



IV/08/2019/2118/I

Dr. Francisco Javier González Madariaga

Rector del Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño
Universidad de Guadalajara
P r e s e n t e

En cumplimiento a lo establecido por el artículo 35, fracción II, y 42, fracción I, de la Ley Orgánica de la Universidad de Guadalajara, adjunto al presente nos permitimos remitir a sus finas atenciones, para su ejecución, el dictamen emitido por la Comisión Permanente de Educación, aprobado en la Sesión Extraordinaria del H. Consejo General Universitario efectuada el 24 de julio de 2019:

Dictamen Núm. I/2019/2016: Se crea el programa académico de la Maestría en Diseño de Información y Comunicación Digital de la Red Universitaria, teniendo como sede al Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño, a partir del ciclo escolar 2020 "A".

Lo anterior, para los efectos legales a que haya lugar.

Atentamente

"Piensa y Trabaja"

Guadalajara, Jal., 12 de agosto de 2019

Dr. Ricardo Villanueva Lomeli
Rector General

Mtro. Guillermo Arturo Gómez Mata
Secretario General

c.c.p. Dr. Héctor Raúl Solís Gadea. Vicerrector Ejecutivo
c.c.p. Dr. Carlos Iván Moreno Arellano. Coordinador General Académico
c.c.p. Mtra. Celina Díaz Michel. Coordinadora General de Recursos Humanos
c.c.p. Mtro. Roberto Rivas Montiel. Coordinador General de Control Escolar
c.c.p. Archivo
GAGM/MARG/mmme



H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO
P R E S E N T E

A esta Comisión Permanente de Educación ha sido turnado el dictamen 002, de fecha 08 de noviembre de 2018, en el que el Consejo del Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño propone crear el programa académico de la **Maestría en Diseño de Información y Comunicación Digital**, y conforme a los siguientes:

ANTECEDENTES

1. Que el estado de Jalisco, principal espacio de acción para los egresados de la Maestría en Diseño de Información y Comunicación Digital, se ha caracterizado por su impulso desde el año 2001 a las tecnologías de información, microelectrónica, multimedia e industria aeroespacial, así como la consolidación de clústeres y cadenas productivas relacionadas a dichos sectores. Es justamente en este cúmulo de empresas y desarrollos donde el especialista en diseño de información encuentra un propicio campo de acción, no sólo bajo los esquemas de comunicación gráfica digital para el impulso de éstas, sino también en la configuración de interfaces, análisis de información mediante la visualización de datos, planeación estratégica basada en esquemas gráficos, software embebido y gráficos digitales que, de manera interdisciplinaria, se integran a procesos de innovación y desarrollo de soluciones de la región.
2. Que de igual manera, el Gobierno Federal, por conducto del Instituto Nacional del Emprendedor (Inadem, 2013) ha determinado como sectores estratégicos para el estado de Jalisco diversos espacios en los cuales se desenvuelve profesionalmente el egresado en las disciplinas de diseño de información y comunicación digital, como lo son actualmente el sector electrónico, de moda y automotriz, así como una fuerte apuesta a futuro para los sectores de tecnologías de la información, industria cultural e industria creativa. Estos sectores demandan en el presente una importante cantidad de recursos humanos especializados en diseño digital, mismos que la oferta académica actual no ha podido proveer.
3. Que el estado de Jalisco cuenta, según el Diagnóstico Estatal de Ciencia, Tecnología e Innovación 2014, con un sistema de Ciencia, Tecnología e Innovación (CTI) desarrollado y que se encuentra entre las economías más importantes de México. En su Plan Estatal de Desarrollo 2007-2013 establece que la visión de Jalisco para el año 2030 es la de "un estado altamente competitivo, que maximiza sus recursos, convirtiendo las ideas en acciones que promueven la inversión, generan más empleo vinculado a actividades productivas rentables, en un ambiente que impulsa la innovación, el diseño y el desarrollo tecnológico, donde se aprovecha y potencia de manera sustentable la vocación de cada región". Dicho Plan Estatal de Desarrollo 2007-2013, marcó dentro de sus principales objetivos el promover la vinculación entre el sector académico y los sectores productivo y social; promover el desarrollo de empresas de base tecnológica para la producción de bienes y servicios con tecnología de punta; la capacitación, especialización y actualización de recursos humanos; promover el servicio estatal de información y documentación científica y tecnológica, de recursos humanos y materiales, organizativos y financieros.



4. Que el Plan Estatal de Desarrollo de Jalisco 2030 establece, dentro de los sectores industriales que serán apoyados y desarrollados estratégicamente a las tecnologías de información, diseño de microelectrónica, animación, contenido multimedia, diseño e ingeniería aeroespacial. Esta apuesta genera la base de un creciente y sostenido campo de acción para los egresados del posgrado aquí propuesto.
5. Que en cuanto a la demanda estimada de egresados de esta maestría, se advierte una creciente solicitud de recursos humanos especializados en comunicación digital, diseño de información, visualización de datos, arquitectura de información, diseño de interfaces, y demás áreas afines, ya que Jalisco cuenta con proyectos estratégicos establecidos como son Ciudad Creativa Digital (CDD), Centro MIND (México Innovación y Diseño) y los Centros de Desarrollo de Software, como el Centro del Software, que agrupa 35 compañías y 700 profesionales en TI; el Cd. Guzmán Green IT Park y Chapala Media Park, así como cinco clústeres dentro de la entidad (automotriz, gourmet, electrónicos, moda y turismo médico) que día con día incrementan su demanda de especialistas en comunicación digital.
6. Que el panorama actual de estudios relacionados al diseño de información y comunicación han tomado relevancia a nivel global debido a dos factores. El primero es la importancia de comunicar y reproducir información a diferentes sectores de la sociedad, y el segundo, el avance vertiginoso de las tecnologías y sus diferentes plataformas de comunicación.
7. Que el avance tecnológico ha marcado un parteaguas en el sector educativo y empresarial; en el lado educativo encontramos que algunas disciplinas han cambiado su enfoque de estudio que responde a las necesidades del entorno social y económico actuales como es el caso del diseño.
8. Que hoy en día, los egresados en diseño y carreras afines, tienen la responsabilidad social de hacer llegar al mercado meta o público objetivo, información que sea capaz de transformar y ayudar a entender su contexto social mediante sus creaciones, situación que puede verse fortalecida con especialistas en el área de diseño de información y comunicación digital que hoy en día es esencial dentro de los medios tecnológicos ya que se han convertido en un puente de información.
9. Que, ante la alta demanda en cursar un Programa Educativo relacionado a técnicas audiovisuales y producción de medios, las instituciones públicas de educación superior han tenido que aumentar su cupo de estudiantes. Hoy la media nacional de aceptados por institución educativa pública es del 32.5%. Una tasa baja de aceptados en comparación con medicina, abogado y contaduría. El porcentaje de matriculados por género identifica que las mujeres representan el 55% de la matrícula mientras que los hombres representan el 45%.
10. Que tomando en cuenta los datos del Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), en su estudio de Compara Carreras 2017, los egresados de licenciaturas relacionadas a técnicas audiovisuales y producción de medios, cuentan con un 92.9% de tasa de ocupación y los principales sectores en los que trabajan son: servicios profesionales, científicos y técnicos; industrias manufactureras; servicios educativos; información de medios masivos y en actividades gubernamentales y de organismos internacionales.



11. Que las carreras relacionadas a técnicas audiovisuales y producción de medios ocupan el segundo lugar del ranking de las 10 carreras más demandadas a nivel nacional. Su índice de aceptación corresponde al 32.5%, es decir, a pesar de la demanda sólo menos de la mitad de los estudiantes tienen un lugar en las universidades públicas. De acuerdo al anuario estadístico de educación superior de la ANUIES, durante el periodo 2016-2017 el 58.1% de los egresados se titularon de alguna carrera relacionada a técnicas audiovisuales y producción de medios a nivel nacional, mientras que en Jalisco sólo 41.6% se titularon.
12. Que en lo que respecta a la oferta académica en Jalisco, particularmente Guadalajara, la oferta relacionada a diseño y comunicación es poco representativa. En la actualidad, se ofertan más Diplomados que Maestrías con énfasis en herramientas y técnicas para la reproducción de medios digitales, en Guadalajara. Sin embargo, tanto los diplomados como la maestría tienen un enfoque específico sobre diseño.
13. En lo que respecta a la oferta académica en los Centros Universitarios Regionales de la Universidad de Guadalajara, aún no se cuenta con algún posgrado relacionado al diseño y comunicación.
14. Que el posgrado contará con dos líneas de generación y aplicación del conocimiento (LGAC), una en Diseño de Información y otra en Comunicación Digital.
 - a. La línea de generación y aplicación del conocimiento en Diseño de Información, se enfoca en la generación de conocimiento a través de la aplicación de fundamentos de diseño que construyan discursos gráficos para la visualización de datos, arquitectura de información y/o diseño de interfaces u otro medio basado en la sistematización y el análisis de datos.
 - b. La línea de generación y aplicación del conocimiento en Comunicación Digital, se enfoca en la generación de conocimiento a través de la gestión de la comunicación, el diseño interactivo y la mercadotecnia emocional beneficiando a la cibercultura.

Estas líneas constituyen las directrices de algunos de los objetivos específicos del programa, el plan de estudios y las materias optativas que pueden aportar conocimientos particulares a cada una de ellas. También, proporciona una guía para la productividad académica de los temas de investigación como: artículos, ponencias, capítulos de libro y tesis entre otros.



15. Que el Colegio del Departamento de Proyectos de Comunicación le extendió al Consejo Divisional de Tecnología y Procesos y éste, a su vez, al Consejo del Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño, la propuesta de creación del programa académico de la Maestría en Diseño de Información y Comunicación Digital, aprobado mediante dictamen 002, de fecha 08 de noviembre de 2018.
16. Que la planta académica de la Maestría en Diseño de Información y Comunicación Digital se integra por 7 profesores de tiempo completo 4 con grado de doctor; 3 con grado de maestría, y 3 son miembros del Sistema Nacional de Investigadores.
17. **Que el objetivo general** de la Maestría en Diseño de Información y Comunicación Digital ofrecerá una formación cognitiva que le permita al estudiante de este posgrado desarrollar capacidades, habilidades, aptitudes, actitudes y valores para la realización de una investigación basada en las diferentes fases para la generación de un proyecto de diseño de información y comunicación digital que forme especialistas de alta calidad en estas áreas, considerando características de fundamentos de diseño de información, tipografía aplicada, elementos para la creación del discurso gráfico, diseño centrado en el usuario.
18. Que los **objetivos específicos** son:
 - a. Conocerá herramientas cognitivas enfocadas al diseño de información, elementos para la creación del discurso gráfico, características del diseño centrado en el usuario, fundamentos de diseño de información, tipografía aplicada, así como de las diferentes fases para la realización de una investigación. En la línea de investigación de diseño de información, conocerá aspectos especializantes en arquitectura de información, elementos para la visualización de datos, sistematización y análisis de datos y diseño de interfaces. En la línea de investigación de comunicación digital, abordará aspectos especializantes del diseño de interacción, cibercultura, fundamentos para la gestión de la comunicación y mercadotecnia emocional.
 - b. Desarrollará aptitudes enfocadas a la generación de contenidos apropiados para la comunicación de organizaciones públicas o privadas con una visión panorámica para la construcción de contenidos, así como capacidades para analizar, visualizar y diseñar información, así como investigación enfocada a los procesos de diseño de información e implementación de la comunicación digital.
 - c. Fortalecerá las actitudes enfocadas a la generación de sinergias de colaboración, respeto a la diversidad y multiculturalidad, responsabilidad social, sustentabilidad y compromiso ciudadano, así como los valores para fomentar el respeto de derecho de autor, de la confidencialidad y el manejo de datos para la generación de comunicaciones.
 - d. Desarrollará habilidades para el uso de la tecnología de la información y comunicación desde una visión panorámica que sea congruente con el entorno, y que permanezca centrado en el usuario.



19. Que el **perfil de ingreso** de la Maestría en Diseño de Información y Comunicación Digital es:

- a. La Maestría en Diseño de Información y Comunicación Digital, está dirigida a diseñadores gráficos, mercadólogos y, profesionistas estrechamente ligados a las actividades de diseño de información y comunicación digital, tales como las áreas relacionadas a la lingüística, ingeniería y carreras afines.
- b. Los aspirantes deberán tener conocimientos básicos sobre psicología del color, elementos de diseño gráfico, desarrollo de mensajes, así como también conocimiento en el uso de programas de cómputo para editar vectores y gráficos rasterizados.
- c. El aspirante deberá tener la capacidad de análisis y síntesis de información para hacer traducciones gráficas a nivel básico, para la construcción de discursos aplicados a los sistemas de comunicación e información digital. También deberá contar con la habilidad para la identificar los problemas relacionados con el uso de información que requieran una solución multimodal, que ayude a mejorar la comunicación en diversos medios digitales a través del uso de la tecnología, así como de expresión oral y escrita.
- d. El aspirante deberá contar con capacidades, habilidades, actitudes y valores enfocados a la indagación, formulación de preguntas y estructuración de un proyecto de investigación.

20. Que el **perfil de egreso** de la Maestría en Diseño de Información y Comunicación Digital es:

- a. El egresado de la maestría en Diseño de Información y Comunicación Digital, tendrá herramientas cognitivas enfocadas a contenidos de información, elementos para la creación del discurso gráfico, características del diseño centrado en el usuario, fundamentos de diseño de información, tipografía aplicada, así como de las diferentes fases para la realización de una investigación.
- b. Las aptitudes que desarrollarán durante el posgrado estarán enfocadas a la generación de contenidos apropiados para la comunicación de organizaciones públicas o privadas con una visión panorámica para el desarrollo de contenidos.
- c. Las actitudes estarán enfocadas a la generación de sinergias de colaboración, respeto a la diversidad y multiculturalidad, responsabilidad social, sustentabilidad y compromiso ciudadano.
- d. El alumno obtendrá capacidades para analizar, visualizar y diseñar información, así para desarrollar de manera estratégica contenidos gráficos pertinentes para su distribución a través de medios digitales. Asimismo, desarrollará investigación enfocada a los procesos de diseño de información e implementación de la comunicación digital, basado en estrategias y metodologías que consideren los paradigmas, tendencias globales, procesos cognitivos e interacciones centradas en el usuario.



e. Se desempeñará en proyectos de diseño en donde se requiera una propuesta estratégica de comunicación institucional, comercial, cultural o social, haciendo uso del diseño de información, visualización de datos, generación de contenidos y comunicación digital, al considerar los paradigmas, tendencias y, procesos cognitivos e interacciones centradas en el usuario.

21. Que la Maestría en Diseño de Información y Comunicación Digital es un programa enfocado a la investigación de modalidad escolarizada.
22. Que los programas de posgrado son de la Universidad de Guadalajara y los Centros Universitarios podrán solicitar a la Comisión de Educación del H. Consejo General Universitario, ser sede, y se autorizará la apertura siempre y cuando cumplan con los requisitos y criterios del Reglamento General de Posgrado.

En virtud de los antecedentes antes expuestos y tomando en consideración los siguientes:

FUNDAMENTOS JURÍDICOS

- I. Que la Universidad de Guadalajara es un organismo público descentralizado del Gobierno del Estado de Jalisco con autonomía, personalidad jurídica y patrimonio propio, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 1 de su Ley Orgánica, promulgada por el Ejecutivo local el día 15 de enero de 1994, en ejecución del decreto No. 15319 del H. Congreso del Estado de Jalisco.
- II. Que como lo señalan las fracciones I, II y IV del artículo 5 de la Ley Orgánica de la Universidad, en vigor, son fines de esta Casa de Estudios formar y actualizar los técnicos, bachilleres, técnicos profesionales, profesionistas, graduados y demás recursos humanos que requiera el desarrollo socioeconómico del Estado; organizar, realizar, fomentar y difundir la investigación científica, tecnológica y humanística; y coadyuvar con las autoridades educativas competentes en la orientación y promoción de la educación media superior y superior, así como en el desarrollo de la ciencia y la tecnología.
- III. Que es atribución de la Universidad realizar programas de docencia, investigación y difusión de la cultura, de acuerdo con los principios y orientaciones previstos en el artículo 3 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como la de establecer las aportaciones de cooperación y recuperación por los servicios que presta, tal y como se estipula en las fracciones III y XII del artículo 6 de la Ley Orgánica de la Universidad de Guadalajara.
- IV. Que de acuerdo con el artículo 22 de su Ley Orgánica, la Universidad de Guadalajara adoptará el modelo de Red para organizar sus actividades académicas y administrativas.
- V. Que es atribución del Consejo General Universitario, conforme lo establece el artículo 31, fracción VI de la Ley Orgánica y el artículo 39, fracción I del Estatuto General crear, suprimir o modificar carreras y programas de posgrado y promover iniciativas y estrategias para poner en marcha nuevas carreras y posgrados.



- VI. Que conforme lo previsto en el artículo 27 de la Ley Orgánica, el H. Consejo General Universitario funcionará en pleno o por comisiones.
- VII. Que es atribución de la Comisión de Educación conocer y dictaminar acerca de las propuestas de los Consejeros, el Rector General o de los titulares de los Centros, Divisiones y Escuelas, así como proponer las medidas necesarias para el mejoramiento de los sistemas educativos, los criterios e innovaciones pedagógicas, la administración académica, así como las reformas de las que estén en vigor, conforme lo establece el artículo 85, fracciones I y IV del Estatuto General.
- VIII. Que la Comisión de Educación, tomando en cuenta las opiniones recibidas, estudiará los planes y programas presentados y emitirá el dictamen correspondiente -que deberá estar fundado y motivado- y se pondrá a consideración del H. Consejo General Universitario, según lo establece el artículo 17 del Reglamento General de Planes de Estudio de esta Universidad.
- IX. Que tal y como lo prevén los artículos 8, fracción I y 9, fracción I del Estatuto Orgánico del Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño, es atribución de la Comisión de Educación de este centro, dictaminar sobre la pertinencia y viabilidad de las propuestas para la creación, modificación o supresión de carreras y programas de posgrado a fin de remitirlas, en su caso, al H. Consejo General Universitario.
- X. Que los criterios y lineamientos para el desarrollo de posgrados, así como su organización y funcionamiento, además de la presentación, aprobación y modificación de sus planes de estudio, son regulados por el Reglamento General de Posgrado de la Universidad de Guadalajara y, en especial, por los artículos 1, 3, 7, 10 y del 18 al 28 de dicho ordenamiento.

Por lo antes expuesto y fundado, esta Comisión Permanente de Educación tiene a bien proponer al pleno del H. Consejo General Universitario los siguientes:

RESOLUTIVOS

PRIMERO. Se crea el programa académico de la **Maestría en Diseño de Información y Comunicación Digital** de la Red Universitaria, teniendo como sede al Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño, a partir del ciclo escolar 2020 "A".

SEGUNDO. El programa académico de la **Maestría en Diseño de Información y Comunicación Digital** es un programa de modalidad escolarizada, con enfoque a la investigación, y comprende las siguientes áreas de formación y unidades de aprendizaje:



Plan de Estudios

Áreas de Formación	Créditos	%
Área de Formación Básico Común Obligatoria	24	25
Área de Formación Básico Particular Obligatoria	36	37.5
Área de Formación Especializante Obligatoria	24	25
Área de Formación Optativa Abierta	12	12.5
Total:	96	100

ÁREA DE FORMACIÓN BÁSICO COMÚN OBLIGATORIA

UNIDAD DE APRENDIZAJE	Tipo ³	Horas BCA ¹	Horas AMI ²	Horas totales	Créditos	Prerrequisitos
Seminario de Investigación I	S	64	32	96	6	
Seminario de investigación II	S	64	32	96	6	Seminario de investigación I
Seminario de Investigación III	S	64	32	96	6	Seminario de investigación II
Seminario de titulación	S	64	32	96	6	Seminario de investigación III
Total		256	128	384	24	



ÁREA DE FORMACIÓN BÁSICO PARTICULAR OBLIGATORIA

UNIDAD DE APRENDIZAJE	Tipo ³	Horas BCA ¹	Horas AMI ²	Horas totales	Créditos	Prerrequisitos
Innovación y sustentabilidad en la generación de contenidos	C	64	32	96	6	
Creación del discurso gráfico digital	C	64	32	96	6	
Investigación sobre experiencia de usuario	C	64	32	96	6	
Evaluación del diseño centrado en el usuario	C	64	32	96	6	Investigación sobre experiencia de usuario
Fundamentos de diseño de información	C	64	32	96	6	
Tipografía aplicada	CT	64	32	96	6	
Total		384	192	576	36	

ÁREA DE FORMACIÓN ESPECIALIZANTE OBLIGATORIA

UNIDAD DE APRENDIZAJE	Tipo ³	Horas BCA ¹	Horas AMI ²	Horas totales	Créditos	prerrequisitos
Sistematización y visualización de datos	CT	64	32	96	6	
Cibercultura	C	64	32	96	6	
Diseño de información	CT	64	32	96	6	Fundamentos de diseño de información
Gestión de la comunicación	C	64	32	96	6	
Total		256	128	384	24	



ÁREA DE FORMACIÓN OPTATIVA ABIERTA

UNIDAD DE APRENDIZAJE	Tipo ³	Horas BCA ¹	Horas AMI ²	Horas totales	Créditos
Innovación en entornos visuales	C	64	32	96	6
Medios creativos digitales	C	64	32	96	6
Desarrollo de estrategias creativas	C	64	32	96	6
Análisis de tendencias	C	64	32	96	6
Total		256	128	384	24

¹BCA = horas bajo la conducción de un académico

²AMI = horas de actividades de manera independiente

³C = Curso, CT= Curso Taller, S= Seminario

TERCERO. La Junta Académica propondrá al Rector del Centro el número mínimo y máximo de alumnos por promoción y la periodicidad de las mismas, con fundamento en los criterios académicos y de calidad.

CUARTO. Los requisitos para ingresar a la Maestría en Diseño de Información y Comunicación Digital, además de los previstos por la normatividad universitaria vigente, son los siguientes:

- Copía del Título de licenciatura o Acta de titulación original y constancia de terminación del servicio social de las licenciaturas en Diseño Gráfico, Mercadotecnia, Ciencias de la Comunicación, Publicidad, Arte Digital y, cualquier carrera a fin que a consideración de la Junta Académica sea considerada;
- Acreditar un promedio mínimo de ochenta con certificado original o documento que sea equiparable de los estudios precedentes, según sea el caso;
- Presentar constancia de lecto-comprensión del idioma inglés, nivel B1 o equivalente, con fecha de emisión no mayor a 5 meses;
- Presentar y aprobar el examen de admisión de conocimientos avalado por la Junta Académica;
- Presentar dos cartas de recomendación de académicos e investigadores;
- Presentar un anteproyecto de investigación que se integre a alguna de las Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento de la Maestría;
- Participar en una entrevista con los miembros de la Junta Académica y profesores del Núcleo Académico Básico de la Maestría;
- Presentar carta de exposición de motivos académicos, profesionales y personales, para cursar la maestría; y
- Aquellos adicionales que establezca la convocatoria.



QUINTO. Los requisitos de permanencia para los estudiantes del programa serán los que establecen las diferentes normativas aplicables.

SEXTO. Los requisitos para la obtención de grado de maestría además de los establecidos por la normatividad universitaria son los siguientes:

- a. Haber concluido el programa de Maestría correspondiente;
- b. Haber cumplido los requisitos señalados en el respectivo plan de estudios;
- c. Presentar, defender y aprobar la tesis de grado producto de una investigación;
- d. Presentar constancia de no adeudo expedida por la Coordinación de Control Escolar del centro universitario, y
- e. Cubrir los aranceles.

SÉPTIMO. La modalidad para obtener el grado de Maestro (a), será Tesis.

OCTAVO. El programa de Maestría tendrá una duración de 4 (cuatro) ciclos escolares. Los ciclos serán contados a partir del momento de la inscripción.

NOVENO. El costo de la matrícula semestral será de 8 Unidades de Medida y Actualización (UMA) a valor mensual vigente.

DÉCIMO. El certificado de estudios se expedirá como Maestría en Diseño de Información y Comunicación Digital. El grado se expedirá como Maestro (a) en Diseño de Información y Comunicación Digital.

DÉCIMO PRIMERO. Para favorecer la movilidad estudiantil, la flexibilidad curricular y la internacionalización de los planes de estudio, podrán ser válidos en este programa- en equivalencia a cualquiera de las áreas de formación- cursos que a juicio y con aprobación de la Junta Académica tomen los estudiantes en otros programas del mismo nivel y de diversas modalidades educativas, de éste y de otros Centros Universitarios de la Universidad de Guadalajara y de otras instituciones de Educación Superior, nacionales y extranjeras.

DÉCIMO SEGUNDO. El costo e implementación de este programa educativo será con cargo al techo presupuestal que tiene autorizado el Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño. Los recursos generados por concepto de las cuotas de inscripción y recuperación, más los que se gestionen con instancias financiadoras externas, serán canalizados al programa.



DÉCIMO TERCERO. De conformidad a lo dispuesto en el último párrafo del artículo 35 de la Ley Orgánica, y debido a la necesidad de publicar la convocatoria, solicítase al C. Rector General resuelva provisionalmente el presente dictamen, en tanto el mismo se pone a consideración y es resuelto de manera definitiva por el pleno del H. Consejo General Universitario.

Atentamente

"PIENSA Y TRABAJA"

Guadalajara, Jal., 18 de julio de 2019
Comisión Permanente de Educación

~~Dr. Ricardo Villanueva Lomeli~~
Presidente

~~Dr. Juan Manuel Durán Juárez~~

~~Mtra. Karla Alejandrina Planter Pérez~~

~~Dr. Raúl Vicente Flores~~

C. Jair de Jesús Rojo Hinojosa

~~Mtro. Guillermo Arturo Gómez Mata~~
Secretario de Actas y Acuerdos