

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
DEPARTAMENTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS)
LICENCIATURA**

**“CAMPAÑA DE DIFUSION PARA FORTALECER LA IMAGEN
INSTITUCIONAL DEL PERIODICO UNIVERSIDAD”**

Informe Final de Ejercicio Profesional Supervisado E.P.S
Presentando al Honorable Consejo Directivo Por:

LOURDES MAYTÉ ARREDONDO PÉREZ

Previo a Optar el Título de

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, noviembre 2014

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
DEPARTAMENTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS)
LICENCIATURA**

**“CAMPAÑA DE DIFUSION PARA FORTALECER LA IMAGEN
INSTITUCIONAL DEL PERIODICO UNIVERSIDAD”**

Informe Final de Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) presentando por:

LOURDES MAYTÉ ARREDONDO PÉREZ

Previo a optar el Título de
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, noviembre 2014

Director

Licenciado Julio Estuardo Sebastián Chilín

Secretaria

M.Sc. Claudia Xiomara Molina

Representantes de Docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

Representante de Los Egresados

Lic. Michael González

Representantes Estudiantiles

Josep Mena

Carlos León

Terna Examinadora

Presidente: Lic. Luis Pedroza

Examinadores:

Licda. Floraba Pérez Folgar

Licda. Carmen Sierra

Coordinador de EPS

M.Sc. Sergio Morataya



Guatemala, noviembre de 2014

M.A. Sergio Morataya
Coordinador EPS Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Respetable M.A. Morataya:

Deseándole que todas sus labores se estén desarrollando con éxito, me dirijo a usted.

Por este medio le informo que, **LOURDES MAYTÉ ARREDONDO PÉREZ** número de carné: **200017181**, estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, finalizó el Ejercicio Profesional Supervisado en la **DIVISIÓN DE PUBLICIDAD E INFORMACIÓN, DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**. Cumpliendo con 300 horas de práctica a partir del 5 de mayo al 15 de julio del año en curso. Realizando el proyecto de comunicación **“CAMPAÑA DE DIFUSION PARA FORTALECER LA IMAGEN INSTITUCIONAL DEL PERIODICO UNIVERSIDAD”**.

Sin otro particular me suscribo de usted.

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Luz Armiñda Barrios Orozco", written over a circular stamp.

Licda. Luz Armiñda Barrios Orozco
Jefe de la División de Publicidad e Información de la Universidad de San Carlos de Guatemala



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 27 de octubre de 2014

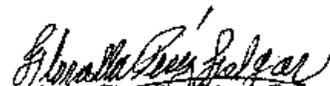
Estudiante
Lourdes Mayté Arredondo Pérez
Carné **200017181**
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

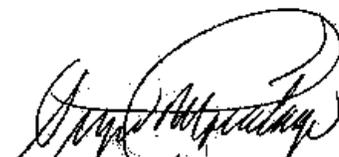
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS con título: **"Campaña de Difusión Para Fortalecer la Imagen Institucional del Periódico Universidad."**

El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual ermito DICTAMEN FAVORABLE para los efectos subsiguientes.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Floralba Pérez-Forgar
Supervisora de EPS.




Vo. Bo. M. Sc. Sergio Morataya
Coordinador EPS Licenciatura

DEDICATORIA

A DIOS:

Oh señor, feliz el pueblo que sabe alabarte con alegría y camina alumbrado por tu luz, que en tu nombre se alegra todo el tiempo y se entusiasma por tu rectitud.

En verdad, tú eres su fuerza y hermosura; nuestro poder aumentar por tu buena voluntad. ¡Nuestro escudo es el señor! ¡Nuestro rey es el santo de Israel!

A MI MADRE CELESTIAL MARIA SANTISIMA:

Gracias por ser mi protectora en los momentos de angustia y de prueba, dignate siempre abrazarme con tu amor maternal como lo hiciste hasta este día.

A MIS PADRES:

Filiberto Arredondo Pocasangre, María Estela Pérez de Arredondo
Pilares de mi vida, gracias por su apoyo, amor, dedicación, entrega, gracias por sus sabias palabras porque nunca me dejaron sola los amo papas.

A MI ESPOSO:

Nelson Alejandro Garzo Donis.

Que con gran afecto aceptaste la responsabilidad, de mis madrugadas, desvelos, cansancio, que Dios te bendiga y te guarde siempre, podemos decir misión cumplida tus sacrificios hoy se ven reflejados.

A MIS HIJOS:

Josué Alejandro Garzo Arredondo y Miguel Fernando Garzo Arredondo
Pequeños amores de mi vida, luz de mis miradas, reflejo de ternuras, gracias hijos ustedes también me ayudaron aceptando el sacrificio en esta misión.

A MIS ABUELITOS:

+Pedro Pérez Franco, y+ Julia Herrera de Pérez.

Mamita y papito sus oraciones siempre están conmigo, los extraño.

A MIS HERMANOS:

Raquel, Axel, Marisol, Jorge Luis, y Edson Samuel.

Cuando los necesite nunca me negaron su ayuda, los quiero tanto gracias!
gracias!

A MIS SOBRINOS:

Pablo Cesar, Edwin Josué, Krystel Raquel, Melany Estelita, Heysi Raquel, Acxelito, José Daniel, Diego José Andrés, Luis Enrique, Luis Mario, Jorge Manuel, Luis Ángel.

Por demostrarme su cariño sincero los llevo en mi corazón.

A MI PRIMOS:

En especial a mi prima Telma Noemí y mis sobrinos Otto Rene, Jaemie Melissa, Miguel Alejandro, André Ricardo, y su mama doña Carmen Pérez.

Fueron llenando mi corazón de muchas alegrías, águilas guerreras que con su ejemplo de lucha me animaron, que Dios los bendiga gracias por su apoyo.

A MIS CUÑADAS:

Mayra García y Karina Guerra

Con especial aprecio.

A QUERIDA AMIGA:

Gracias por tu comprensión, tu sinceridad, tu respeto, y tu carisma en mis luchas te quiero mucho amiga gracias por todo

A LAS LICENCIADAS:

Lucy barrios, Floralba Pérez Folgar, Licenciada Milvita Dardon, Lorena Escalante Pérez. Por ser ángeles que Dios puso en mí camino que Dios les bendiga.

A MIS TIOS:

En especial a Ricardo y Gladys, Ana maría y Gonzalo, Rolando, Edgar y Aury, Margo, Víctor, Carlos, Fermina, Romelia y Hernán. Siempre que tuvieron la oportunidad de ayudarme lo hicieron las palabras y unas gracias quedan cortos en mis agradecimientos.

A MIS SUEGROS:

En especial a Elena Donis, en mi memoria existe un agradecimiento sincero usted fue quien me respaldo en mi petición Gracias.

A MIS AMIGOS:

En especial a don Juan y Lorena, gracias porque esas palabras llenaron mi corazón e impulsaron a cimentar la piedra angular y lograr esta meta.

Resumen

Título:	Informe Final de Ejercicio Profesional Supervisado de la “Campaña de Difusión para Fortalecer la Imagen Institucional del Periódico Universidad”
Autor	Lourdes Mayté Arredondo Pérez
Universidad:	San Carlos de Guatemala
Unidad Académica:	Escuela de Ciencias de la Comunicación
Problema Investigado:	Nivel bajo en porcentaje de lectores del Periódico Universidad.
Instrumentos utilizados:	
En la obtención de datos	Encuestas, análisis estadísticos, observación Directa, y recolección de material comunicacional.
Resultados y Conclusiones:	Mejorar el nivel de lectores y promocionar El uso de las nuevas páginas de internet.

	INDICE	Pág.
1.	Introducción	1
2.	Justificación	2
3.	Diagnostico	3
3.1	Objetivos Generales	3
3.2	Objetivos Específicos	3
3.3	La Institución	4
3.3.1	Antecedentes o Historia	4
3.4	Marco Filosófico	5
3.5	Organigrama	6
3.6	Ficha descriptiva de la Institución	7
3.7	Metodología	8
3.7.1	Descripción del Método	8
3.7.2	Instrumentos	9
3.7.3	Cronograma	10
3.8	Recopilación de Datos	12
3.8.1	Encuesta	12
3.8.2	Graficas	15
3.9	Radiografía de la Institución	23
3.9.1	Descripción de la Comunicación Interna	23
3.9.2	De la Infraestructura	23
3.9.3	Canales de Comunicación Interna	24
3.9.4	Rumores	24
3.9.5	Descripción de la Comunicación Externa	24
3.9.6	POA 2014	25

3.10	Radiografía de la División de Publicidad e Información De la USAC	26
4.	Estrategia del Proyecto Comunicacional	27
4.1	Antecedentes	27
4.2	Estudio de Mercado	29
4.3	Objetivos	30
4.4	Publico Objetivo	31
4.5	El Mensaje	32
4.6	Estrategia	33
4.7	Los Planes de Comunicación	34
4.8	Evaluación	35
5.	Ejecución	36
5.1	Informe Descriptivo	36
6.	Conclusiones	39
7.	Recomendaciones	40
8.	Referencias Bibliográficas	41
8.1	E-grafías	42
9.	Anexos	43
9.1	Modelo de Encuesta	43
9.2	Vaciado de Datos	45
9.3	Imágenes de la División de Publicidad e Información	48
9.4	Calendario de Actividades	49
9.5	Presupuesto	51
9.6	Imágenes de Actividades Realizadas durante El Ejercicio Práctico Supervisado	52

1. Introducción

El órgano oficial de información de la USAC nació a la vida pública el 15 de julio de 1947, ha sido dirigido durante los últimos años por la División de publicidad e Información de Rectoría, es un medio que mantiene su propósito de divulgar entre la comunidad universitaria y la opinión pública nacional e internacional el quehacer diario de las diversas actividades científicas, académicas, culturales y de investigación.

El aporte del periódico universidad se circunscribe en defender la dignificación del hombre guatemalteco, los valores culturales y derechos de las etnias mayas, el respeto al imperio de la ley, retorno a la paz y culminación del fratricida enfrentamiento armado, encaminando a nuestra patria por la senda de la conciliación y reconstrucción nacional dentro de un marco de absoluta libertad y fortalecimiento de la democracia.

Fue fundado por el dos veces rector de la USAC, doctor Carlos Martínez Duran, quien en compañía del licenciado Hugo Cerezo Dardon, también dos veces decano de la Facultad de humanidades, dieron vida al periódico Universidad, que ahora es tradición entre los universitarios e intelectuales guatemaltecos, quienes cada mes buscan un ejemplar de este trascendental medio de comunicación universitario.

En base a lo expuesto se trabajó una campaña de difusión para fortalecerla imagen del periódico universidad en los estudiantes de la USAC, y público general al mismo tiempo se promovió la página de internet de la División de Publicidad e Información de la Rectoría.

El instrumento que se utilizó para el presente trabajo fue la encuesta que contiene respuestas múltiples, concretas y claras la muestra se sustrajo del personal administrativo, estudiantes de la USAC, y personal administrativo de Rectoría, cada uno de estos elementos persigue los objetivos de lograr un impacto en los públicos de interés.

2. Justificación

El Periódico Universidad es el medio escrito de gran importancia en la Universidad de San Carlos de Guatemala, mantiene su propósito de divulgar entre la comunidad universitaria y la opinión pública nacional e internacional el quehacer diario de las diversas actividades científicas, académicas, culturales, y de investigación.

El presente informe indica que según encuestas realizadas en las diferentes Facultades de la USAC, solo el 27% de estudiantes universitarios, prefieren informarse por medio escrito.

En base a los resultados se logró establecer que era necesario realizar una campaña de difusión para mejorar la imagen institucional del periódico Universidad a razón que en los últimos años no se había realizado publicidad alguna.

El proyecto considera necesario el lanzamiento de la campaña con el nombre "LEE PERIODICO UNIVERSIDAD TU ERES LA NOTICIA". La cual se transmitirá en medio radial, televisivo, e impreso: volante y afiches, la duración de la publicidad se realizara en un mes calendario.

Las personas que se beneficiaran con este proyecto serán los oyentes de Radio Universidad, Lectores del Periódico Universidad, estudiantes de las diferentes facultades académicas, público en general y muchas otras personas podrán conocer de su contenido y de su existencia.

Así mismo se divulgaran y se dará soporte publicitario a las nuevas páginas de internet de la División de Publicidad e Información de la Universidad de San Carlos de Guatemala ya que en la actualidad se habla mucho de tecnología de vanguardia, y los medios de comunicación se ven en la necesidad de estar actualizados en dichos avances.

3.Diagnostico

3.1. Objetivos Generales

Evaluar el proceso de comunicación e información que desarrolla actualmente la División de Publicidad e Información de la Universidad San Carlos de Guatemala

3.2. Objetivos Específicos

Establecer los diferentes procesos de comunicación que utiliza la División de Publicidad e Información de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Determinar la funcionalidad de los diferentes medios que se utilizan en la División de Publicidad e Información para llevar a cabo el proceso de comunicación.

Evaluar las fortalezas, oportunidades debilidades y amenazas de los medios comunicacionales que utilizan actualmente en la División de Publicidad e Información.

3.3. La Institución

3.3.1. Antecedentes o historia

La División de Publicidad e Información es la dependencia encargada de mantener una relación estrecha y constante con los medios de comunicación social masivos del país y el extranjero para el mejor logro de sus objetivos.

La División de Publicidad e Información fue creada conforme el Punto TERCERO, Inciso f) del Acta No. 319 del Consejo Superior Universitario, el 6 de marzo de 1951.

La creación de la División de Publicidad e Información como dependencia de la Secretaría General se baso en el criterio que la Universidad de San Carlos de Guatemala necesita una dependencia para atender las tareas de divulgación de sus diferentes actividad, proyectar una imagen de la vida universitaria y, fundamentalmente, crear un vínculo eficaz y permanente entre las autoridades de la Universidad, estudiantes, profesores y pueblo de Guatemala en general.

De esta manera, son tareas de la División de Publicidad e Información la elaboración de comunicados y boletines de prensa, con la información escrita y gráfica sobre las actividades regulares de la Universidad, la preparación de material informativo para prensa impresa, radio y televisión.

La presencia de la Universidad en secciones especiales, entrevistas y crónicas sobre diversos aspectos de la actividad universitaria, etc.

En el segundo sentido la División tiene bajo su responsabilidad la edición del periódico de la USAC, mediante el cual se trata de fortalecer un eficaz medio de comunicación con la comunidad universitaria y los diferentes sectores del país.

También tiene bajo su responsabilidad la elaboración de la Revista de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Actualmente se implemento el uso de redes sociales para la divulgación de información a un nivel masivo interno y externo tanto a nivel nacional como internacional.

3.4. Marco Filosófico

MISIÓN

Informar ampliamente a todos los niveles de la Universidad sobre las diferentes actividades que desarrolla la Universidad de San Carlos de Guatemala, estableciendo lazos de coordinación con los estudiantes, profesores y profesionales con el objeto de informarles sobre Leyes, Reglamentos y Estatutos que norman las actividades de la Universidad.

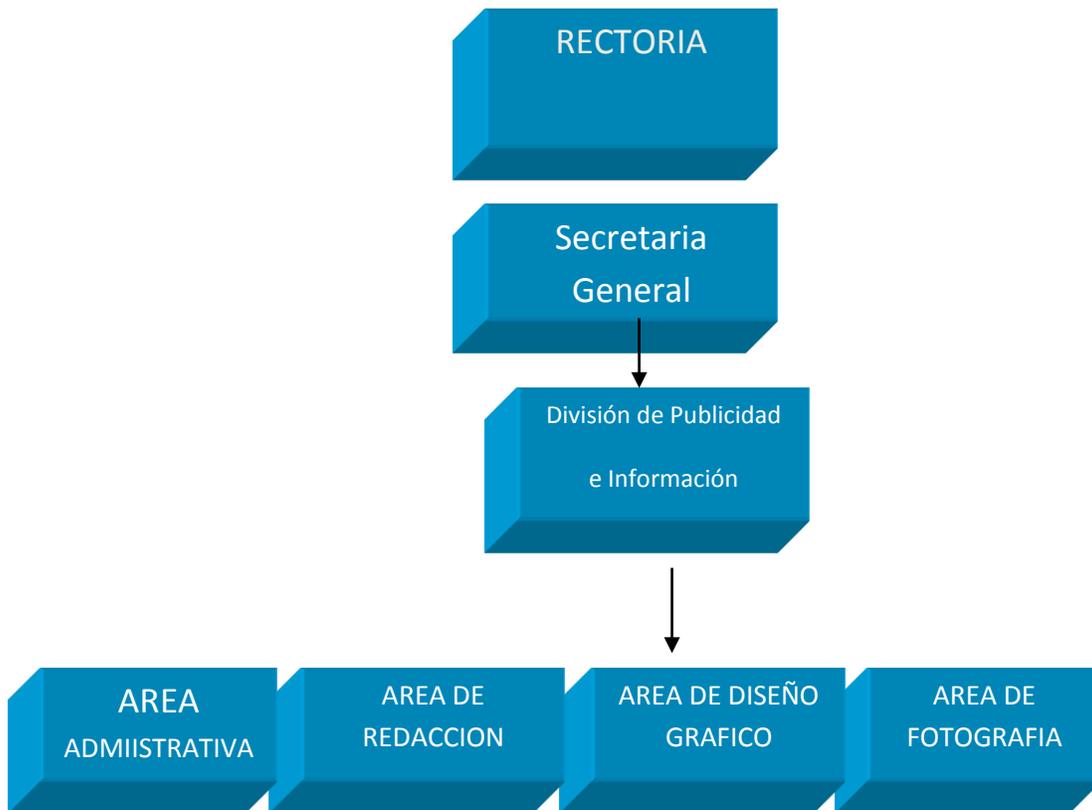
Mantener una imagen positiva de la USAC a través de los diferentes medios de comunicación social, con el objeto de formar en todos los niveles sociales, mentalidad positiva hacia las labores que desarrolla la Universidad.

VISIÓN

Tecnificar las labores de investigación, redacción e información a efecto de lograr a través de los medios de comunicación una mayor cobertura en las actividades de Relaciones Públicas y la colaboración del pueblo de Guatemala en los planes de trabajo trazados por las altas actividades de esta casa de estudios superiores, lo que equivale a mejorar cada día.

3.5 Organigrama

División de Publicidad e Información



3.6 Ficha descriptiva de la Institución

Entre las fortalezas comunicacionales con que cuenta La División de Publicidad e Información están; el Periódico Universidad, Revista de la Universidad de San Carlos de Guatemala y acceso a las diferentes redes sociales.

Se mantiene una constante y efectiva relación con los diferentes medios de comunicación del país.

Se procesa material informativo de las diferentes actividades administrativas y estudiantiles de la Universidad de San Carlos de Guatemala y se da a conocer por medio de los diferentes medios de comunicación informativos al pueblo de Guatemala.

Al personal de la División de Publicidad e Información se le da oportunidad de superación personal en cuanto a talleres, capacitaciones, cursos, etc.

El espacio físico destinado al personal de la División de Publicidad e Información es limitado, no obstante el équido es adecuado a las diversas funciones que se realizan en dicha dependencia.

3.7. Metodología

3.7.1. Descripción del Método

La investigación descriptiva se ocupa de la descripción de datos y característica de una población el objetivo es la adquisición de datos objetivos, precisos y sistemáticos que pueden usarse en promedios, frecuencias, y cálculos estadísticos similares.

Los estudios descriptivos raramente involucran experimentación, ya que están más preocupados en los fenómenos que ocurren naturalmente que con la observación de situaciones controladas.

La investigación tiene como fin describir el funcionamiento comunicacional en la proceso de divulgación de la División de Publicidad e Información de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

La metodología utilizada en ésta primera fase del Diagnostico es la descriptiva, debido a que reúne todos aspectos que se necesitan recopilar para obtener la información necesaria en el desarrollo de la presente investigación.

El enfoque del presente diagnostico reúne aspectos cuantitativos y cualitativos, debido a que se recabó y analizó la información obtenida de las encuestas dirigidas al personal administrativo de la Rectoría y a estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

El diseño se baso en el resultado obtenido de las descripciones y opiniones de las personas encuestadas. Se describen los diferentes medios de comunicación, que utilizan en la División de Publicidad e Información para transmitir información relevante de la misma, que es el objeto de estudio.

Por medio de la herramienta utilizada para la recopilación de la información se lograron determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades del proceso de comunicación existente en la División de Publicidad e Información, y de esta manera llegar a conocer, si la situación actual es adecuada y efectiva, respecto a la metodología comunicacional y mecanismos de divulgación que se deben dar a conocer de la información más destacada de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

3.7.2. Instrumentos

El instrumento utilizado para el presente diagnóstico fue la encuesta, la cual tiene un diseño estructurado con preguntas sencillas de resolver.

Las preguntas empleadas en el cuestionario contienen opciones de respuestas de selección múltiple, lo cual facilita respuestas inmediatas, concretas y claras.

La muestra se sustrajo del personal administrativo de la Rectoría y estudiantes de la Universidad San Carlos de Guatemala.

3.7.3. Cronograma

FEBRERO 2014

SEMANA DEL LUNES 3 AL VIERNES 7

LUNES 3	MARTES 4	MIERCOLES 5	JUEVES 6	VIERNES 7
Acercamiento con las autoridades de la División de Publicidad e Información	Acercamiento con el personal de la División de Publicidad e Información	Observación de las diferentes actividades que se realizan en las instalaciones.	Observación de las diferentes actividades que se realizan en las instalaciones.	Observación de las diferentes actividades que se realizan en las instalaciones.

SEMANA DEL LUNES 10 AL VIERNES 14

LUNES 10	MARTES 11	MIERCOLES 12	JUEVES 13	VIERNES 14
Redacción de preguntas para la encuesta	Levantado, impresión y reproducción de encuesta			

SEMANA DEL LUNES 17 AL VIERNES 21

LUNES 17	MARTES 18	MIERCOLES 19	JUEVES 20	VIERNES 21
Encuestar al personal administrativo y estudiantil	Tabulación de resultados y elaboración de gráficas.	Redacción e interpretación de resultados	Redacción del diagnóstico	Redacción del diagnóstico

SEMANA DEL LUNES 24 AL VIERNES 28

LUNES 24	MARTES 25	MIERCOLES 26	JUEVES 27	VIERNES 28
Redacción del diagnóstico	Redacción del diagnóstico	Revisión y corrección del informe del diagnóstico	Revisión y corrección del informe del diagnóstico	Impresión final del diagnóstico

3.8. Recopilación de datos

3.8.1. Encuesta

UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EXAMEN PRÁCTICO SUPERVISADO EPS
COORDINADOR: Ms. SERGIO MORATAYA

ENCUESTA

1. ¿Qué medios de comunicación de la USAC conoce?

a.	Redes Sociales	
b.	Televisivo	
c.	Radial	
d.	Periódico	
e.	Otros	
f.	Ninguno	

2. ¿Qué medio de comunicación utiliza regularmente para informarse de las diferentes actividades de la USAC?

a.	Redes Sociales	
b.	Página Web	
c.	Televisivo	
d.	Periódico	
e.	Radial	
f.	Por amigos	
g.	Varios de los anteriores	
h.	No uso ninguno	

3. ¿Conoce la División de Publicidad e Información de la Rectoría?

a.	SI	
b.	NO	

4. ¿A través de que medio de comunicación se informa con respecto al que hacer de la División de Publicidad e Información?

a.	Redes Sociales	
b.	Periódico	
c.	Afiches	
d.	Correo electrónico	
e.	Ninguno	
f.	No existe medio	
g.	Ignoro el medio	
h.	División desconocida	

5. ¿Utiliza Facebook para informarse de las noticias de la USAC?

a.	SI	
b.	NO	

6. ¿Cuál fue el último ejemplar del Periódico Universidad al que tuvo acceso?

a.	Del 2014 (No. 234)	
b.	Del 2013	
c.	Del 2012	
d.	No recuerdo	
e.	Ninguno	
f.	No se si existe	

7. ¿Cuál fue el último ejemplar de la Revista Universidad de San Carlos de Guatemala al que tuvo acceso?

a.	Del 2013 (No. 27)	
b.	Del 2012 (No. 23, 24, 25, 26)	
c.	No recuerdo	
e.	Nunca he tenido acceso	

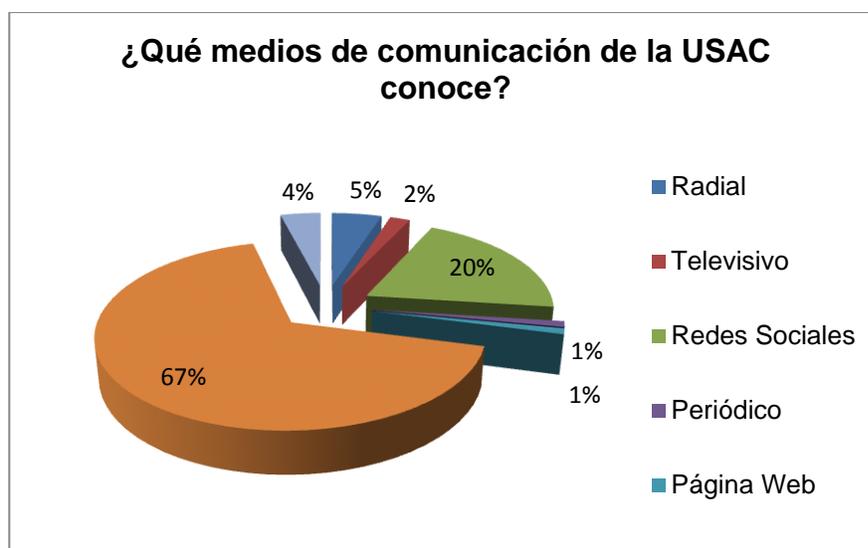
8. ¿Cuáles son los dos medios de su preferencia para informarse de las diferentes actividades de la USAC?

a.	Redes Sociales	
b.	Periódicos	
c.	Folletos informativos	
d.	Revistas	
e.	Página Web	
f.	Radio	
g.	Otros	
h.	Ignoro si hay otros medios	

3.8.2 Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas

1. ¿Qué medios de comunicación de la USAC conoce?

Gráfica No.1



Fuente: Arredondo Lourdes, Azurdia Claudia, García Ingrid. Guatemala, 17 febrero 2014

El medio de comunicación más conocido de la Universidad de San Carlos de Guatemala son las Redes Sociales.

			Porcentaje (%)
a.	Radial	5	5
b.	Televisivo	2	2
c.	Redes sociales	20	20
d.	Periódico	1	1
e.	Pagina Web	1	1
f.	Varios de los anteriores	67	67
g.	Ninguno	4	4
	total	100	

2. ¿Qué medio de comunicación utiliza regularmente para informarse de las diferentes actividades de la USAC?

Gráfica No.2



Fuente: Arredondo Lourdes, Azurdía Claudia, García Ingrid. Guatemala 17 febrero 2014

El medio de comunicación utilizado regularmente para informarse de las diversas actividades de la Universidad de San Carlos de Guatemala son las Redes Sociales.

			Porcentaje (%)
a.	Redes sociales	52	52
b.	Página Web	14	14
c.	Televisivo	3	3
d.	Periódico	8	8
e.	Radial	7	7
f.	Por amigos	3	3
g.	Varios de los anteriores	5	5
h.	No uso ninguno	8	8
	total	100	

3. ¿Conoce la División de Publicidad e Información de la Rectoría?

Gráfica No.3



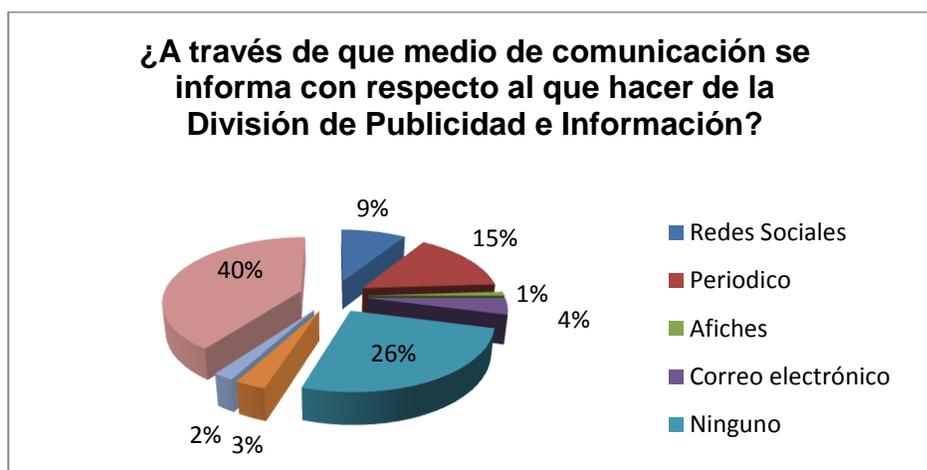
Fuente: Arredondo Lourdes, Azurdia Claudia, García Ingrid. Guatemala, 17 febrero 2014

Es evidente que el 59 % no conoce la División de Publicidad e Información de la Rectoría de la Universidad de San Carlos de Guatemala, como consecuencia desconoce la función dicha entidad.

			Porcentaje (%)
a.	Si	41	41
b.	No	59	59
	total	100	

4. ¿A través de que medio de comunicación se informa con respecto al que hacer de la División de Publicidad e Información?

Gráfica No.4



Fuente: Arredondo Lourdes, Azurdía Claudia, García Ingrid. Guatemala, 17 febrero 2014

Un 40% no conoce la División de Publicidad e Información de la Rectoría de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Y el medio mas usado por las personas que si conocen la División son las Redes Sociales con un 26%, mientras el resto de encuestados lo hace por medio de medios impresos.

			Porcentaje (%)
a.	Redes sociales	9	9
b.	Periódico	15	15
c.	Afiches	1	1
d.	Correo electrónico	4	4
e.	Ninguno	26	26
f.	No existe	3	3
g.	Ignoro	2	2
h.	División desconocida	40	40
	Total	100	

5. ¿Utiliza Facebook para informarse de las noticias de la USAC?

Gráfica No.5



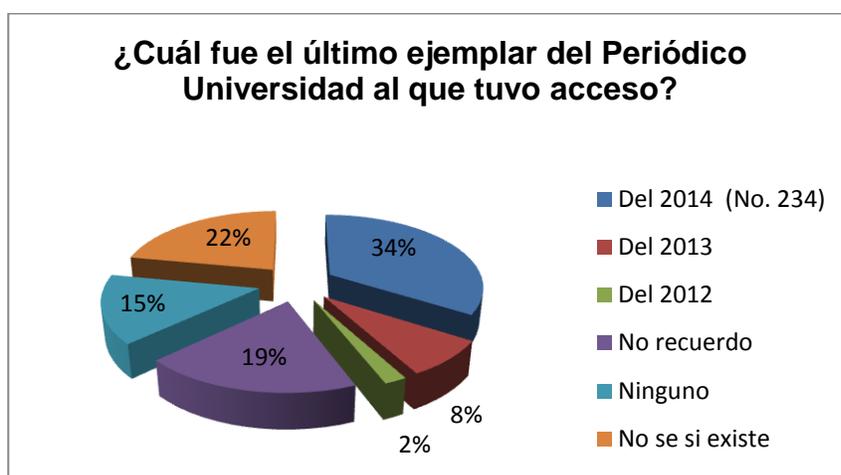
Fuente: Arredondo Lourdes, Azurdia Claudia, García Ingrid. Guatemala 17 febrero 2014

El 65% de las personas entrevistadas utiliza el Facebook para informarse de las noticias mas destacadas de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

			Porcentaje (%)
a.	Si	65	65
b.	No	35	35
	total	100	

6. ¿Cuál fue el último ejemplar del Periódico Universidad al que tuvo acceso?

Gráfica No.6



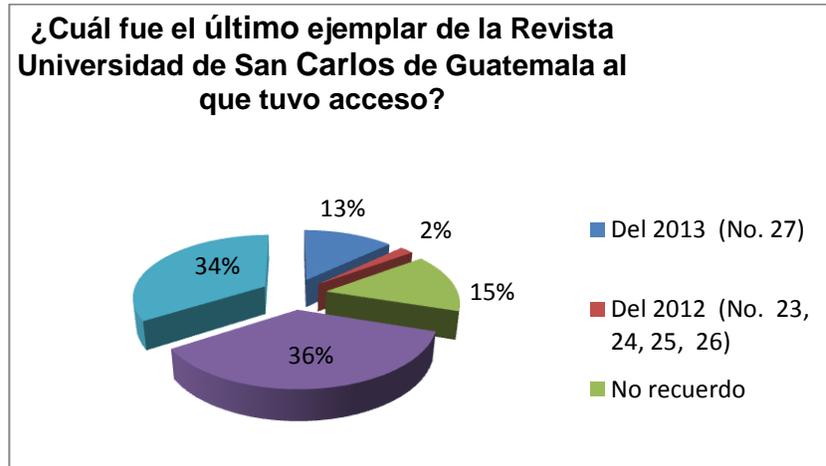
Fuente: Arredondo Lourdes, Azurdía Claudia, García Ingrid. Guatemala, 17 febrero 2014

Un 34% de los entrevistados tuvo acceso al último ejemplar del Periódico Universidad (Universidad de San Carlos de Guatemala). El 19% no recuerda cual fue el último ejemplar al que tuvo acceso, el 8% tuvo acceso al periódico en el año 2013, el 2% tuvo acceso al periódico en el año 2012, un 15% en ninguna ocasión ha tenido acceso al periódico. Pero lo relevante es que un 22% no sabe si existe un periódico de la Universidad.

			Porcentaje (%)
a.	Del 2014 (No.234)	34	34
b.	Del 2013	8	8
c.	Del 2012	2	2
d.	No recuerdo	19	19
e.	Ninguno	15	15
f.	No se si existe	22	22
	Total	100	

7. ¿Cuál fue el último ejemplar de la Revista Universidad de San Carlos de Guatemala al que tuvo acceso?

Gráfica No.7



Fuente: Arredondo Lourdes, Azurdia Claudia, García Ingrid. Guatemala, 17 febrero 2014

Es importante informar que el 36% nunca ha tenido acceso a un ejemplar de la Revista de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

El 34% ignora si existe una Revista de la Universidad. El 15% no recuerda haber tenido acceso a un ejemplar de la revista.

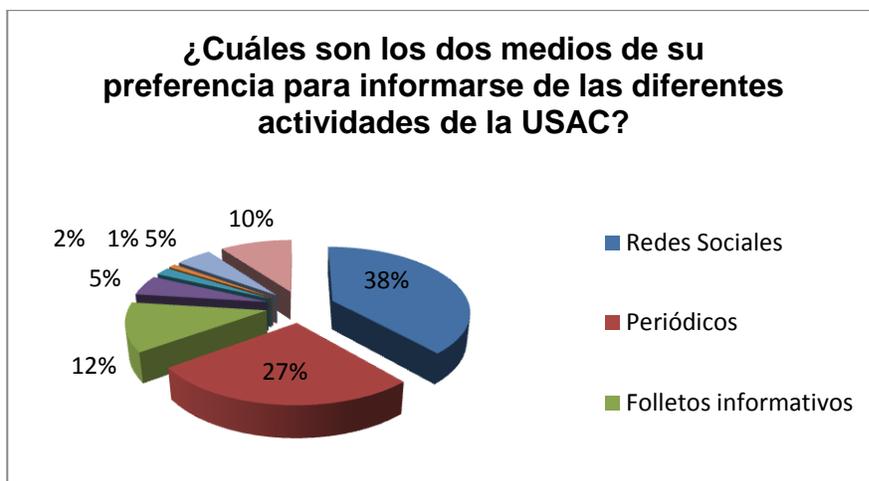
Solamente el 13% tuvo acceso al ejemplar No. 27 de la Revista (Año 2013) y el 2% ha tenido acceso a un ejemplar de la revista durante el año 2012.

Por lo tanto se puede decir que no se tiene el acceso a la Revista Universidad.

			Porcentaje (%)
a.	Del 2013(No.27)	13	13
b.	Del 2012 (No.23,24,25,26)	2	2
c.	No recuerdo	15	15
d.	Nunca he tenido acceso	36	36
e.	Ignoro el medio	34	34
	Total	100	

8. ¿Cuáles son los dos medios de su preferencia para informarse de las diferentes actividades de la USAC?

Gráfica No.8



Fuente: Arredondo Lourdes, Azurdia Claudia, García Ingrid. Guatemala, 17 febrero 2014

Los dos medios de comunicación preferidos por los entrevistados para informarse de las diferentes actividades de la Universidad de San Carlos de Guatemala son las Redes Sociales y los Periódicos.

			Porcentaje (%)
a.	Redes sociales	38	38
b.	Periódico	27	27
c.	Folletos informativos	12	12
d.	Revistas	5	5
e.	Página Web	42	42
f.	Radio	1	1
g.	Otros	5	5
h.	División desconocida	10	10
Total		100	

3.9. Radiografía de la Institución

3.9.1. Descripción de la Comunicación Interna

Se observa un clima organizacional estable, dinámico, ameno y muy accesible a las mejoras institucionales.

La recepción a instrucciones es aceptable por parte del personal y con la mejor disposición a ejecutarlas.

La jefatura es accesible a resolver cualquier situación, cordial con el personal y público en general.

Las instrucciones se originan de Secretaria General de la USAC hacia la Jefatura de la División de Publicidad e Información y a su vez al personal de la misma para ser ejecutadas.

3.9.2. De la infraestructura (Mobiliario y equipo, cartelera, conectividad a Internet)

La División de Publicidad e Información cuenta con la infraestructura necesaria para poder desempeñar eficientemente sus labores diarias; el mobiliario y equipo que se utiliza es el siguiente: escritorios ejecutivos, secretariales, archivos, robots, sillas ergonómicas, sillas de recepción, mesa de reuniones dentro del equipo cuentan con impresoras, computadores, fotocopiadora, fax, escáner, equipo Macintosh, plotter, teléfonos de escritorios, ups, impresoras multifuncionales, impresoras de matriz, horno microondas, refrigeradora, cafetera, tostador, televisión, equipo de audio, micrófono, cuenta con conectividad a Internet.

3.9.3. Canales de Comunicación Interna

La comunicación Interna que se maneja es por instrucción directa verbal de jefatura al personal. En ocasiones giran orden de trabajo escrita para cubrir las diferentes actividades externas de la USAC y a nivel nacional.

Existe la comunicación por medio de las extensiones telefónicas internas y externas, redes sociales, correos internos, personal destinado a mensajería interna y externa, servicios contratados como el correo Nacional.

3.9.4. Rumores

Eventualmente la señal de las redes sociales permanece saturada lo cual dificulta la rapidez en el proceso de comunicación para divulgar la información.

Las personas que tienen alguna duda sobre trámites, procedimientos de inscripción, reglamentos, etc. por lo regular se dirigen a esta dependencia buscando información, la cual se les proporciona o indica a que lugar deben acudir para obtenerlo.

3.9.5. Descripción de Comunicación Externa

Se utilizan medios de comunicación masivos escritos, (diarios más relevantes a nivel nacional) radiales y televisivos, para difundir la información de interés general.

3.9.6. POA 2014

La División de Publicidad e Información cuenta con un plan operativo anual. La Unidad Ejecutora a la que pertenece es la Secretaría General de la Rectoría de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

En lo que respecta a la asignación presupuestal para el presente año; cuenta con un presupuesto de Q.3, 276,470.00 del cual tiene destinado Q. 800,000.00 para publicaciones de campos pagados, Q. 112,000.00 para impresión de cuatro ejemplares de La Revista de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Q. 600,000.00 para la impresión de once ejemplares anuales del Periódico Universidad; en un tiraje mínimo de 22,000 y máximo de 60,000 mensuales haciendo un aproximado anual de 220,000 ejemplares incluidos los suplementos.

En Redes Sociales no tiene asignado reglón presupuestal debido a que se cuenta con el apoyo del área de Procesamiento de Datos de la Rectoría y el área de Diseño Gráfico de la misma División de Publicidad e Información.

La línea estratégica que se ha ejecutado y que continúa actualmente es la vinculación de la Universidad de San Carlos de Guatemala con los sectores económico, social y político.

Actualmente no se realizan campañas informativas para dar a conocer el que hacer de la División de Publicidad e Información.

3.10 Radiografía de la División de Publicidad e Información de la USAC

Positivo	Negativo
<ul style="list-style-type: none"> - Clima organizacional estable. - Personal accesible a las mejoras institucionales. - Ambiente dinámico, ameno, cordial. - Cuenta con POA anual. - El total del personas contratadas es de diecinueve. - En el presupuesto anual cuenta con una partida presupuestaria específica para comunicación. - Cuenta con equipo humano y tecnológico ideal para realizar las labores comunicacionales. - Proyecta la imagen positiva de la USAC. 	<ul style="list-style-type: none"> - Las oficinas no están divididas y no se cuenta con la estructura idónea para cada área de trabajo. - El área de trabajo es reducida, debido a que momentáneamente laboran también el área de Protocolo y la Coordinadora de Información Pública en el mismo espacio que con anterioridad era únicamente para el personal de la División de publicidad e Información. - Nombramientos en la partida presupuestal a indefinido, reglón 011. - Señalización deficiente para localizarlas diferentes áreas de trabajo. - No cuenta con una efectiva proyección informativa a nivel central y regional.

4. Estrategia del Proyecto Comunicacional

4.1 Antecedentes

“Desarrollo Histórico de la División de Publicidad e Información de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC), y del Periódico Universidad”

El órgano oficial de información de la USAC nació a la vida pública el 15 de julio de 1947, ha sido dirigido durante este tiempo por la División de Publicidad e Información (DPI) es un medio que mantiene su propósito de divulgar entre la comunidad universitaria y la opinión pública nacional e internacional el quehacer diario de las diversas actividades científicas, académicas, culturales y de investigación.

Fue fundado por el dos veces rector de la USAC, doctor Carlos Martínez Duran, quien en compañía del licenciado Hugo Cerezo Dardo, también dos veces decano de la Facultad de Humanidades, dieron vida al Periódico Universidad, que ahora es tradición entre los universitarios e intelectuales guatemaltecos, quienes a cada mes buscan un ejemplar de este trascendental medio de comunicación universitario.

Desde 1947 hasta el nuevo siglo, el Periódico Universidad ha tenido diferentes nombres entre estos: Boletín Universitario, Boletín Informativo, Boletín Informativo de la Rectoría, Voz Universitaria, Voz Informativa universitaria, Siete Días en la USAC, NOTI-USAC y actualmente Periódico Universidad.

Durante estos años ha sido el baluarte de difundir el pensamiento e informar las diversas actividades universitarias; por ello, al igual que los medios privados fue víctima de la barbarie y la intolerancia durante los pasados 36 años de guerra civil que vivió el país, en la que varios de sus laborantes y colaboradores cayeron víctimas de la represión, entre ellos: Oscar Arturo Palencia y Miguel Ángel Salazar, director y administrador de 7 Días en la USAC.

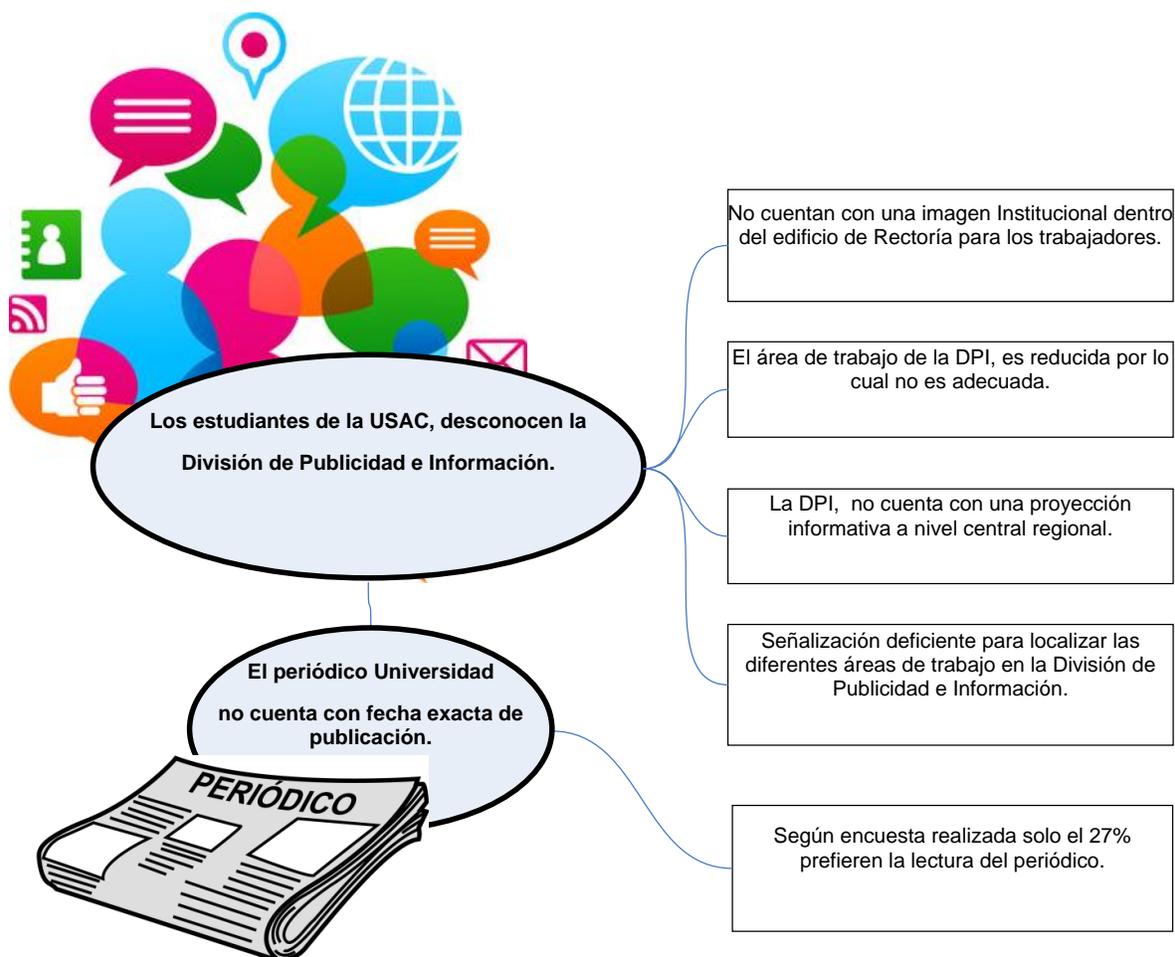
No obstante, por mantener en alto la divisa de orientador de opinión universitaria, a pesar del hostigamiento que sufrió la prensa nacional, en especial los sectores integrados por intelectuales, en las últimas cuatro décadas, y por desempeñar un papel histórico relevante en el pasado periodo crucial, emprendido por el pueblo

de Guatemala en busca de su libertad y dignificación, en 1997 la Asociación de Periodistas de Guatemala condecoro con la Orden a la Excelencia Periodística al Periódico Universidad.

Escribir los últimos años del periódico universidad así como de la división de publicidad e información de la USAC, resulta interesante para investigadores, historiadores, periodistas, escritores y estudiantes de Ciencias de la Comunicación, desde su aparición.

Actualmente la jefatura de la División de Publicidad e Información está a Cargo de la Licenciada Luz Arminda Barrios; y es Coordinada por la licenciada Ingrid Cárdenas; la redacción está a cargo de los profesionales licenciado Alberto Cardona; licenciada Natalia Arce; el diseño y la diagramación por Amílcar Herrera; las fotografías Iván de León.

4.2. Estudio de mercado



4.3. Objetivos

- Crear una campaña de difusión para fortalecer la imagen del Periódico Universidad.
- Impulsar sport en radio Universidad invitando a los estudiantes y público general a la lectura de este medio.
- Divulgar la página de internet del periódico universidad para mejorar el uso de la información en las redes sociales.
- Divulgar la nueva página de internet creada para el departamento de la División de Publicidad e Información y que todos conozcan la relación que sostiene este departamento con los diferentes medios de comunicación. Dentro y fuera de la Universidad San Carlos de Guatemala. (DPI).

4.4. Público objetivo

El periódico Universidad es el medio escrito el cual está dirigido a la población Guatemalteca, y a la comunidad universitaria en todos sus niveles: estudiantil, Docente, e institucional.

La información de este medio está dirigida a un público objetivo entre hombres Y mujeres en edad adulta comprendido entre los 18 a 50 años sin importar clase social etnia, o región a la que pertenezcan.

4.5. El Mensaje

El mensaje principal de esta estrategia de comunicación es invitar a todos a mejorar el hábito de la lectura del periódico universidad para estar bien informado de las diferentes actividades que se realizan en la USAC

La característica principal en el mensaje es que logre el impacto propuesto Utilizando un lenguaje claro, sencillo sin dificultad de comprender.

Las herramientas utilizadas son elaboración de productos impresos: mantas Vinílicas, spot publicitarios, en radio y tv, y publicación de anuncio en el periódico universitario utilizando imágenes para despertar el Interés en los lectores.

Mensajes:

- Quien tiene la información tiene el poder.....
- Quien esta informado puede tomar las mejores decisiones.....
- Periódico Universidad información de interés....
- La lectura es salud.....
- USAC , te informa.....
- Periódico universidad marca la diferencia.....
- Periódico universidad innovando la información.....
- Para informarte periódico universidad está en todas partes.....
- Si te informas aprendes lee periódico universidad.....
- Nuestro objetivo eres tu infórmate periódico universidad....
- Haz el cambio y transforma tu U" ...
- Lee periódico universidad.....
- San carlista infórmate el periódico a tu alcance.....
- Cada mes con interés informarte periódico universidad.....

4.6. Estrategia

“Campaña de difusión para fortalecer la Imagen Institucional del Periódico Universidad”.

- Mediante la actualización del diagnóstico comunicacional realizado en el área de la división de publicidad e información DPI, de rectoría de la Universidad de san Carlos de Guatemala, se pretende implementar una estrategia que comunicacional.
- Realizar una campaña de difusión del periódico universidad, fortaleciendo la imagen de este medio informativo
- Actualización y desarrollo de material informativo cartelera, mantas, y material audiovisual.
- crear sport publicitario radial, invitando a las personas a estar bien informados por medio de la lectura mensual del periódico universidad.
- Crear un spot televisivo, para mejorar la imagen en los diferentes medios de comunicación del periódico universidad.
- Despertar el interés en el uso de las páginas de internet de la División de Publicidad e Información de rectoría.

Para lo cual se plantean los diferentes planes de comunicación a ejecutar.

4.7. Los planes de comunicación

1. Elaboración de material publicitario del periódico universidad realizando mantas vinílicas promocionales tomando en cuenta los grupos objetivos que en su mayoría son personas adultas.
2. Para optimizar el uso de las páginas de internet de la División de Publicidad e información se colocaran las direcciones en las mantas vinílicas.
3. se transmitirán spots en Radio Universidad 92.1 F.M. durante los cortes de la programación utilizando una voz adicional a la de la institución.
4. Para mejorar la imagen del periódico se transmitirán spots por T.V. USAC invitando a leer este informativo.
5. Para lograr los objetivos se necesitan implementar acciones que permitan darle la importancia necesaria a la campaña de difusión.

De esta forma dicho material permitirá el fortalecimiento de la información del periódico universidad en el campus universitario.

4.8. Evaluación

Se deberá evaluar los procesos y la efectividad para cumplir con los objetivos deseados de nuestra estrategia, considerando cualquier modificación que se requiera para la implementación de mejoras.

Es necesario fortalecer a corto plazo cualquier situación que se nos presente tomando en cuenta siempre los objetivos a cumplir a continuación se detallan las actividades que se ejecutaran:

- Entrega de informe a la dirección de la DPI, semanalmente. Al finalizar nuestro Ejercicio Profesional Supervisado se llenara ficha de Evaluación para saber si se cumplieron los objetivos.
- Visita de la Coordinadora de Epesistas, Licenciada Floraba al edificio de La DPI.

5. Ejecución

5.1. Informe Descriptivo

Según informe preliminar de encuestas realizadas se pudo analizar que el 27% de estudiantes de la Universidad San Carlos de Guatemala interesa informarse por medio escrito. Esto hace referencia al Periódico Universidad que es el ente encargado de trasladar el acontecer de esta casa de estudios.

Con el objetivo de aumentar el porcentaje de lectores la División de Publicidad e Información de la Rectoría, propuso que se realizara el Ejercicio Profesional Supervisado basado en una campaña de difusión para el Periódico Universidad.

La campaña se realizó con material promocional como: mantas vinílicas, afiches, Volantes, Spot Radial y Televisivo se publicara una página completa en el periódico Universidad para reforzar la imagen y promoción del lanzamiento de la nueva página de internet.

Ejecución de Actividades Se procedió a la elaboración de los productos

Volante:

*Objetivo:

- Promover y difundir información acerca del periódico Universidad. :
- Fue necesario promocionar el periódico de manera fácil, rápida, y sencilla se distribuyó directamente de mano en mano a las personas en diferentes edificios de la USAC.

*Público Objetivo:

- Estudiantes de la Universidad de San Carlos y público en general.

*Medio utilizado:

- Impreso (entrega personal)

*Áreas Geográficas de impacto:

- A nivel Nacional

*Presupuesto

Q 400.00 (cuatrocientos quetzales)

Afiches:***Objetivos:**

Comunicar de un modo claro y directo las características propias del Periódico Universidad.

***Público Objetivo**

- Estudiantes de las diferentes facultades.

Medio utilizado

- Impreso (colocación en lugares específicos de las Unidades Académicas.

Áreas Geográficas de Impacto:

- Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Facultad de Arquitectura, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Rectoría.

Presupuesto:

- Q300.00 (trescientos quetzales)

Mantas Vinílicas.**Objetivo:**

- Reforzar y promover la imagen del Periódico Universidad
- Dar a Conocer la nueva Página de internet de la División de publicidad e información de la Rectoría.

Público Objetivo:

- Estudiantes de las diferentes facultades de la Universidad de San Carlos de Guatemala y público en General.

Medio utilizado:

- Impreso

Áreas Geográficas de Impacto:

- Estudiantes de la Universidad de San Carlos y Público en General.

Presupuesto:

- Q1,250.00 (Un mil doscientos cincuenta quetzales exactos)

Producción, grabación y edición de materiales para televisión y radio

Objetivo:

- Informar a la población en general los diferentes segmentos con los que cuenta el periódico universidad.
- Potencializar el uso de la nueva página de internet
- Mejorar la imagen del periódico.

Público Objetivo

- Público en General

Medio utilizado

- Estudios de radio, cámaras de video , micrófono, luces, computadoras, programa de edición, y personal humano.

Áreas Geográficas de Impacto:

- A nivel Nacional

Presupuesto:

- Colaboración

Publicación de Anuncio en Periódico Universidad:

Objetivo:

- Reforzar y renovar la Imagen del periódico Universidad.

Público objetivo:

- Estudiantes de la Universidad de San Carlos y público en general.

Medio utilizado:

- Impreso

Áreas Geográficas:

- Población en General.

Presupuesto: Ninguno, colaboración del Periódico Universidad

6. Conclusiones

1. En periódico universidad no cuenta con campañas realizadas en otros medios de información en los últimos tres años.
2. Se logró evaluar según encuestas realizadas que solo el 8% de la población estudiantil se interesa en la lectura del periódico universidad.
3. El espacio físico de la División de publicidad e Información no es adecuada para los que laboran en ella.
4. El periódico universidad no es lucrativo por ser institucional.
5. El periódico universidad cuenta con personal eficiente.
6. La División de Publicidad e Información no cuenta con una señal adecuada en el uso de internet.
7. La nueva página de internet de la División de Publicidad e Información nos permitirá el acercamiento con las personas que lo utilicen.
8. Se nombró una persona específica encargada de redes sociales.
9. El periódico universidad es educativa, cultural, científica, y deportiva.
10. Se realizó un boletín informativo por epesista asignada.

7. Recomendaciones

1. La División de Publicidad e Información debe realizar campañas publicitarias en los diferentes medios de circulación del país.
2. Es importante para el Periódico Universidad asignar un espacio para opinión de los estudiantes.
3. Se debe identificar con el nombre de “Periódico” en la parte superior ya que no cuenta con esta información.
4. Realizar una campaña de difusión promocionando únicamente las páginas de Internet.
5. Realizar boletín informativo mensual por medio de redes sociales destacando la información más importante de Rectoría.
6. Asignar personal de comunicación para los diferentes centros regionales impulsando el uso de las páginas de la División de Publicidad e Información.
7. Se debe dar seguimiento a las presentes propuestas.

8. Referencias Bibliográficas

1. Como escribir trabajos de investigación

Autor: Melissa Walter

Páginas 161- 209

2. Guía para elaborar la tesis.

Autores:

Santiago Zortilla

Miguel Torres X. Segunda edición

Páginas 21-25

3. Estrategias de comunicación

Rafael Alberto Pérez

Prólogo de Jesús Martín Barbero

Editorial Ariel

Edición actualizada septiembre 2008

Páginas 135 – 158

4. Metodología de la investigación

Roberto Hernández Sampieri

Carlos Fernández

McGraw Hill, Interamericana editores, S.A.

Segunda edición

Páginas 75 -79

8.1. E – GRAFIAS

www.es.wikipedia.org

www.comunicologos.org

www.monografias.com

www.diagnosticoci.com

www.losrecursoshumanos.com

www.tuportaleducativo.jimdo.com

www.matrizfoda.com

www.definicion.de/plan-operativo/

9. Anexos

9.1. Modelo de la Encuesta

UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EXAMEN PRÁCTICO SUPERVISADO EPS
COORDINADOR: Ms. SERGIO MORATAYA

ENCUESTA

1. ¿Qué medios de comunicación de la USAC conoce?

Radial

Televisivo

Redes Sociales

Otros

Ninguno

2. ¿Qué medio de comunicación utiliza regularmente para informarse de las diferentes actividades de la USAC?

3. ¿Conoce la División de Publicidad e Información de la Rectoría?

Si _____ No_____

4. ¿A través de que medios de comunicación se informa con respecto al que hacer de la División de Publicidad e Información?

5. ¿Utiliza facebook para informarse de las noticias de la USAC?

Si _____ No_____

6. ¿Cuál el último ejemplar del Periódico Universidad al que tuvo acceso?

7. ¿Cuál el último ejemplar de la Revista de la Universidad de San Carlos de Guatemala al que tuvo acceso?

8. Elija dos medios de su preferencia para informarse de las diferentes actividades de la USAC:

Redes Sociales

Periódicos

Folletos Informativos

Revistas

8.2. Vaciado de datos (encuesta)

¿Qué medios de comunicación de la USAC conoce?

Radial	xxxxx	5
Televisivo	xx	2
Redes sociales	xxxxxxxxxx xxxxxxxxxx	20
Otros	xx (página web) xx (periódico)	2
Ninguno	xxxx	4
Varios	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxx xx	67

¿Qué medio de comunicación utiliza regularmente para informarse de las diferentes actividades de la USAC?

No uso ninguno	xxxxx xxx	8
Redes sociales	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xx	52
Página web	xxxxxxxxxxxxxxxxxx	14
Televisivo	xxx	3
Periódico	xxxxx xxx	8
Radial	xxxxx xx	7
Por amigos	xxx	3
Varios de los anteriores	xxxxx	5

¿Conoce la División de Publicidad e Información de la Rectoría?

Si	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx x	41
No	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	59

¿A través de que medios de comunicación se informa con respecto al que hacer de la División de Publicidad e Información?

Redes sociales	xxxxxxxx	9
Periódico	xxxxxxxxxxxxxxxx	15
Afiches	x	1
Correo electrónico	xxxx	4
Ninguno	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	26
No existe	xxx	3
Ignoro	xx	2
División desconocida	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	40

¿Utiliza facebook para informarse de las noticias de la USAC?

Si	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	65
No	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	35

¿Cuál el último ejemplar del Periódico Universidad al que tuvo acceso?

Del 2014 (No.234)	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	34
Del 2013	xxxxx xxx	8
Del 2012	xx	2
No recuerdo	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	19
Ninguno	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	15
No se si existe	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xx	22

¿Cuál el último ejemplar de la Revista de la Universidad de San Carlos de Guatemala al que tuvo acceso?

Del 2013 (No.27)	xxxxxxxxxxx xxx	13
Del 2012 (No.23,24,25,26)	xx	2
No recuerdo	xxxxxxxxxxxxxxxxxxx	15
Nunca he tenido acceso	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxx x	36
Ignoro el medio	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	34

Elija dos medios de su preferencia para informarse de las diferentes actividades de la USAC:

Redes sociales	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxx	38
Periódico	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxx xx	27
Folletos informativos	xxxxxxxxxxx xx	12
Revistas	xxxxx	5
Página web	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xx	42
Radio	x	1
Otros	xxxxx	5
División desconocida	xxxxxxxxxxx	10

9.3. Imágenes de la División de Publicidad e Información (diagnostico)



Señalización de la dependencia, 3er nivel, Edificio de Rectoría, USAC, 17 de Mayo de 2014



Ingreso a la División de Publicidad e Información, oficina 310, 17 de Mayo de 2014

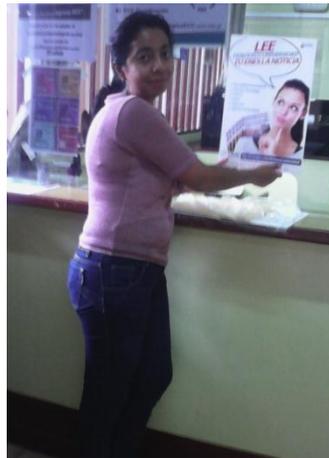
9.4. Calendario de Actividades

Actividades	Mayo				Junio				Julio		
Semanas de Trabajo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Reunión con la Jefatura de la División de Publicidad e Información. (DPI). Planificación de estrategia a ejecutar. Presentación de propuestas. Autorización trabajo de propuesta aceptada. Informe preliminar datos estadísticos del periódico universidad.											
Planificar grupo objetivo a ejecutar estrategia según datos estadístico preliminares. Planificar la Información de los diseños de la imagen de la campaña de difusión del periódico.											
Trabajo de las propuestas de los bocetos de las mantas vinlicas											

9.5. Presupuesto

o.	Descripción del Producto	Cantidad	Precio Unitario	Total
1	Artes gráficos (diseño para mantas redes, impresos)	1	Q 500.00	Q 500.00
2	Spots Radial Trabajo de Imagen duración 30 segundos en Radio Universidad.		Q 700.00	Q 700.00
3	Edición de video para tv Alquiler Studio Grabación		Q 900.00	Q900.00
4	CD para grabar	5	Q 20.00	Q 100.00
5	Impresión de rollo UPS o arañas	10	Q 000.00	Q 000.00
			Total	Q 2,200.00

9.6. Actividades realizadas durante el desarrollo del Ejercicio Profesional Supervisado.



Colocación de afiches en el edificio M-2

Y entrega de material de audio al Coordinador de Radio Universidad

15de Julio de 2014.



Supervisión de la campaña por parte de la Licda. Floralba Perez, al edificio M-2, 20 de julio de 2014



Materiales Ejecutados en el proyecto

Volantes, spot de radio y tv, afiches, mantas.

25 de julio de 2014



Colocación de afiche en la sección de información de cada facultad 25 de julio de 2014



Entrega de campaña publicitaria a la Jefa de la DPI

Licda. Lucy Barrios 28 de julio de 2014



Con el Director de la ECC, Lic. Julio Moreno

30 de julio de 2014

