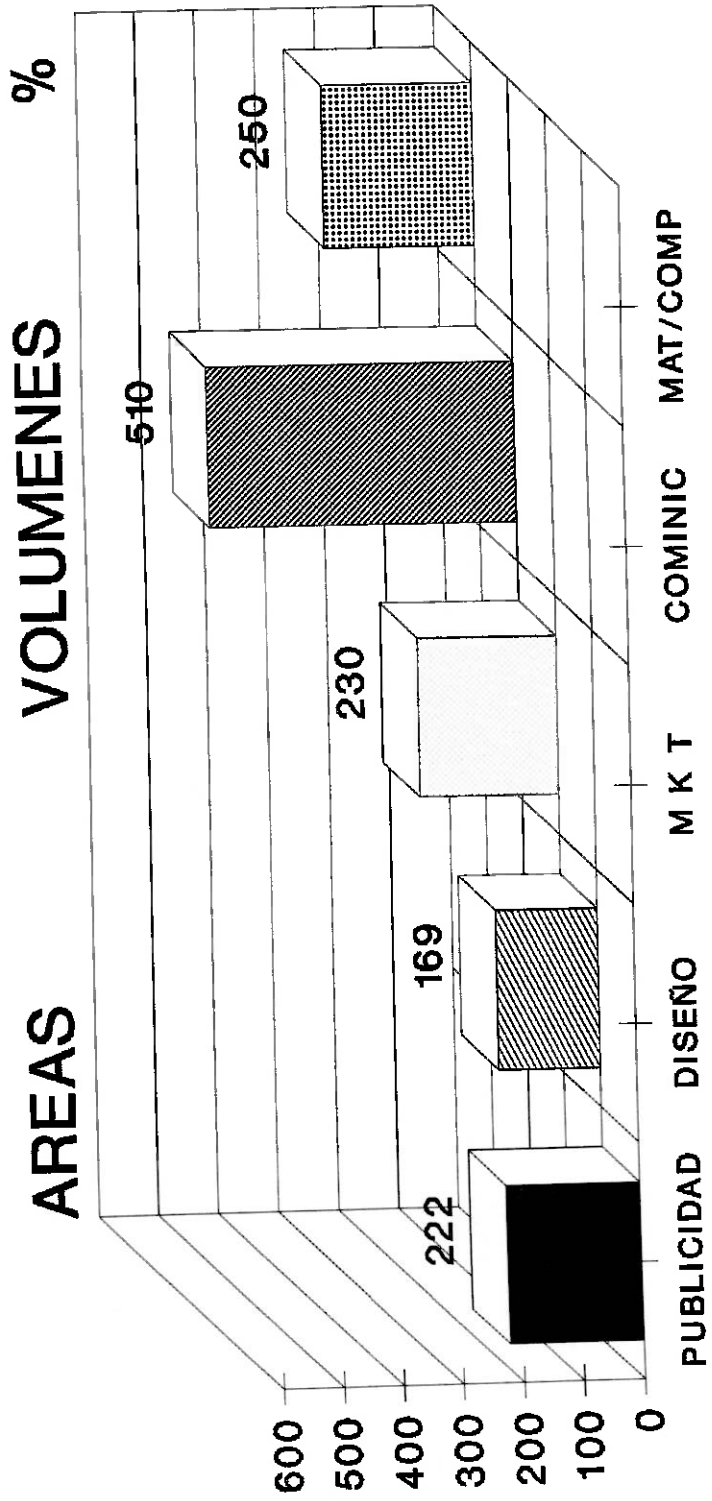
<u>F E C H A</u>	<u>E V E N T O</u>	<u>N O . D E A S I S T E N T E S</u>
24-30 DE MARZO	CURSO DE SERIGRAFIA	25
28 DE MARZO, 4 Y 11 DE ABRIL	CURSO DE SERIGRAFIA	24
8, 9 Y 10 DE ABRIL	SEMINARIO SOBRE ACTUALIZA- CION EN CINE (IMPARTIDO EN LA UIA PLANTEL PUEBLA) --- PARA PROFESORES	2
1, 2 Y 3 DE JUNIO	EXPO`CECC'92	200

= ACERVO BIBLIOGRAFICO =

<u>A R E A S</u>	<u>VOLUMENES</u>	<u>PORCENTAJE</u>
PUBLICIDAD	222	16.07%
DISEÑO PUBLICITARIO	169	12.23%
MERCADOTECNIA	230	16.65%
COMUNICACION	510	36.92%
M. COMPLEMENTARIAS	250	18.13%
	<hr/>	<hr/>
	1381	100%

CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION S. C.

- PUBLI 222-16%
- DISEÑO 169-12%
- M K T 230-17%
- COMUNC 510-37%
- MAT/COMP 250-18%



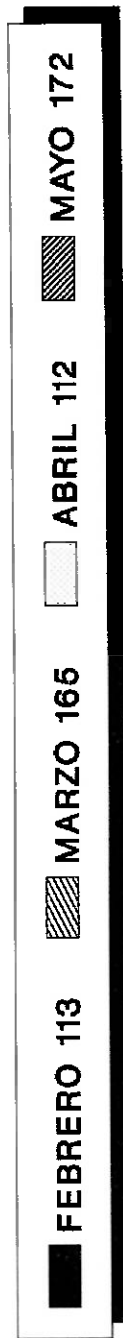
ACERVO BIBLIOGRAFICO

7

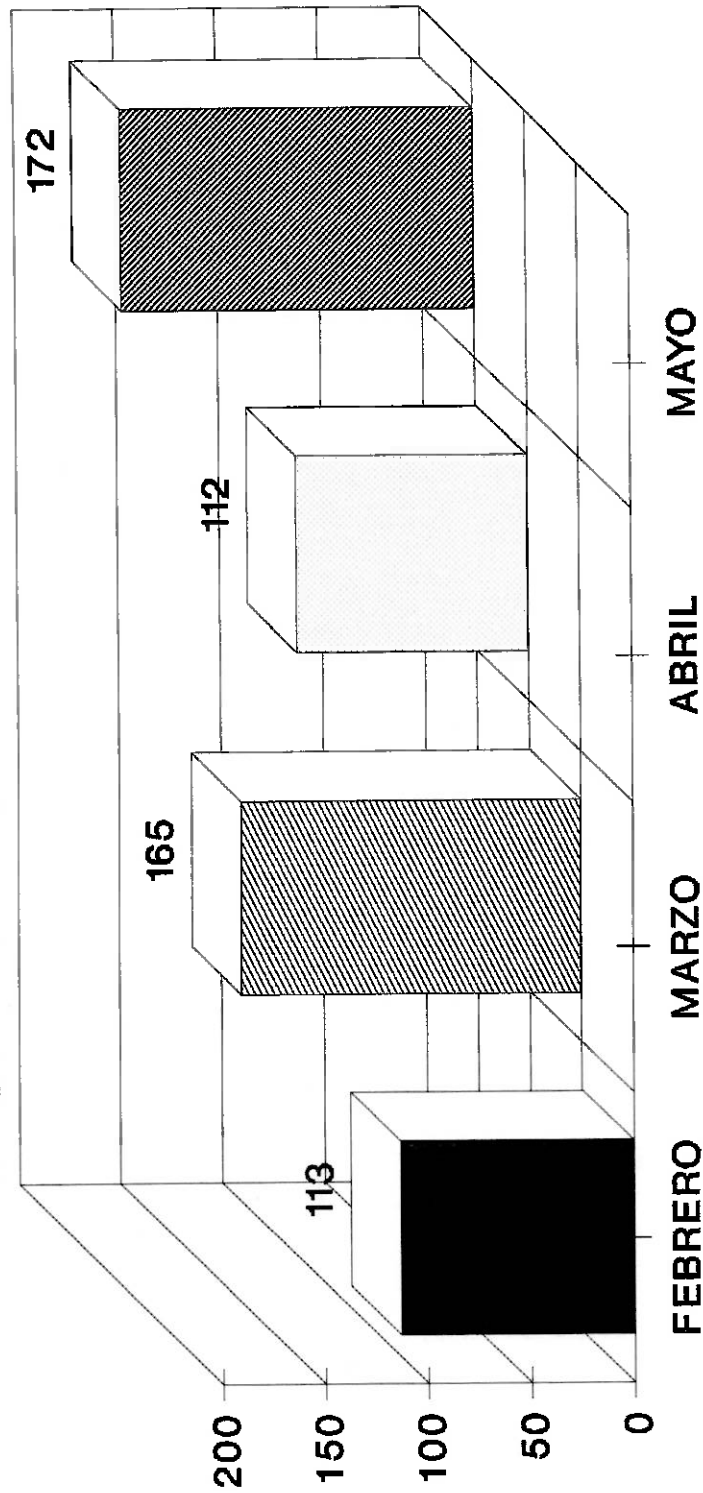
= SERVICIOS BIBLIOGRAFICOS =

MES	USUARIO	PRESTAMO EN SALA	PRESTAMO A DOMICILIO	ESPACIO DISPONIBLE
FEBRERO	113	66	47	20
MARZO	165	93	72	
ABRIL	111	68	43	
MAYO	172	90	82	
	—	—	—	
	561	317	224	

CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION S. C.

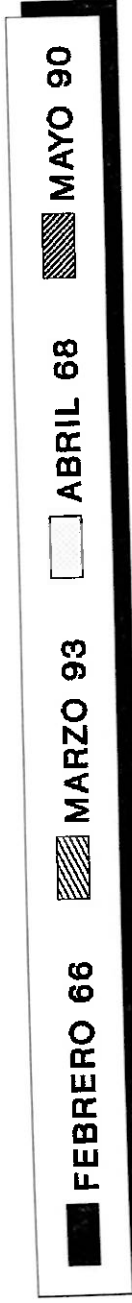


USUARIOS CANTIDAD

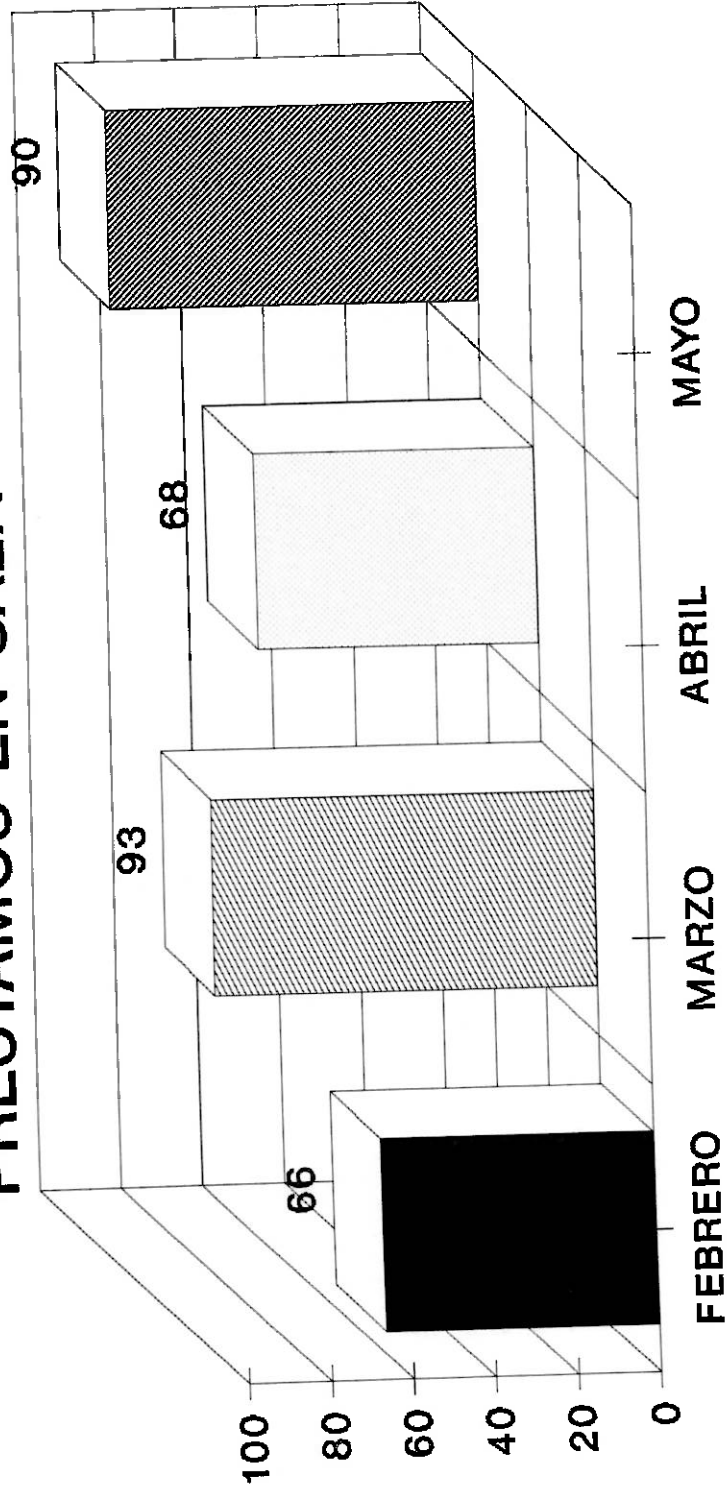


SERVICIOS BIBLIOGRAFICOS

CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACION S. C.

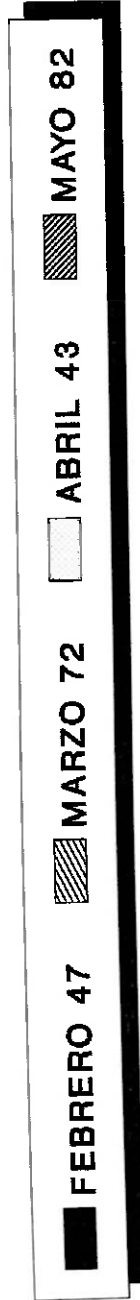


PRESTAMOS EN SALA CANTIDAD

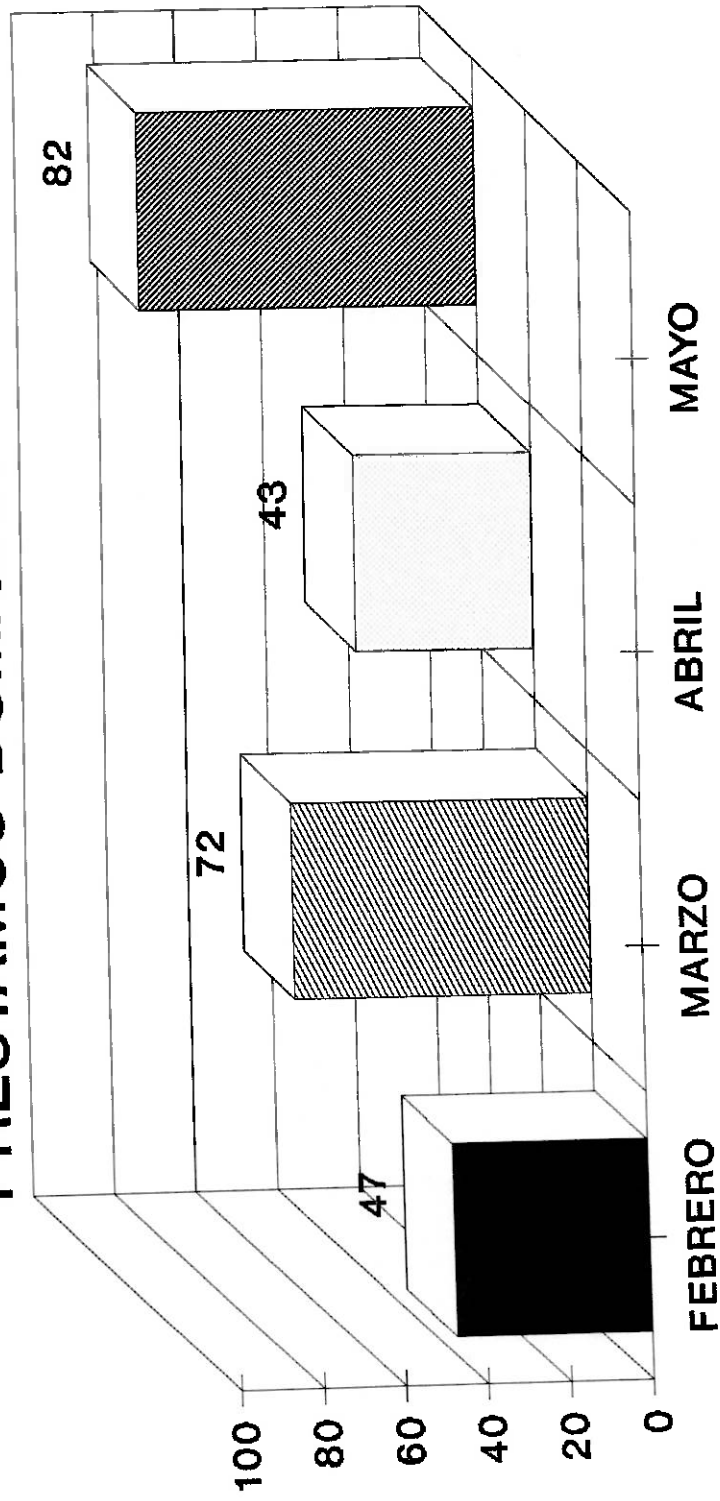


SERVICIOS BIBLIOGRAFICOS

CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACION S. C.



PRESTAMOS DOMICILIO CANTIDAD

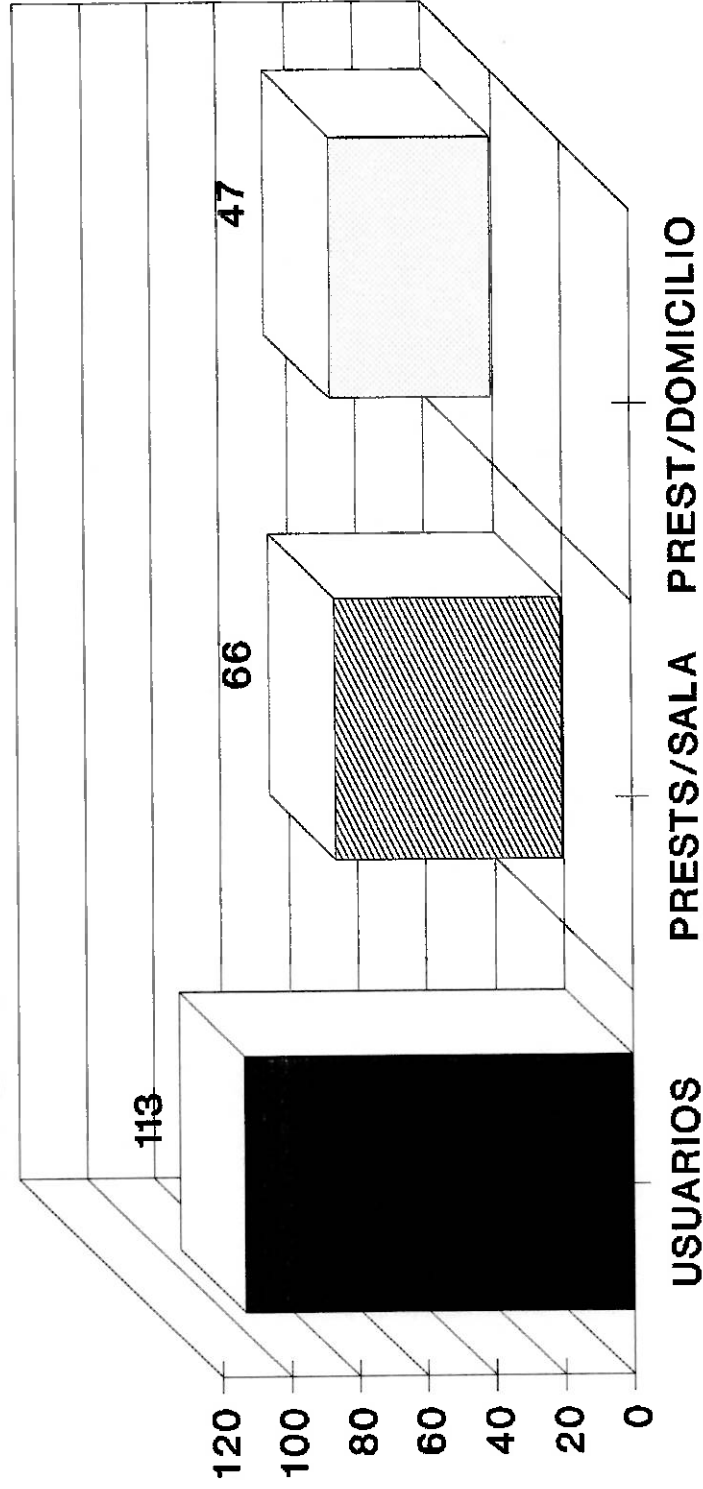


SERVICIOS BIBLIOGRAFICOS

CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION S. C.



FEBRERO CANTIDAD

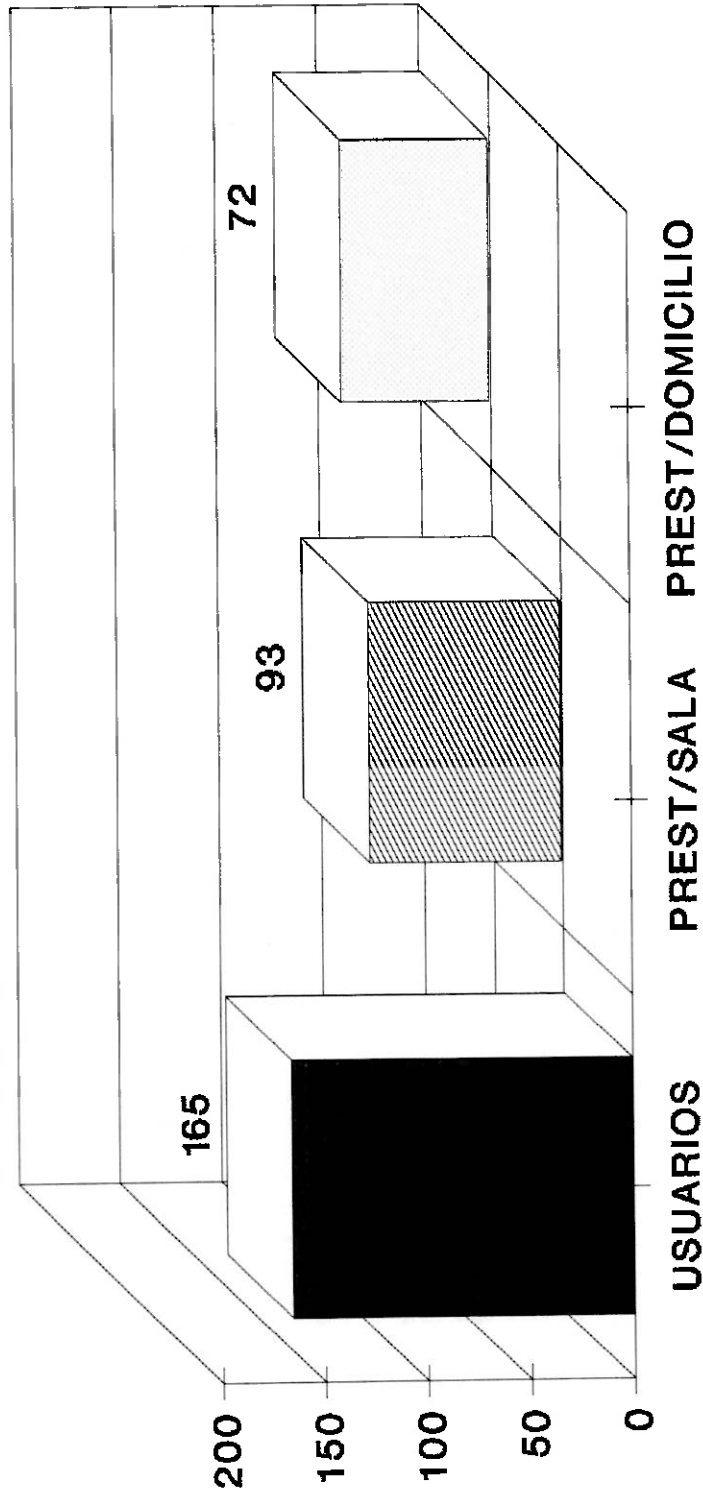


SERVICIOS BIBLIOGRAFICOS

CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION S. C.



MARZO CANTIDAD

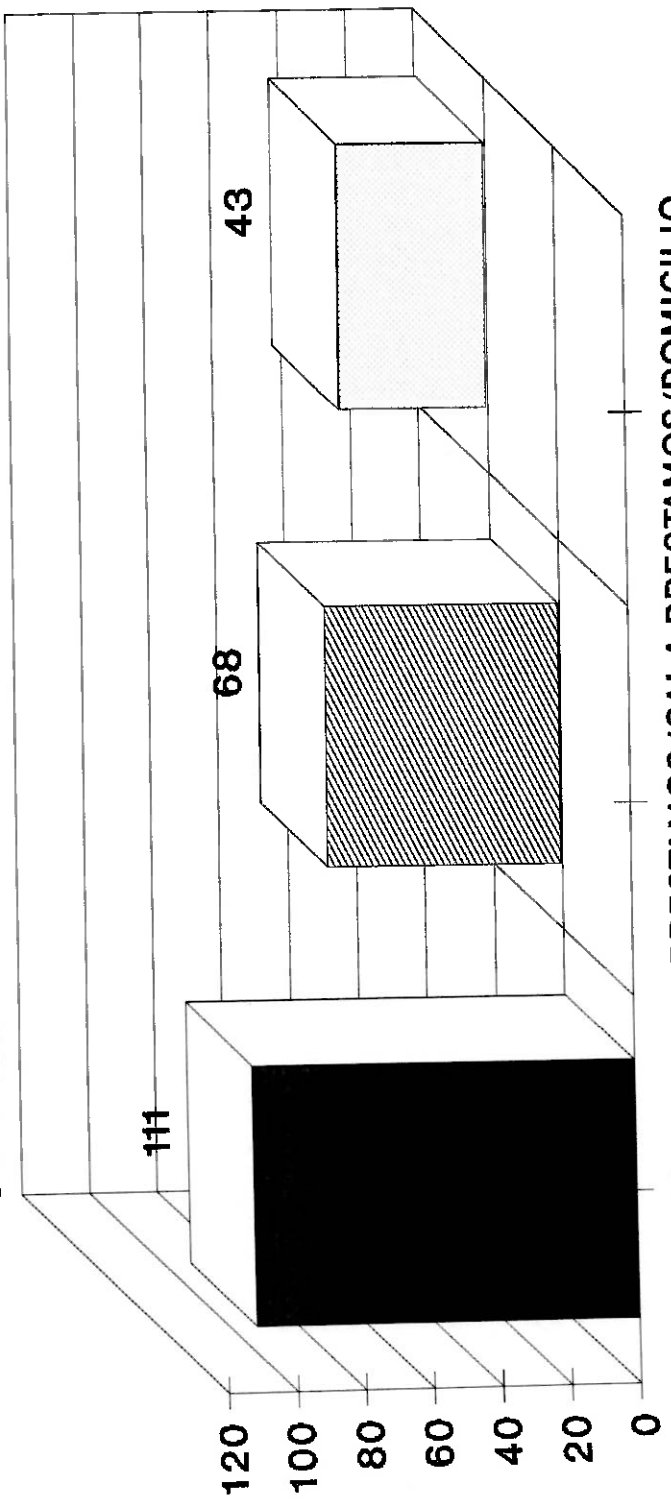


SERVICIOS BIBLIOGRAFICOS

CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION S. C.



ABRIL CANTIDAD



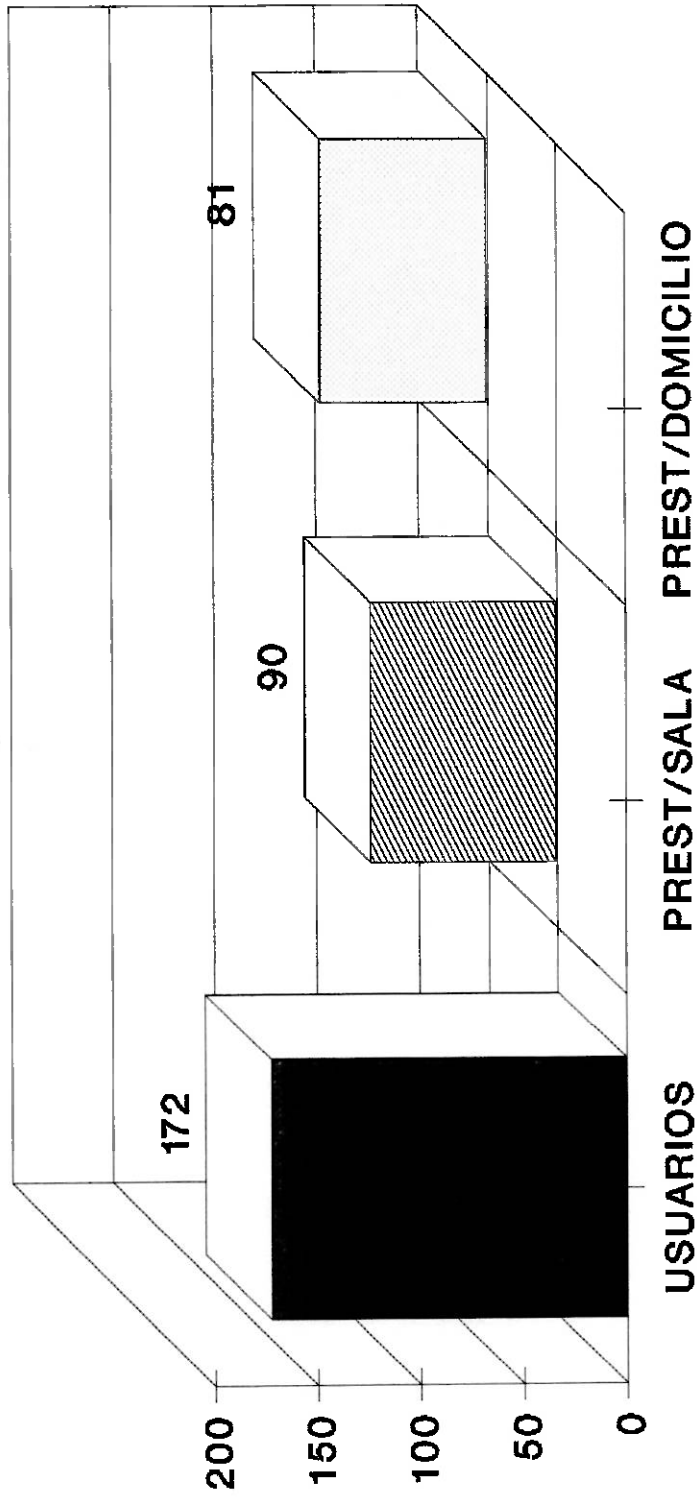
USUARIOS PRESTAMOS/SALA PRESTAMOS/DOMICILIO

SERVICIOS BIBLIOGRAFICOS

CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION S. C.



MAYO CANTIDAD



SERVICIOS BIBLIOGRAFICOS

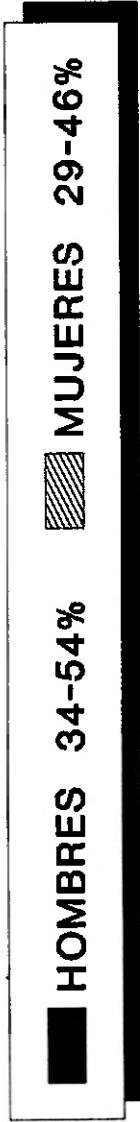
= B E C A S =

<u>LICENCIATURA</u>	<u>NO.</u>	<u>25%</u>	<u>50%</u>	<u>100%</u>	<u>TOTAL</u>
PUBLICIDAD	25	-	21	4	25
DISEÑO PUBLICITARIO	9	-	9	-	9

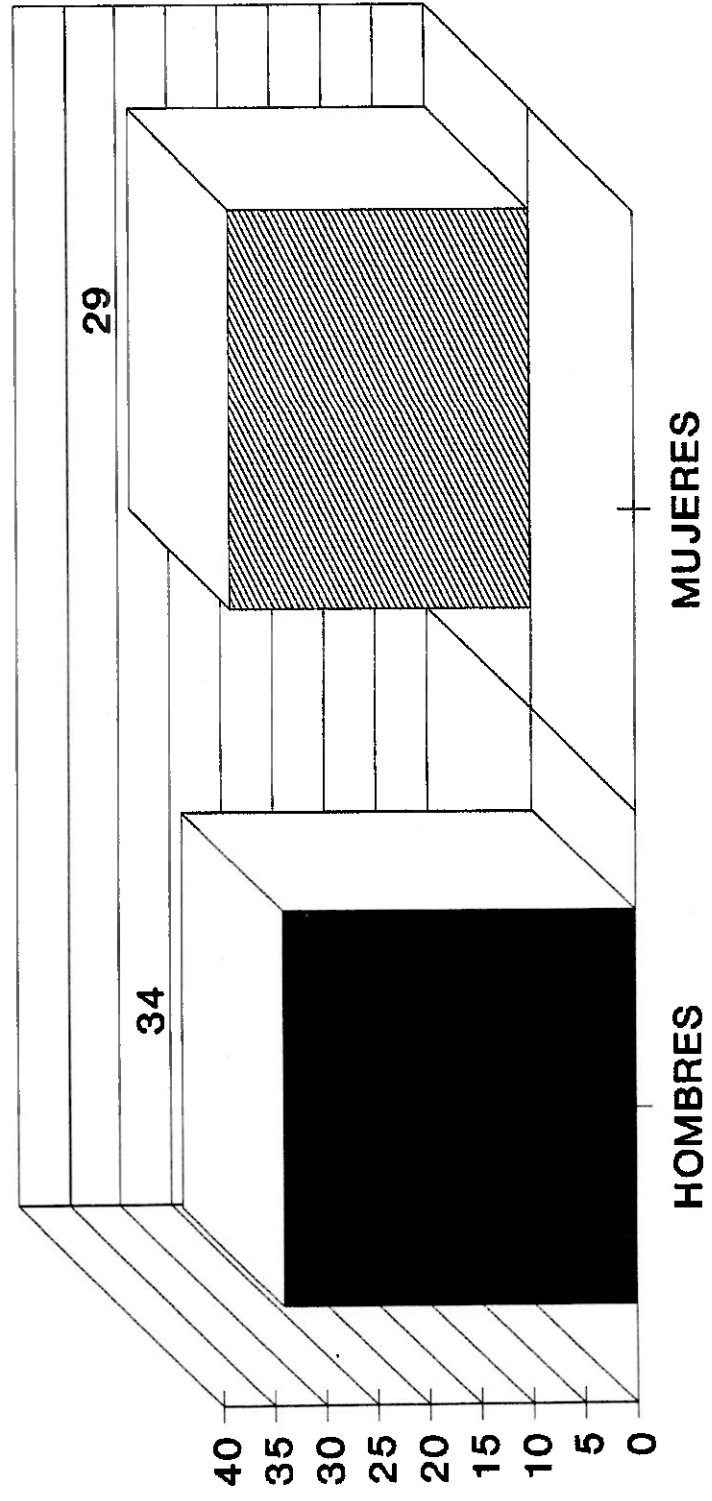
= PLANTA FISICA =

CONCEPTO	<u>T O T A L</u>
- DE CLASE	15
- DE DIBUJO	6
- LABORATORIOS	2
- BIBLIOTECA	1
- ESTUDIO	1
- CABINA DE RADIO Y T/V.	1
- BAÑOS	10
- OFICINAS	3
- ARCHIVOS	3
- BODEGAS	3
- CAFETERIA	1
- SALON DE MAESTROS	1

**CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACION S. C.**



CANTIDAD

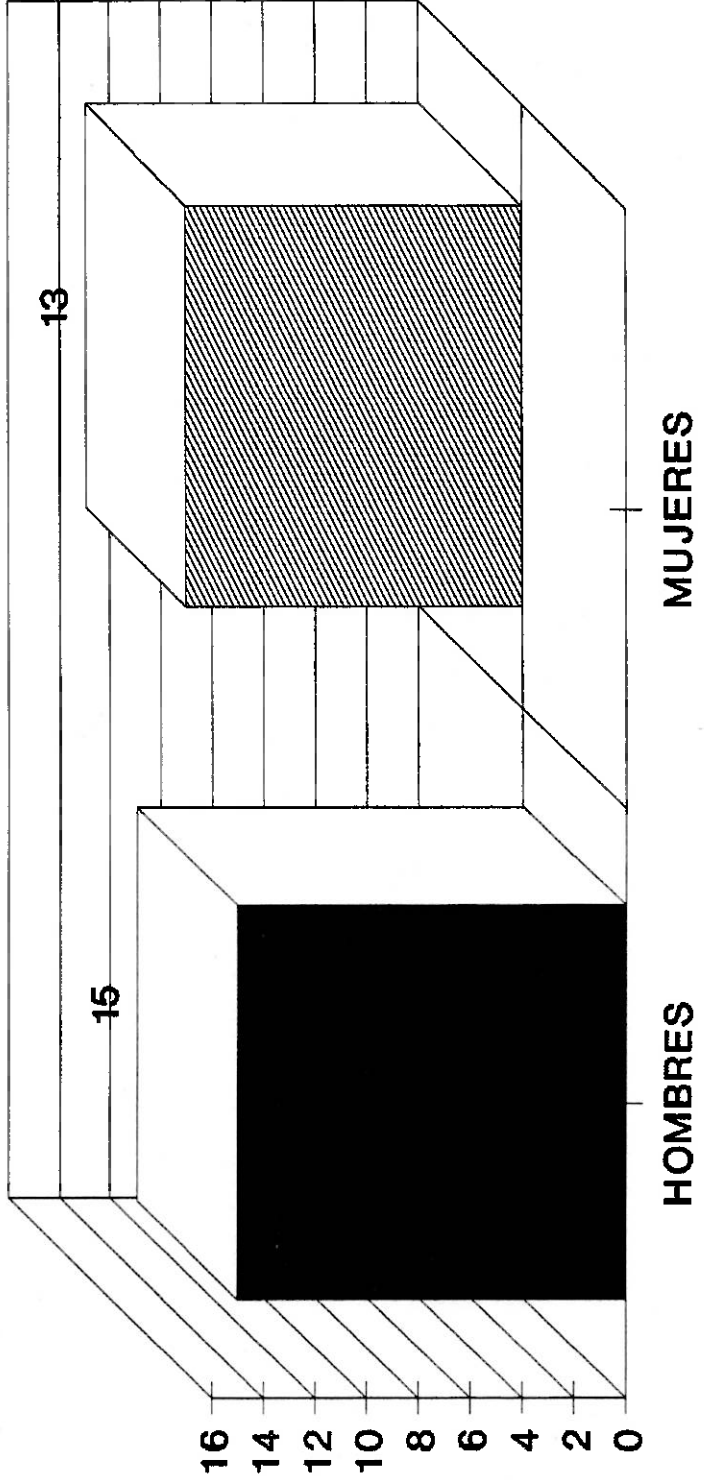


INSCRITOS NUEVO INGRESO

**CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACION S. C.**

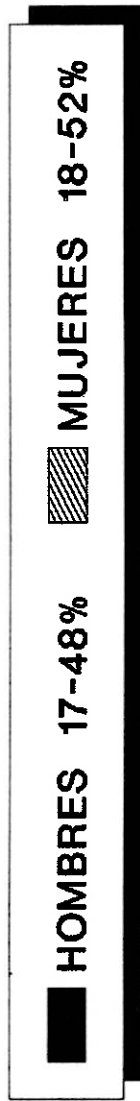


CANTIDAD

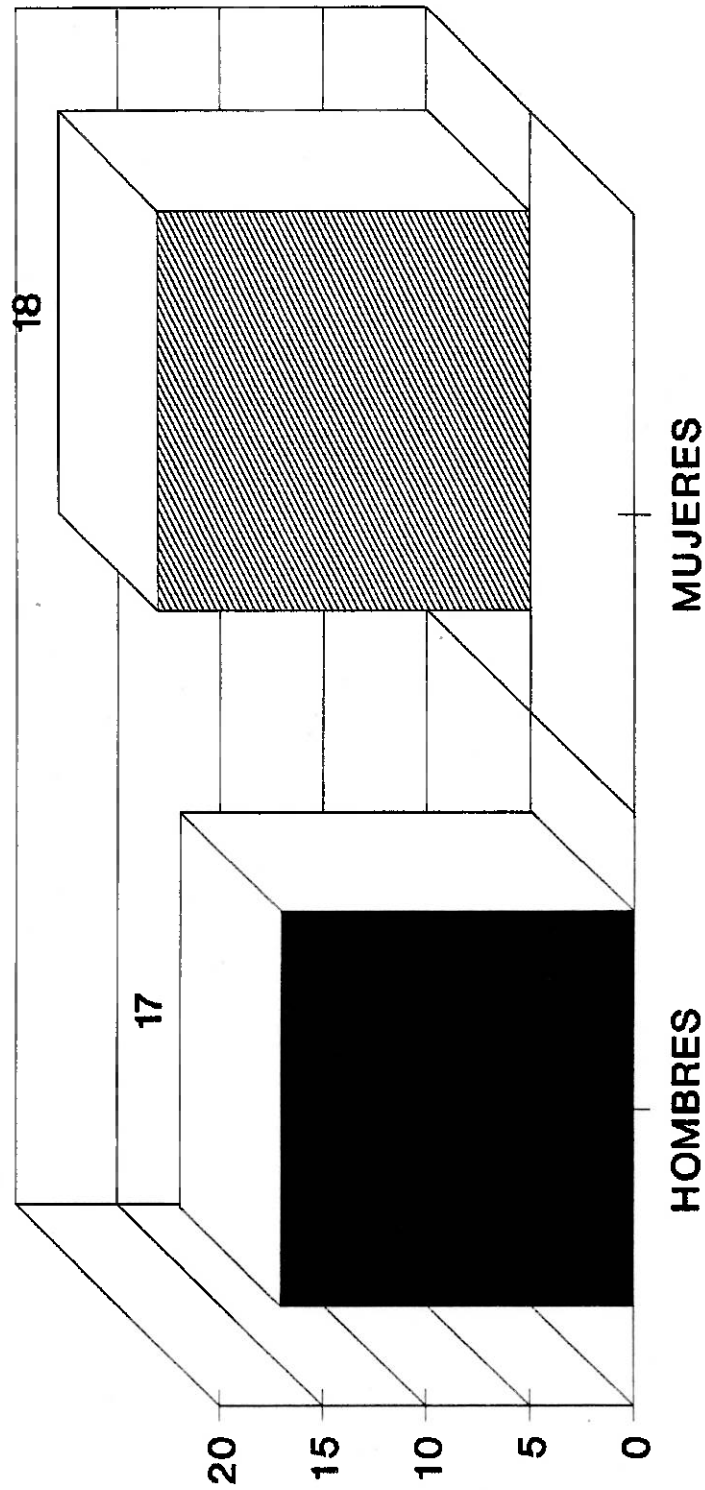


INSCRITOS LIC. PUBLICIDAD

**CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACION S. C.**



CANTIDAD

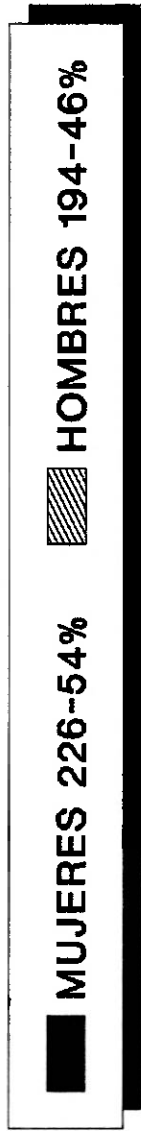


INSCRITOS LIC. DISEÑO PUBLICITARIO

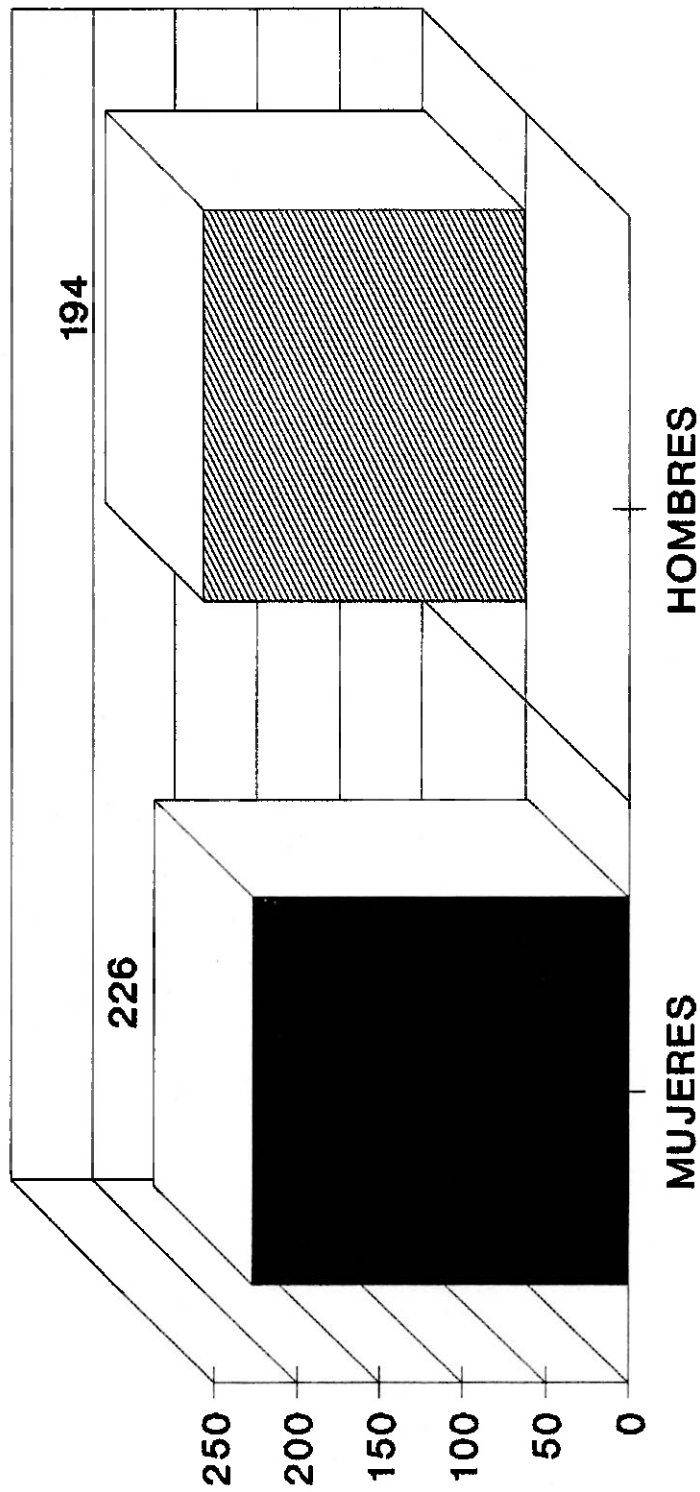
= P O B L A C I O N E S C O L A R =

LICENCIATURA	TURNO MATUTINO		TURNO VESPERTINO		TOTAL
	H	M	H	M	
PUBLICIDAD	51	69	85	95	300
DISEÑO PUBLICITARIO	46	50	12	12	120
	—	—	—	—	—
T O T A L	97	119	97	107	420

CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION S. C.

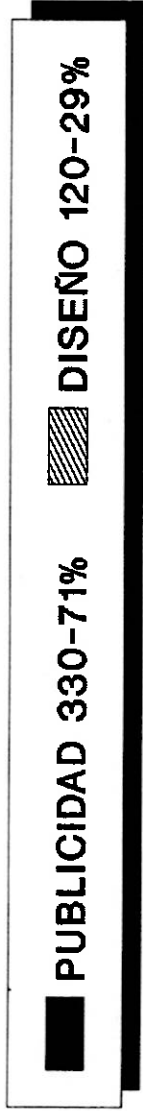


CANTIDAD

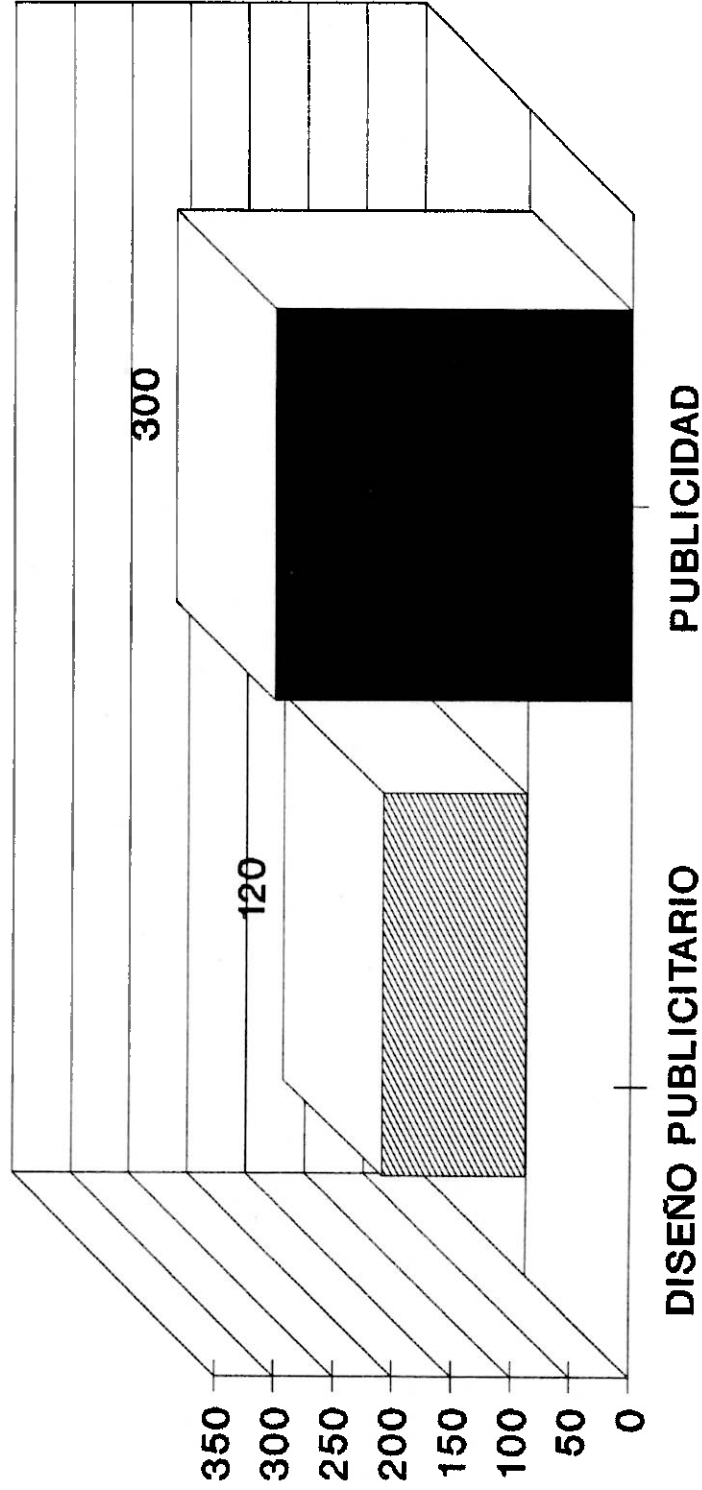


POBLACION ESCOLAR

CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION S. C.



CANTIDAD

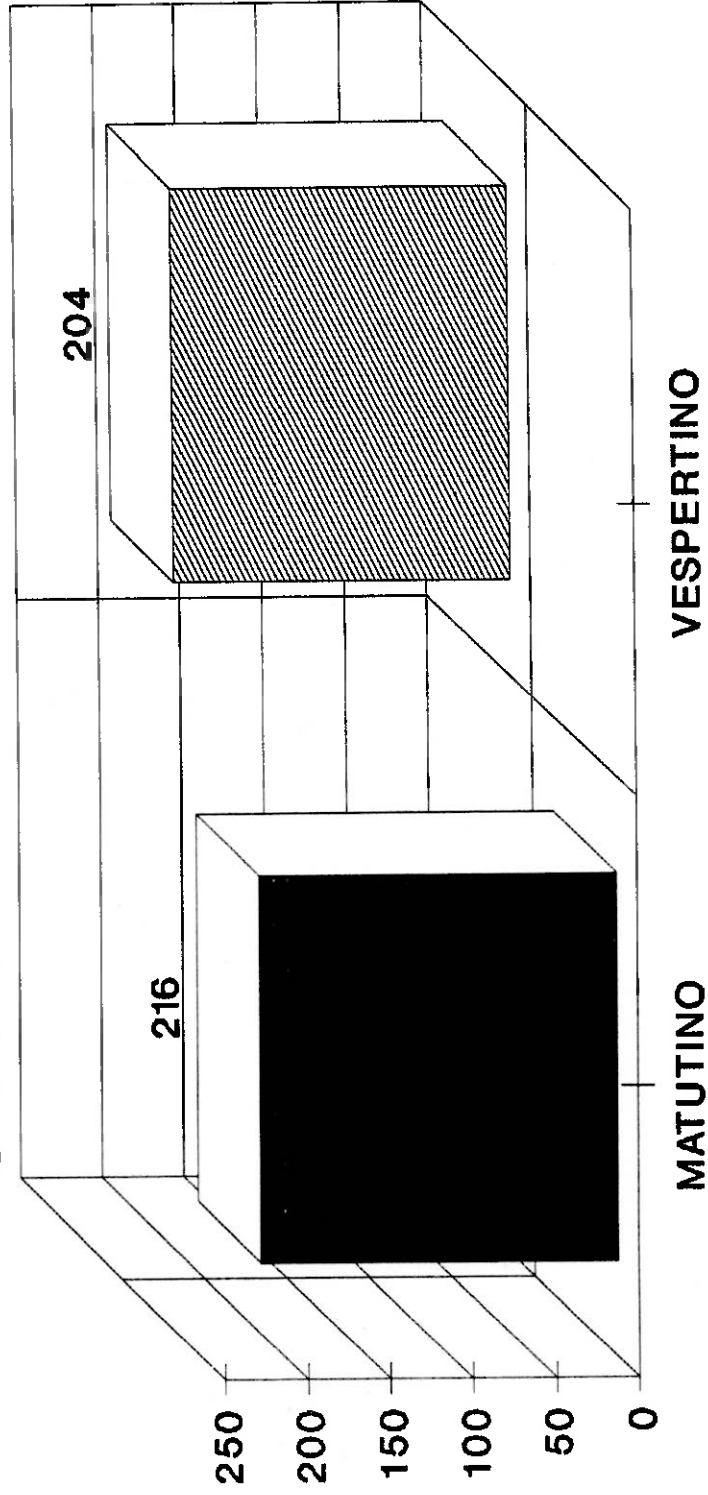


POBLACION ESCOLAR POR LICENCIATURA

**CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACION S. C.**



CANTIDAD



POBLACION ESCOLAR POR TURNO