



Comités Interinstitucionales
para la Evaluación de la Educación Superior

23-7-20-374

INFORME DE EVALUACIÓN

Mercadotecnia

Licenciatura escolarizada

Universidad Autónoma de Sinaloa

Dictamen: Acreditado

Vigencia de este reconocimiento

Octubre de 2024 a noviembre de 2029

Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior, A.C.

Comité de Ciencias Sociales y Administrativas

Octubre de 2024

www.ciees.edu.mx

Miembros del Comité Interinstitucional de Ciencias Sociales y Administrativas

Dr. Héctor Enrique Arreola Ibarra
Instituto Universitario Anglo Español

Dr. Gustavo Rodolfo Cruz Chávez
Universidad Autónoma de Baja California Sur

Dr. Julio Francisco Curioca Vega
Universidad Tecnológica de Huejotzingo

Dr. Sergio Roberto Dávalos García
Universidad de Guadalajara

Dr. Eleazar Santiago Galván Saavedra
Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo

Dr. Daniel Armando Olivera Gómez
Universidad Veracruzana

Dra. Eva María Pérez Castrejón
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla

Dra. Virginia Guadalupe Reyes de la Cruz
Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca

Mtro. Juan Manuel Rodríguez García
Universidad de Guanajuato

Mtra. Miriam Yanet Romero Fernández
Universidad del Valle de Atemajac

Dr. Gerardo Tamez González
Universidad Autónoma de Nuevo León

Dra. Guadalupe Valenzuela Ríos
Universidad Virtual del Estado de Guanajuato

Dra. Lucía Yfarraguerri Villarreal
Universidad Iberoamericana

Comisión de Pares Académicos Externos
(visita de evaluación)

Mtra. Viviana Manuela Valadez Sánchez
Universidad de Guadalajara

Mtro. David Salvador García González
Universidad Autónoma de Aguascalientes

Mtra. Cristina Parra Zúñiga
Universidad Tecnológica de Tijuana

Vocalía Ejecutiva del Comité Interinstitucional
de Ciencias Sociales y Administrativas

Mtro. Francisco Javier Solana Ortiz
Vocal Ejecutivo

Lic. César Pérez Romero
Asesor institucional del proceso en CIEES

1. Informe ejecutivo

La evaluación del programa Licenciatura en Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Sinaloa, ubicada en Culiacán, Sinaloa, se integró con la autoevaluación desarrollada por la institución, la visita realizada por la Comisión de Pares Académicos Externos (CPAE) del 8 al 11 de octubre de 2024, así como con el análisis de la Vocalía Ejecutiva, y la discusión y dictamen por parte del Comité Interinstitucional.

Todos los pares académicos evaluadores, los integrantes de la Vocalía Ejecutiva y los miembros de cada comité de los CIEES que participan en este proceso de evaluación guían sus acciones de acuerdo con los estándares internacionales para la evaluación de programas y funciones de la educación superior.

Este informe contiene la fundamentación del nivel de calidad otorgado por CIEES, las principales fortalezas que deben ser conservadas en un ejercicio de aseguramiento de la calidad, así como los aspectos que deben ser trabajados para la mejora del programa (o función) evaluado.

Por otra parte, consigna las valoraciones por cada una de las categorías de análisis y las recomendaciones respectivas emitidas tanto por la CPAE como por los miembros del Comité Interinstitucional, así como la metodología utilizada para hacer la evaluación.

Fundamentación del nivel de calidad otorgado por CIEES

En la LIX Sesión del Comité de Ciencias Sociales y Administrativas de los CIEES, celebrada el día 25 de octubre de 2018, se analizó la evaluación de seguimiento 1 realizada al programa Licenciatura en Mercadotecnia que se imparte en la Unidad Regional Centro, Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Autónoma de Sinaloa, ubicada en Culiacán, Sinaloa. Después de la revisión de los resultados de este proceso, el Comité Interinstitucional determinó que al programa se le otorgara el dictamen de **Acreditado con vigencia de cinco años** de los CIEES, por cumplir con la mayoría de los estándares establecidos en la metodología de los CIEES.

El Comité solicita a la Universidad que elabore un Plan de mejora para atender las recomendaciones emitidas en este informe y en las recomendaciones marcadas como no atendidas del informe anterior, mismo que debe ser enviado a los CIEES, en un plazo de tres a seis meses a partir de la fecha en la que fue notificado el dictamen.

Seguimiento a Recomendaciones

En la evaluación realizada el día 5 de abril de 2017 al programa educativo de Mercadotecnia que se imparte en la Universidad Autónoma de Sinaloa, se emitieron un total de 56 recomendaciones, el grado de cumplimiento identificado fue el siguiente:

Veintidós recomendaciones atendidas:

1. Optimizar la comunicación entre la coordinación del programa, los departamentos académicos y las diferentes áreas de servicio dentro de la Facultad que involucran a la Licenciatura.
2. Realizar un análisis del comportamiento de la matrícula del programa desde la coordinación, para la toma de decisiones orientadas a la mejora de la Licenciatura.
3. Mantener la buena relación entre los docentes generando actividades de integración.
4. Consolidar la implementación de la última versión del plan de estudios durante los cinco años. Realizar una revisión y actualización donde se integre a la mayoría de los docentes del programa, con un estudio de factibilidad y una visión a mediano plazo.
5. Fortalecer el área de estadística sobre la medición de las campañas publicitarias.
6. Fortalecer la comunicación entre la coordinación y los docentes para generar una retroalimentación sobre los contenidos de los programas que integran el plan de estudios.
7. Fortalecer las acciones que promueven el desarrollo humano de los estudiantes, así como el fomento de los valores a través de la Unidad de Bienestar Universitario.
8. Revisar y difundir el proceso de selección del programa educativo al finalizar el tronco común, sistematizarlo y generar una rúbrica.
9. Conocer y difundir de forma escrita, así como por medios digitales, el proceso de ingreso de aspirantes, a través de la coordinación.
10. Mantener la funcionalidad del sistema automatizado de control escolar.
11. Fortalecer el programa de tutorías y asesorías, así como fomentar la participación de los estudiantes en él para favorecer su desarrollo académico.

12. Empezar acciones para que la coordinación del programa conozca totalmente los procesos de tutorías, programas de movilidad, prácticas profesionales y servicio social, y los difunda entre la comunidad estudiantil.
13. Establecer reglamentos para que el servicio y las prácticas profesionales sean obligatorios, con la finalidad de acercar a los estudiantes al ámbito laboral.
14. Involucrar a la coordinación del programa educativo en el conocimiento del proceso de titulación y sus acciones.
15. Reforzar la comunicación entre la coordinación y los docentes.
16. Mejorar el mantenimiento y limpieza de las aulas.
17. Mejorar el programa de mantenimiento y limpieza en las áreas donde se desarrolla el programa de Mercadotecnia y las áreas comunes dentro de la Facultad.
18. Optimizar la iluminación de las áreas académicas y de esparcimiento.
19. Fortalecer el mantenimiento y limpieza de los sanitarios, así como abastecer los suministros.
20. Ampliar la señalética de la Facultad para un mayor entendimiento de las reglas y normas de la propia institución.
21. Vigilar y reglamentar el proceso de ingreso de personas ajenas a las instalaciones de la Universidad.
22. Mantener el uso eficiente del sistema automatizado de control escolar enfocado en el servicio del alumno.

Dieciséis recomendaciones atendidas parcialmente:

1. Socializar entre los profesores la misión y visión del programa para generar un trabajo congruente que permita su articulación con la práctica docente.
2. Concientizar a los estudiantes sobre la importancia de conocer la misión y visión del programa educativo para fortalecer sus capacidades.
3. Socializar el modelo educativo entre los docentes y alumnos del programa.
4. Trabajar en competencias como redacción de informes y proyectos, habilidades para el uso de e-marketing, uso de redes sociales y el análisis de datos.
5. Identificar las áreas de especialización de la carrera de Mercadotecnia en el estado.

6. Acrecentar la difusión del programa y el proceso de admisión e inscripción, acudiendo a las instituciones de educación media superior y manteniendo las estrategias exitosas.
7. Implementar el uso y difusión de la información estadística sobre el ingreso, permanencia y egreso de los alumnos que genera el sistema de control escolar, con estudios de seguimiento de la trayectoria, para diseñar estrategias de seguimiento y toma de decisiones sobre el programa educativo.
8. Continuar con la difusión del programa de movilidad e intercambio estudiantil y con la participación activa del alumno.
9. Fortalecer el programa de prácticas profesionales dentro del plan de estudios e incentivar la participación de los alumnos, además de mejorar los procesos de seguimiento para medir su impacto en la formación de los estudiantes.
10. Fortalecer el programa de estadías de investigación.
11. Mejorar el programa de seguimiento de egresados y establecer un medio de comunicación eficiente con ellos.
12. Generar un medio para difundir los resultados y reconocimientos obtenidos por los estudiantes de Mercadotecnia en eventos, así como la participación de la comunidad estudiantil en los maratones de conocimiento.
13. Fortalecer el trabajo colegiado para llevar a cabo los proyectos integradores cada semestre.
14. Vincular a los estudiantes con los docentes en áreas de investigación para que participen en la superación académica mediante estudios de posgrado.
15. Actualizar e incrementar el acervo bibliográfico y la suscripción a revistas especializadas.
16. Actualizar el equipo de cómputo de las áreas administrativas para propiciar un mejor desarrollo de sus actividades.

Dieciocho recomendaciones no atendidas:

1. Ofertar cursos curriculares o extracurriculares que fortalezcan los conocimientos en diseño gráfico, publicidad y diseño de software.
2. Mejorar y promover el uso y aplicación de tecnología educativa especializada.

3. Establecer proyectos para fortalecer la enseñanza del idioma inglés e implementar estrategias que motiven al alumno a la certificación externa.
4. Difundir y promover la participación de estudiantes en investigación científica.
5. Promover la certificación externa de los estudiantes en el uso de software.
6. Realizar un estudio pertinente sobre las causas de la reprobación en las materias detectadas.
7. Realizar un diagnóstico para conocer la efectividad de las opciones de titulación que permita mejorar sus índices, además de incentivar la titulación por tesis y examen EGEL para incrementar el índice de titulación.
8. Generar estrategias de atracción de estudiantes pendientes de titulación y difundir las distintas opciones para que opten por un medio que les permita culminar el proceso.
9. Generar mayor vinculación con empresas e incrementar la firma de convenios para el desarrollo del servicio social y las prácticas profesionales, así como para la inscripción de los alumnos en el ámbito laboral.
10. Establecer un medio de comunicación formal y sistemático para solicitar a las empresas sus comentarios acerca de los egresados que contratan.
11. Socializar con los empleadores el plan de estudios del programa educativo e invitarlos a participar en su rediseño para mejorar su factibilidad.
12. Realizar estudios sobre el desempeño laboral de los egresados en Mercadotecnia para dar seguimiento y retroalimentación a la práctica profesional y conocer su impacto en el campo laboral.
13. Socializar el programa de Mercadotecnia con las empresas para crear un vínculo y conocer las necesidades y exigencias de la sociedad.
14. Reforzar el proceso de ingreso del docente con el fin de cubrir totalmente el perfil adecuado para las asignaturas.
15. Gestionar recursos económicos para la instalación de una cámara de Gesell.
16. Instalar un laboratorio de medios con software especializado en mercadotecnia como Core y Adobe.

17. Mejorar y promover el uso de software entre los estudiantes mediante una innovación informática dentro de sus materias, asimismo, adquirir software como Dyane y SPSS.
18. Gestionar recursos económicos que permitan abastecer de nuevos equipos de cómputo; mejorar la conectividad y telecomunicaciones para así robustecer la calidad del servicio ofrecido a la población docente y estudiantil.

Fortalezas del programa educativo

Los siguientes aspectos aparecen en orden de importancia y se destacan por ser un valor agregado que ofrece el programa educativo, por lo que es conveniente asegurar su buena calidad con el paso del tiempo.

- Infraestructura académica adecuada y eficiente para el programa.
- Programación variada, difusión y participación de eventos académicos y culturales entre la comunidad universitaria.
- La difusión y el proceso de ingreso es transparente y libre sesgo.

Problemática identificada en el programa educativo

A continuación se consignan los principales aspectos detectados por la CPAE y el Comité Interinstitucional que dificultan la operación óptima del programa y que impactan en el cumplimiento de sus propósitos y su calidad.

- Estudio de pertinencia desactualizado.
- Falta de algunos docentes con perfil específico en mercadotecnia para algunas áreas del plan de estudios como.
- No se fomenta la certificación del idioma inglés.
- No se utiliza software especializado que ayuden al programa de mercadotecnia que sea más eficiente.

2. Valoración por categoría y recomendaciones

Con base en la información documental recibida como producto de la autoevaluación, la visita de la CPAE, el análisis de la información por parte de la Vocalía Ejecutiva y la discusión en la sesión del Comité Interinstitucional, se presentan a continuación la valoración por cada categoría de análisis, así como las recomendaciones correspondientes con el propósito de que, al darles cumplimiento, el programa tenga evidencias de su mejora. Las categorías básicas se encuentran señaladas.

Categoría 1. Propósitos del programa (categoría básica)

VALORACIÓN El programa posee objetivos adecuados y congruentes, que se cumplen en forma conveniente solo que no hay evidencia de un estudio de pertinencia actualizado que muestre datos relevantes sobre la actualidad del programa educativo, con el que el perfil de egreso mantenga congruencia con los propósitos y de los requerimientos que demanda la sociedad.

El perfil de egreso especifica claramente todos los atributos que debe desarrollar el estudiante durante su trayectoria escolar, es congruente con los propósitos del programa educativo.

RECOMENDACIONES 1. Actualizar el estudio de pertinencia en materia de mercadotecnia en los contextos actuales.

Categoría 2. Condiciones generales de operación del programa

VALORACIÓN La normativa de la institución y del programa es integral, permite regular a toda la comunidad de la facultad y coadyuva a mejorar las actividades diarias y extraordinarias que en ella se desarrollan, sin embargo, aunque los docentes disponen de la normativa, no siempre se conoce por docentes y estudiantes algunos reglamentos como el código de ética o de conducta, de tutorías, entre otros.

Existe equilibrio de los recursos disponibles con relación a la matrícula y las actividades propias del programa.

RECOMENDACIONES

2. Difundir y vigilar la normativa institucional que asegura la operación del programa.
-

Categoría 3. Modelo educativo y plan de estudios (categoría básica)**VALORACIÓN**

El modelo educativo se difunde de manera apropiada entre los docentes y estudiantes del programa. El plan de estudios se fundamenta bajo el modelo constructivista, centrado en el estudiante, el cual cuenta con un plan estratégico por 5 años y con una actualización en 2023. Los docentes participan constantemente en la actualización de los programas de las asignaturas por medio de las reuniones de academia y la aplicación del modelo educativo se da por medio del trabajo que se realiza en las aulas como cátedra por parte del docente, exposiciones de los estudiantes, trabajo en equipo, ensayos, entre otros.

RECOMENDACIONES

3. Alinear los propósitos del plan de estudios con el estudio de pertinencia que realice la Facultad.
-

Categoría 4. Actividades para la formación integral**VALORACIÓN**

El programa de formación integral académica oferta curso de actualización y capacitación académica a los estudiantes que así lo requieran. La universidad cuenta con un centro de idiomas para que los alumnos puedan cumplir con este requisito, pero no hay evidencia de que los estudiantes estén aprovechando este servicio, cuestión que es de relevancia al ser un requisito para el egreso.

Los estudiantes el programa educativo participan en competencias académicas, como lo son el maratón de conocimientos de ANFECA, así como visitas empresariales, congresos y conferencias. También, los estudiantes participan en diversas actividades artísticas, culturales y deportivas como parte de su formación integral. No se observa de forma clara cómo contribuyeron en su formación las actividades extra-curriculares.

RECOMENDACIONES

4. Difundir entre los estudiantes el servicio del centro de idiomas para asegurar el dominio de un segundo idioma.
-

Categoría 5. Proceso de ingreso al programa

VALORACIÓN El procedimiento institucional de ingreso y selección al programa educativo se difunde apropiadamente y es sencillo para los aspirantes participar en el proceso, entre los requisitos son un examen de admisión; promedio general del nivel de estudios precedente y examen psicométrico o de habilidades y destrezas, por lo tanto, hay evidencia que los estudiantes de nuevo ingreso tienen los atributos necesarios para cursar el programa. Las estrategias de difusión y promoción adecuadas por lo que los aspirantes conocen la operación del programa y lo eligen de manera informada.

RECOMENDACIONES Sin recomendaciones.

Categoría 6. Trayectoria escolar

VALORACIÓN La institución tiene el programa de Seguimiento de Ingreso, Trayectorias y Egreso Estudiantil (PSITEE) donde se da seguimiento a la trayectoria de los estudiantes, en la cual se evalúa su desempeño donde los docentes pueden acceder a esta información en caso de necesitarla.

Los estudiantes reciben asesoría de su tutor durante su trayectoria académica.

Las prácticas profesionales, estancias y visitas están incluidas dentro del programa y estas se llevan a cabo en los últimos semestres.

RECOMENDACIONES Sin recomendaciones.

Categoría 7. Egreso del programa

VALORACIÓN Las modalidades de titulación para el programa de mercadotecnia son variadas, donde las opciones por promedio y la acreditación de un diplomado de titulación son las más recurridas, cuestión que no favorece el índice de eficiencia de titulación. Los trámites de titulación son adecuados y pertinentes para el programa ya que son rápidos y sencillos.

La universidad cuenta con una bolsa de trabajo para orientar e incorporar a los egresados en el ámbito profesional y laboral.

RECOMENDACIONES

5. Promover entre los estudiantes las demás alternativas en modalidades de titulación.

Categoría 8. Resultados de los estudiantes (categoría básica)**VALORACIÓN**

El programa utiliza los resultados del EGEL del Ceneval, sin embargo, son pocos los estudiantes que han obtenido este reconocimiento.

Para el dominio del idioma inglés se solicita que comprueben y se certifiquen con el TOEFEL 450 puntos, pero no existe obligatoriedad ni incentivos para la obtención de certificaciones externas.

No se observa participación constante en procesos de certificación de competencias profesionales. Los empleadores conocen el perfil de egreso y consideran que deben promoverse certificaciones que favorezcan a los egresados de este programa.

RECOMENDACIONES

6. Apoyar a los estudiantes en la obtención de certificaciones externas resaltando la importancia en lograr resultados satisfactorios.

Categoría 9. Resultados del programa (categoría básica)**VALORACIÓN**

Se identifican las causas de deserción, pero no se implementan acciones claras para abatirla. La eficiencia terminal del programa es aceptable (73%) y esto muestra que se le brinda de forma oportuna servicios de apoyo a los estudiantes para impactar positivamente en este indicador, sin embargo, la eficiencia de titulación es baja (30%).

Existe un programa de seguimiento a egresados que analiza los datos y la trayectoria para identificar qué hacen y dónde se desempeñan. La institución establece comunicación con los empleadores para dar seguimiento al desempeño de los egresados, pero no se hace de forma constante ni sistemática.

RECOMENDACIONES

7. Identificar las causas de deserción e implementar acciones para abatirla.
8. Incrementar la eficiencia de titulación de acuerdo con el contexto y la disciplina.
9. Establecer mecanismos de seguimiento de egresados que brinde información relevante de su trayectoria de egreso del programa.

Categoría 10. Personal académico (categoría básica)**VALORACIÓN**

La mayoría de los docentes que imparten las asignaturas del programa de mercadotecnia tienen el perfil idóneo para impartir las materias ya que cuentan con la práctica y la teoría, pero aún falta incorporar maestros con perfil académico en mercadotecnia para impartir los cursos del plan de estudios. Existe evaluación docente y los resultados se utilizan para la mejora del programa. Muestran evidencia de programas para la superación disciplinaria, además los docentes realizan investigación aplicada de forma constante e invitan a sus estudiantes a formar parte de estos.

RECOMENDACIONES

10. Complementar la planta docente con más perfiles de mercadotecnia.

Categoría 11. Infraestructura académica (categoría básica)**VALORACIÓN**

La institución cuenta con la infraestructura adecuada para la impartición de las materias del programa de mercadotecnia, las aulas cuentan con proyector, aire acondicionado y mobiliario adecuado, además cuenta con una biblioteca que presenta un acervo bibliográfico exclusivo al programa educativo, solo que el servicio de internet que ofrece la UAS no es suficiente para cubrir las necesidades de la comunidad estudiantil, además, no hay evidencia de la adquisición de software específicos para la licenciatura en mercadotecnia.

RECOMENDACIONES

11. Proporcionar servicios de telecomunicaciones con un internet eficiente para estudiantes y docentes.
-

12. Disponer de software o paquetería específicos para reforzar el programa educativo que sea actualizado y suficiente.

Categoría 12. Servicios de apoyo

VALORACIÓN Los servicios de apoyo que les ofrece la universidad (inscripciones, reinscripciones, titulación, movilidad e intercambio, becas, médico, psicológico, etc.) son adecuados y eficientes, además se cuenta con servicio de cafetería con un horario extendido de 7 a 23 horas para brindar servicios de alimentos a los estudiantes. Existe el programa de bienestar universitario para que los estudiantes que así lo requieran. Además, se ofrece el programa de becas universitarias que se vinculan con los programas federales. Programas de movilidad nacional e internacional Santander. Adicionalmente cuenta con la infraestructura para la movilidad de los estudiantes con capacidades especiales como elevador y rampas.

RECOMENDACIONES Sin recomendaciones.

Infraestructura del plantel

VALORACIÓN Las instalaciones del entorno en donde está ubicado el programa tienen un adecuado mantenimiento (pintura, señalización, iluminación, cestos para la basura, extintores vigentes) que las hace funcionales y seguras. Hay espacios para que los alumnos pongan sus avisos y anuncios. Hay instalaciones especiales para personas con capacidades diferentes. Hay una imagen de orden y limpieza. Los sanitarios son suficientes, están limpios y tienen las dotaciones necesarias para ser utilizados. Existen bebederos de agua potable. Se percibe cumplimiento de mantenimiento preventivo o correctivo de las instalaciones. La vigilancia es adecuada y se apoya de tecnología. Las explanadas, pasillos y jardines están en buenas condiciones. Existe áreas en muy buen estado para practicar deportes.

RECOMENDACIONES Sin recomendaciones.

3. Metodología de la evaluación

El proceso de evaluación tiene como fin emitir la opinión objetiva e imparcial de los CIEES, mediante sus Comités Interinstitucionales, acerca de los esfuerzos de la dependencia por superar la calidad de sus programas, y de su eficiencia y eficacia, a la luz de los *Principios y estándares para la evaluación de programas educativos presenciales en las instituciones de educación superior 2018* (www.ciees.edu.mx).

Inicia el proceso de evaluación diagnóstica de un programa educativo y se toma en cuenta su contexto regional e institucional, con el fin de considerar su pertinencia; prosigue a identificar su ubicación dentro de la institución y de la dependencia, así como las leyes, estatutos y reglamentos que regulan las actividades que se realizan en la institución de educación superior, la facultad y el programa mismo.

La evaluación destaca los aspectos positivos del programa a manera de reconocimiento a las estrategias institucionales de mejora e identifica las áreas de oportunidad que requieren atención para fortalecer o consolidar algún aspecto que los CIEES consideren no satisfactorio.

La evaluación se refiere a los siguientes elementos de un programa educativo:

EJE 1. Fundamentos y condiciones de operación

Categoría 1. Propósitos del programa

- 1.1) Propósitos del programa
- 1.2) Fundamentación de la necesidad del programa
- 1.3) Plan para el desarrollo y mejoramiento del programa
- 1.4) Perfil de egreso

Categoría 2. Condiciones generales de operación del programa

- 2.1) Registro oficial del programa
- 2.2) Normativa específica del programa
- 2.3) Matrícula total y de primer ingreso
- 2.4) Presupuesto/recursos del programa
- 2.5) Estructura organizacional para operar el programa

EJE 2. Currículo específico y genérico

Categoría 3. Modelo educativo y plan de estudios

- 3.1) Modelo educativo
- 3.2) Plan de estudios y mapa curricular
- 3.3) Asignaturas o unidades de aprendizaje

Categoría 4. Actividades para la formación integral

- 4.1) Cursos o actividades complementarios para la formación integral
- 4.2) Enseñanza de otras lenguas
- 4.3) Cursos, seminarios o capacitaciones para obtener certificaciones externas
- 4.4) Integridad

EJE 3. Tránsito de los estudiantes por el programa

Categoría 5. Proceso de ingreso al programa

- 5.1) Estrategias de difusión y promoción
- 5.2) Procedimiento de ingreso de los aspirantes
- 5.3) Programas de regularización, acciones de nivelación o apoyo (si es el caso)

Categoría 6. Trayectoria escolar

- 6.1) Control del desempeño de los estudiantes dentro del programa
- 6.2) Servicios de tutoría y asesoría académica
- 6.3) Prácticas, estancias o visitas en el sector empleador

Categoría 7. Egreso del programa

- 7.1) Programa de titulación u obtención del grado
- 7.2) Orientación para el tránsito a la vida profesional

EJE 4. Resultados

Categoría 8. Resultados de los estudiantes

- 8.1) Resultados en exámenes de egreso externos a la institución
- 8.2) Nivel de dominio de otras lenguas
- 8.3) Participación de estudiantes en concursos, competencias, exhibiciones y presentaciones nacionales o internacionales

8.4) Trabajos emblemáticos de los estudiantes

8.5) Certificaciones externas obtenidas

8.6) Cumplimiento del perfil de egreso

Categoría 9. Resultados del programa

9.1) Deserción escolar

9.2) Eficiencia terminal y eficiencia en la titulación (u obtención del grado)

9.3) Empleabilidad de las cohortes recientes

9.4) Egresados cursando estudios de posgrado

9.5) Opinión de los egresados

Eje 5. Personal académico, infraestructura y servicios

Categoría 10. Personal académico

10.1) Composición actual del cuerpo docente

10.2) Evaluación docente

10.3) Superación disciplinaria y habilitación académica

10.4) Articulación de la investigación con la docencia

Categoría 11. Infraestructura académica

11.1) Aulas y espacios para la docencia, y su equipamiento

11.2) Espacios específicos para la realización de prácticas, su equipamiento e insumos

11.3) Otras instalaciones fuera de la sede (en su caso)

11.4) Biblioteca y acervo

11.5) Servicios tecnológicos

Categoría 12. Servicios de apoyo

12.1) Administración escolar

12.2) Servicios de bienestar estudiantil

12.3) Becas y apoyos estudiantiles

12.4) Gestión de los servicios de transporte (si es el caso)

12.5) Servicio de cafetería

Etapas de la evaluación

Los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior consideran para la aplicación del proceso de evaluación las siguientes etapas:

1. *Solicitud de evaluación:* La institución de educación superior solicita a la Coordinación General de los CIEES, formalmente y por escrito, la evaluación del o de los programas educativos o funciones institucionales. Una vez recibida y aceptada, la Coordinación General de los CIEES canaliza la solicitud a la Vocalía Ejecutiva correspondiente, quien envía al responsable institucional del proceso de evaluación la liga de acceso a una plataforma electrónica operada por los CIEES denominada GAPES, para que llene un formato en el que hace su ejercicio de autoevaluación de acuerdo con la *Metodología general para la evaluación de programas educativos o funciones de nivel superior*.
2. *La autoevaluación diagnóstica o de seguimiento:* Con base en esta metodología, la dependencia hace el ejercicio de autoevaluación, el cual será la fuente principal de información para realizar la visita de evaluación. Para su aceptación será objeto de un dictamen técnico-académico por parte de la Vocalía Ejecutiva.
3. *Visita de evaluación:* La Comisión de Pares Académicos Externos (CPAE) realiza la visita de evaluación a la dependencia responsable del programa y corrobora, de forma virtual y presencial, lo informado en la autoevaluación. Con base en la información completa y su apreciación directa y presencial sobre la situación que guarda el programa educativo, establece sus juicios de valor y emite sus recomendaciones. En esta visita se realizan entrevistas con los principales actores del proceso educativo: directivos, profesores, alumnos, egresados y empleadores, y se hace un recorrido por las instalaciones donde se desarrolla el programa. La CPAE redacta un reporte de la visita y lo envía a la Vocalía Ejecutiva.
4. *Sesión de análisis y dictamen de nivel de calidad por parte del Comité Interinstitucional (CI):* La Vocalía Ejecutiva presenta ante el CI la información obtenida del ejercicio de autoevaluación institucional, el reporte de la visita de la CPAE, los comentarios de la propia Vocalía, a efecto de que los integrantes del CI, teniendo

como referente los estándares para la evaluación de los programas educativos establecidos por los CIEES, analicen la información, la discutan y asignen un nivel de calidad o acreditación (en el caso de los programas de las escuelas normales), los términos de la vigencia de dicho nivel, así como las recomendaciones referentes al proceso de aseguramiento de la calidad del programa evaluado, y en las áreas que requieren mejora.

5. *Informe final de la evaluación:* Concluidas las etapas citadas, la Vocalía Ejecutiva correspondiente inicia la elaboración del informe final de evaluación, el cual considera de manera especial la autoevaluación, la información recabada por la CPAE y las valoraciones de los integrantes del comité respectivo. El informe de evaluación está ordenado en dos grandes apartados: un informe ejecutivo que sintetiza, con orden de prioridad, las fortalezas del programa evaluado con el objeto de que formen parte de un proceso de aseguramiento de la buena calidad, así como los aspectos por mejorar; y un apartado en el que se deja constancia de las valoraciones que emite la CPAE para cada una de las categorías de análisis. Para cada categoría se emite una serie de recomendaciones, en orden de prioridad, que los CIEES consideran necesarias para el mejoramiento de la calidad del programa educativo o función evaluada. Este informe es enviado a la institución solicitante con el documento en que se consigna el nivel de calidad obtenido.

Semblanza de los CIEES

La Comisión Nacional de Evaluación de la Educación Superior puso en marcha en 1990, un sistema de evaluación que asumió la tarea de coordinar la participación colegiada de las autoridades gubernamentales y de las propias instituciones de educación superior (IES). Este sistema incluyó tres actividades fundamentales: la primera fue la evaluación global del sistema y los subsistemas de este nivel, encomendada a la entonces Subsecretaría de Educación Superior e Investigación Científica, actualmente Subsecretaría de Educación Superior; a la Subsecretaría de Educación e Investigación Tecnológicas; a la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior, y al Consejo del Sistema Nacional de Educación Tecnológica. La segunda fue la autoevaluación, encomendada a las propias IES. Y la tercera, la evaluación interinstitucional, que se otorgó a los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES) creados en 1991.

Los CIEES realizan sus tareas mediante comités interinstitucionales colegiados, cuyos integrantes son pares representativos de la comunidad académica nacional. Se cuenta con un comité de evaluación por cada una de las áreas del conocimiento en las que está organizada la educación superior, a saber: Arquitectura, Diseño y Urbanismo; Artes, Educación y Humanidades; Ciencias Agropecuarias; Ciencias de la Salud; Ciencias Naturales y Exactas; Ciencias Sociales y Administrativas, así como Ingeniería y Tecnología.

El principal objetivo de la evaluación que realizan los comités consiste en contribuir a mejorar la calidad y eficiencia de la educación superior en el país. Su tarea se inscribe en la búsqueda de modelos de educación superior que respondan no solo a la evaluación del conocimiento y la cultura, sino a las exigencias y necesidades sociales del país.

Para los CIEES, cada programa educativo, a partir de sus propósitos y visión, se estructura en una unidad académico-administrativa compleja y específica, donde la instancia académica hace posible la actividad docente a partir de un plan de estudios formalmente establecido, que aspira a satisfacer un perfil del estudiante y del egresado, que responda a las necesidades académicas, laborales, sociales y culturales de una profesión específica en nuestra sociedad actual y en el contexto local y nacional; en tanto la instancia administrativa permite resolver y organizar los diversos recursos del programa, con ello facilita que se alcancen los objetivos académicos determinados por el propio plan de estudios y el modelo

educativo. Ante esta estructura funcional, los CIEES consideran los aspectos contextuales en los que está inserta la institución y el programa educativo, así como los insumos relacionados para ponerlo en operación, los cuales están establecidos en su normativa y planeación, los procesos que lleva a cabo para la concreción de las metas y objetivos en la planeación, así como los productos, los cuales son los referentes objetivos que dan cuenta del nivel o grado de logro de los objetivos y metas.

La interacción de los diferentes elementos de los programas debe corresponder a las decisiones académicas y administrativas plasmadas en los reglamentos, y también a los usos establecidos tanto por los sujetos directamente relacionados con la enseñanza, como por las autoridades centrales. Los CIEES retoman el concepto de estructura curricular, como referente teórico y metodológico que permite advertir la relación que se da entre los objetivos del programa, la participación de los profesores, los tiempos que lo rigen, las instalaciones que tienen, los recursos didácticos y las formas de evaluación. Igualmente, hace posible delimitar los espacios curriculares reales que se establecen para el aprendizaje.

Los criterios del análisis curricular que aplican los CIEES se refieren a la congruencia, consistencia y validez externa e interna. Los referentes externos son los avances de las disciplinas relacionados con la formación profesional, así como lo que demanda el mercado de trabajo y las necesidades de desarrollo del país. En cuanto a los referentes internos, se analiza la pertinencia de los objetivos y los contenidos de los programas, y la conformación de la estructura curricular en los términos señalados; es decir, la gestión adecuada de los recursos institucionales para la docencia, además de otros referentes que permitan la formación integral de los estudiantes.

Los puntos anteriores determinan los aspectos relevantes a considerar en la evaluación. La información respectiva se obtiene de fuentes directas e indirectas. Se hace uso de diversas técnicas (análisis documental, entrevistas y observación, entre otras) con el fin de cubrir aspectos cuantitativos y cualitativos. La investigación se complementa con datos de otras fuentes con el fin de validarla. El análisis se orienta con los criterios conceptuales y el enfoque metodológico señalados en el apartado *Metodología de la Evaluación*.

Los juicios de valor que se incorporan en el informe de evaluación no solo se basan en estándares de calidad claramente establecidos, sino que el mismo enfoque posibilita evaluar cada caso de acuerdo con sus propias características. Por lo demás, las recomendaciones se refieren a decisiones posibles en el contexto actual de la institución y buscan generar las condiciones para el establecimiento de un plan de mejora continua y aseguramiento de la buena calidad que brinde las condiciones para que un programa educativo responda a las expectativas sociales para los cuales fue creado.

Directorio institucional

Mtro. Miguel Ángel Tamayo Taype

Coordinador General

Dra. Rocío Llerena de Thierry

Vocal Ejecutiva

Comité de Evaluación Institucional

Dr. Alejandro Nieto Rodríguez

Vocal Ejecutivo

Comité de Ciencias de la Salud

Dr. José Alberto Gaytán García

Vocal Ejecutivo

Comité de Artes, Educación y Humanidades

Comité de Arquitectura, Diseño y Urbanismo

Comité de Ingeniería y Tecnología

Mtra. Norma Villegas López

Vocal Ejecutivo

Comité de Ciencias Agropecuarias

Comité de Ciencias Naturales y Exactas

Mtro. Francisco Javier Solana Ortiz

Vocal Ejecutivo Encargado

Comité de Ciencias Sociales y Administrativas

Lic. Beatriz del Carmen Llerena Bejarano

Directora Administrativa

Mtro. Francisco Javier Martínez Esparza

Director de Sistemas e Informática