

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

**“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL
DE LA REFORMA CURRICULAR DE LA ESCUELA DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN -USAC-”**

Informe Final Del Ejercicio Profesional Supervisado EPS

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

FERNANDO ISMAEL FLORES BARRIOS

Previo a optar el título de:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor:

Msc. Sergio Morataya

Guatemala, Noviembre de 2014

Consejo Directivo

Director

Lic. Julio Estuardo Moreno Sebastián Chilin

Secretaria Administrativa

M.A. Claudia Molina

Representantes de docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

Representante de Egresados

Lic. Michael González Batres

Representantes estudiantiles

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

Coordinador de EPS

Msc. Sergio Morataya

Supervisora de EPS

Licda. Floralba Pérez Folgar



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

Guatemala, octubre 2014

M. Sc. Sergio Morataya
Coordinador EPS licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación

M. Sc. Morataya:

Hago constar que el estudiante: **FERNANDO ISMAEL FLORES BARRIOS**, carné 9722727, finalizó el Ejercicio Profesional supervisado EPS, en esta Coordinación, cumpliendo con 300 horas de práctica que comprende del 5 de mayo al 11 de julio del año en curso.

El estudiante Mencos Palomo, realizó el proyecto: Estrategia de Comunicación de la Imagen Institucional de la Reforma Curricular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación –USAC–.

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

M. Sc. Sergio Morataya
Coordinador



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org



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

Guatemala, 27 de octubre de 2014

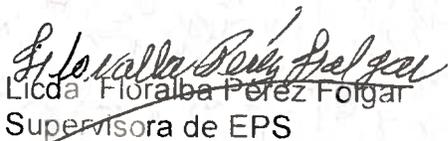
Estudiante
Fernando Ismael Flores Barrios
Carne: 9722727
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS con título: **"Estrategia de Comunicación de la Imagen Institucional de la Reforma Curricular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación -USAC-"**.

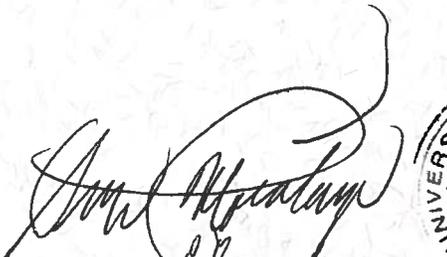
El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa por lo cual emito DICTAMEN FAVORABLE para los efectos subsiguientes.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Floralba Pérez Forjar
Supervisora de EPS



Vo. Bo.


M.Sc. Sergio Morataya
Coordinador EPS Licenciatura



Para efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo.

DEDICATORIA

- A DIOS:** Por la vida... por la bendición de vivirla.
- A Zuraya** Mi amada esposa por darle sentido a mi vida...
lo logramos cielo!
- A mis padres** Elsa Pilar Barrios e Ismael Flores dedico esté logro como un homenaje a su esfuerzo. Sé que mi triunfo sería el de ellos.
- A mis hermanas** Ligia Flores y Natalí Flores por todo lo que hemos compartido juntos; las quiero mucho hermanitas.
- A mis amigos** Con todo mi aprecio.

AGRADECIMIENTOS:

A la **Universidad de San Carlos de Guatemala** donde me he forjado profesionalmente.

A la **Escuela de Ciencias de la Comunicación** a todos los docentes que compartieron sus conocimientos.

A **M.Sc. Sergio Morataya** por su confianza en mi persona al darme este proyecto tan importante para mi querida Escuela de Ciencias de la Comunicación.

A **Licda. Floralba Pérez Folgar** por todo su apoyo y asesoría

A **Celeste Cabrera** ("*Celes.com*") mi compañera de fórmula. ;)

A **Brenda Chacón** ("*Tesorito*"), una gran persona y excelente profesional.

RESUMEN

Nombre de la Institución:

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

Nombre del Proyecto:

“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA REFORMA CURRICULAR DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN -USAC-“

Objetivos:

General: Fortalecer y divulgar la Imagen Institucional de la Comisión de Reforma Curricular ante los estudiantes y docentes de la Escuela de Comunicación de la USAC.

Específicos:

- Divulgar el logotipo de la CRC.
- Crear un canal de comunicación efectivo para la CRC.
- Crear y activar cuentas de las redes sociales de la CRC.
- Incrementar la participación de los estudiantes en las actividades de la CRC.

Sinopsis:

Se realizó una Estrategia de divulgación de la Imagen Institucional de la Comisión de Reforma Curricular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación donde además de divulgar la imagen y también se crearon canales de comunicación exclusivos para dar conocer información específica sobre la Reforma Curricular. Al mismo tiempo se hizo un llamado para que todos los estudiantes participaran del proceso respondiendo la encuesta de la “Fase Diagnóstica” para la R.C.

INDICE

1. Introducción	1
2. Justificación	2
3. Diagnóstico	3
3.1. Institución	3
3.1.1. Ubicación Geográfica.....	3
3.1.2. Integración y Alianzas Estratégicas	3
3.1.3. Origen e Historia.....	3
3.1.4. Departamentos o dependencias de la Institución	8
3.1.5. Misión	14
3.1.6. Visión.....	15
3.1.7. Objetivos Institucionales	16
3.1.8. Público objetivo.....	16
3.2. Objetivos del Diagnóstico	17
3.2.1. Objetivo General.....	17
3.2.2. Objetivos Específicos.....	17
3.3. Técnicas de Recolección.....	17
3.3.1. Observación.....	18
3.3.2. Documentación.....	18
3.3.3. Encuestas	19
3.4. Problema comunicacional.....	19
3.5. Indicadores de éxito.....	20
3.6. FODA.....	21
3.7. Aspectos que viabilizan la estrategia.....	23
3.8. Aspectos que podrían afectar los resultados	23
4. Proyecto a Desarrollar	25
4.1. Descripción técnica de la estrategia del proyecto.....	25
4.2. Objetivo General.....	26
4.3. Objetivos Específicos	26

4.4. Actividades que operativizan la estrategia.....	26
4.5. Financiamiento	28
4.6. Presupuesto	28
4.7. Beneficiarios	29
4.8. Recursos Humanos	29
4.9. Áreas geográficas de acción	30
4.10. Cuadro operativo de la estrategia	31
5. Informe de Ejecución.....	32
5.1. Productos Web	32
5.2. Productos impresos	33
5.3. Actividades desarrolladas.....	34
6. Programación y Calendarización	35
7. Conclusiones	37
8. Recomendaciones	38
9. Bibliografía	39
Anexos	40

1. INTRODUCCIÓN

El diagnóstico realizado en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala utilizando herramientas cuantitativas y cualitativas permitió determinar elementos necesarios para elaborar una Estrategia Comunicacional para divulgar la Imagen Institucional de la Reforma Curricular de la ECC.

El presente Informe incluye antecedentes históricos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, origen e historia, departamentos que la integran, misión, visión, objetivos de la ECC. Para la recolección se utilizaron las técnicas de observación y recolección de datos lo que permitió establecer la percepción y el conocimiento que tienen los estudiantes de la Reforma Curricular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Fueron realizadas entrevistas On Line a los estudiantes de las distintas carreras para conocer de primera mano que conocimiento tienen los estudiantes del Proceso de Reforma Curricular. Las encuestas fueron dirigidas únicamente a estudiantes para establecer e medio de comunicación que más utilizan o prefieren para conocer y recibir información de la Reforma Curricular así como los asuntos de la ECC.

El diagnostico mostro la necesidad de realizar una Estrategia de Comunicación para dar a conocer e informar a los estudiantes sobre lo que es la Reforma Curricular así como invitarlos a participar en este proceso. Se realizó una campaña utilizando carteleras, afiches y folleto informativo impreso así como un sitio web dedicado a la Reforma Curricular.

2. JUSTIFICACIÓN

La comunicación es fundamental para la existencia, desarrollo y organización social. En un mundo globalizado y competitivo en el que vivimos se presentan grandes retos por enfrentar. El desarrollo y crecimiento de las instituciones y organizaciones se debe en gran parte a la comunicación, organización y de la imagen institucional que proyecta lo que le permite adquirir prestigio, confianza y credibilidad.

Siendo la Reforma Curricular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala un proceso de suma importancia para el desarrollo y actualización del Pensum de estudios de esta institución de educación superior encargad de formar profesionales de la comunicación comprometidos con el desarrollo integral de la universidad y del país; es necesario que cuente con una sólida imagen institucional que de confianza y credibilidad al proceso.

Lugo de realizar encuestas a los estudiantes de los diferentes semestres así como observación y reuniones con grupos focales fue notorio el desconocimiento que se tiene del proceso de Reforma Curricular en la ECC.

La presente investigación podrá ser utilizada por las autoridades de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, por la Universidad de San Carlos de Guatemala así como cualquier otra institución a fin o similar que desee conocer los resultados.

3. DIAGNÓSTICO

3. DIAGNÓSTICO

3.1. Institución

Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC), Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC).

3.1.1. Ubicación geográfica

La Escuela de Ciencias de la Comunicación está ubicada en dos Edificios dentro del Campus Central, Ciudad Universitaria de la zona 12. Estos edificios son: el M-2 y Bienestar Estudiantil.

3.1.2. Integración de Alianzas estratégicas

Actualmente la Escuela de Ciencias de la Comunicación no cuenta con ayuda económica por parte de entidades privadas. La Universidad de San Carlos de Guatemala está encargada de brindar determinado presupuesto para su correcto funcionamiento. (Julio Moreno, 2012).

3.1.3. Origen e historia de la Escuela de Ciencias de la Comunicación

La Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala surgió como unidad académica luego de 24 años de funcionamiento de la Escuela Centroamericana de Periodismo, fundada el 20 de Agosto de 1952, adscrita a la Facultad de Humanidades. (Acuerdo del Consejo Superior, acta No. 29-75 punto 4.1 26 de noviembre de 1975).

1947: Fue aprobada la creación de una Escuela de Periodismo por el Consejo Superior Universitario (CSU).

1951: A raíz de un Congreso Centroamericano de periodistas en San Salvador al que asistió una delegación de la Asociación de Periodistas de Guatemala (APG), se planteó la necesidad urgente de poner en marcha un centro regional de periodistas. Los delegados de la APG obtuvieron la aprobación para que la sede fuera en Guatemala.

1952: La Escuela Centroamericana de Periodismo (ECAP), fue adjunta a la Facultad de Humanidades de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Su director fue Flavio Herrera. En ese tiempo se otorgaba el título de Periodista Profesional en la carrera intermedia de tres años de Periodismo y cinco años de Licenciatura en Periodismo.

1974: El Licenciado David Vela, director en turno de la entonces Escuela Centroamericana de Periodismo (ECP), propone las ramas de Publicidad y Relaciones Públicas, ya que visualizaba como un problema que la Escuela no ofreciera las oportunidades a sus egresados para encontrar un modus vivendi acorde, a través de una preparación más completa.

1975: Se realizó un Congreso de Transformación que señaló la necesidad de dotar a la Escuela de mayor rigor científico, teoría, la práctica y un serio conocimiento del país, así como de las más eficaces técnicas pedagógicas, lo que dio como resultado la separación de la Facultad de Humanidades.

El Consejo Superior Universitario (CSU) en acta 29-75 autorizó la creación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación adscrita a la rectoría de la Universidad de San Carlos de Guatemala, carrera de 5 años conforme las leyes universitarias de ese momento.

El 29 de abril de ese año, a través de la asamblea estudiantil, se inicia el proceso de reestructuración, se realizan asambleas y seminarios con el fin de elaborar el anteproyecto que expondrá los contenidos, estructura, evaluación y metodología de la nueva Escuela de Ciencias de la Comunicación. Su objetivo fue alcanzado el día 19 de noviembre, día en el cual se presentó el documento final, adjuntando el respectivo análisis de la ECAP al Consejo Superior Universitario.

Con fecha 26 de noviembre de 1975 por resolución del Consejo Superior Universitario en el acta No. 29-75 punto 4.1, fue creada la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

1976: En marzo, se crea la Comisión Directiva Paritaria. La Escuela de Ciencias de la Comunicación inicia sus actividades de modo formal el 31 de mayo, en los salones que pertenecían a la Escuela de Formación de Profesores de Enseñanza Media (EFPEM).

1978: La Comisión Directiva Paritaria acuerda adecuar el currículo, metodología y técnicas de la enseñanza-aprendizaje con base a los objetivos generales de la Escuela, con el propósito de mejorar la calidad de la enseñanza en sus contenidos científicos, técnicos y humanísticos, reforzar el sistema de unidades integradoras mediante la programación de cursos de apoyo y profundización teórica y práctica. Además se establece un régimen semestral para las actividades académico-docentes y se decide que los períodos de clase serían cuatro diarios con duración de 45 minutos cada uno.

1982: En la administración del Lic. Julio Santos, fueron creadas las carreras de Locución, Publicidad y Fotografía.

1983: La escuela inicia sus actividades con 3 carreras nuevas. No se efectuó un análisis de la creación de las mismas ya que no se conoció un anteproyecto de

diseño curricular sino que básicamente se tomó el modelo del Pensum de la carrera de Periodista Profesional.

1984: El Consejo Superior Universitario por medio del Acta No. 2-84, aprobó la creación de otras tres carreras intermedias: Publicidad Profesional, Locución Profesional y Fotografía Profesional.

1985: Se anula la carrera de Fotografía Profesional poca demanda de alumnos. El primer seminario sobre problemas de la enseñanza de la comunicación en la Escuela de Ciencias de la Comunicación ratificó la necesidad de iniciar un estudio para reformar el sistema académico y para el efecto propuso una comisión encargada para dirigir la tarea. Pero por diversas circunstancias nunca se lograron resultados tangibles.

1986: A finales de este año la Escuela de Ciencias de la Comunicación logró un nuevo edificio ubicado en Bienestar Estudiantil. La administración y docencia de la Escuela ocupó el 1ro y 2do. Nivel de ese edificio.

1987: La comisión y los resultados de la investigación anterior fueron conocidos por Comisión Directiva Paritaria. Y se encuentra en el documento denominado “Investigación para establecer eficiencia interna y externa de la Escuela de Ciencias de la Comunicación”.

1989: La Junta Directiva Paritaria (JDP) logró con el apoyo presupuestario (Acta 9-89 de CDP), para la creación de la Jornada Vespertina para la carrera de Publicidad Profesional y Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, la que inició en 1990 por medio del Acta 2-90 de la JDP se implementó la Comisión de Tesis (Urizar C.,2011)

1991: Una Comisión Técnica de Reestructura, presentó un proyecto de Nueva estructura Curricular que plantea una Licenciatura en Comunicación Social,

enfocada en tres especializaciones a nivel intermedio: Especialización de Comunicación Institucional, Especialización en Creación Publicitaria y Especialización en Medios de Difusión Colectiva. (Urizar C., 2011)

1996

En la administración de Carlos Interiano se firma un polémico convenio de cooperación (que se amplió en 2002) entre la Universidad de San Carlos y la Asociación de Periodistas de Guatemala para que la escuela impartiera un programa de nivelación para los periodistas en ejercicio. El siguiente año la USAC autoriza extender el programa para la Licenciatura en Periodismo.

1997: Se aprueba el Plan de Autoformación a Distancia, debido al incremento de estudiantes en las Carreras de Ciencias de la Comunicación y las limitaciones de espacio físico, los días sábados con horario de 8:00 a 18:00 horas, con el mismo pensum de las carreras del plan diario.

2002: El análisis de los pensum de los cursos, talleres y demás asignaturas condujo a la decisión de revisar y completar los pre-requisitos de los cursos y asignaturas fundamentados en que todo conocimiento tiene uno anterior que le antecede. De esa cuenta a partir del ciclo académico 2002 entra en vigencia un nuevo pensum que su única variación son los pre-requisitos, conociéndose este pensum como “Pensum cerrado” en contraste con el anterior “Pensum abierto” que permitía cursar materias de distintos semestres sin mayores requerimientos.

2003: La estructura del máximo Órgano de Dirección de la Escuela, la Comisión Directiva Paritaria, sufre una transformación convirtiéndose en el Consejo Directivo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, que incluía un profesional representante de los egresados de la ECC, inscrito en el Colegio de Humanidades.

También se realizaron cambios trascendentales en la infraestructura física de sus instalaciones y la proyección de los Departamentos. Se remodeló la primera fase del edificio M-2 que fue asignado a la Escuela.

2005: El Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) de Licenciatura en la Escuela, fue creado por la Junta Directiva Paritaria el 16 de agosto, como un mecanismo adicional de graduación a la tradicional tesis de grado. El EPS de las carreras técnicas fue aprobado en Punto Trigésimo del Acta 25-05 del Consejo Directivo.

Actualmente se imparten Maestrías en Comunicación Organizacional y Doctorado en Comunicación Social.

3.1.4. Departamento o dependencias de la Institución

Conformación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación:

La Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala según el Reglamento General de la Escuela de Ciencias de la Comunicación: “Es la unidad académica encargada de desarrollar la formación teórica y práctica y la educación profesional en el campo de la especialidad en estrecha relación con las ciencias y disciplinas afines, autorizadas para expedir grados y títulos universitarios y los diplomas especiales que corresponden a los estudios que imparta”. (Reglamento General de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, 1976)

Para los efectos de su funcionamiento, se le considera con las mismas cualidades y atribuciones que a las escuelas facultativas asignan los estatutos de la Universidad y sus egresados tendrán también las mismas cualidades, atribuciones, obligaciones y derechos que los egresados de dichas escuelas (Reglamento General de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, 1976)

Comisión de Extensión:

La Comisión de Extensión se define como una dimensión valorativa de la vinculación social de la Universidad, se concretiza en la participación activa, responsable y auto determinada de todos los miembros de la misma. Está constituida como “un programa integral de docencia, investigación y servicio a través del conocimiento de la realidad para crear una conciencia que contribuyera al desarrollo nacional” (Consejo de Extensión Universitaria, 2001)

La importancia de la Comisión de Extensión va más allá del nivel de cobertura que puede alcanzar, esto debido a falta de una divulgación efectiva y por falta de programas que evidencien su importancia. A pesar de contar con programas de vinculación social, aún no existen mecanismos claros para favorecer el fortalecimiento y desarrollo institucional de esta función. Esto se ve cuando las unidades académicas no cuentan con una Comisión de Extensión, y menos con atención presupuestaria y recursos humanos que permitan la facilitación para alcanzar sus fines.

La Extensión debe tener la capacidad de enfrentar, absorber y generar nuevos paradigmas como la educación permanente, los talleres de creatividad, el desarrollo tecnológico, la educación a distancia, proyectos alternativas inspirados en la solidaridad y la inclusión de los sectores marginados y muchos otros que aparecerán en el futuro.

Dentro de este mismo marco, no se debe olvidar el avanzado fenómeno de la globalización. No se puede negar que es necesario un cambio de enfoque y un cambio de actitud, para enfrentar este y los demás cambios que está sufriendo nuestras sociedades en este siglo XXI.

Organización

Es importante conocer la organización de la Escuela de Ciencias de la Comunicación ya que nos da una idea de quienes son las principales autoridades de esta unidad académica.

Consejo Directivo:

Es el máximo órgano administrativo-docente encargado tomar las decisiones en la Escuela de Ciencias de la Comunicación y se encuentra conformado de la siguiente manera: El Director, dos profesores titulares, dos representantes estudiantiles, uno de egresados y un secretario (a).

Los representantes de los profesores titulares son electos por mayoría absoluta por los mismos profesores y duran en sus cargos cuatro años, el mismo tiempo que dura en funciones el director elector. Los representantes estudiantiles son electos entre ellos y duran en sus funciones dos años. El representante de los graduandos dura en su cargo cuatro años y al igual que los profesores titulares es electo por mayoría absoluta por los egresados que estén presentes el día de la elección. Las principales funciones que desempeña el Consejo Directivo son:

- a) Dirigir y administrar la Escuela.
- b) Elaborar y aprobar el proyecto de presupuesto anual de la Escuela.
- c) Planificar ejecutar y velar por el cumplimiento tanto de las labores administrativas como de las funciones académicas, esta última con la asesoría de la Comisión Académica.

La Dirección (Director)

La persona que ocupe este cargo debe ser un catedrático titular electo por la mayoría de los votantes es decir dos de los tres sectores convocados a elecciones

generales (profesores titulares, alumnos y graduandos de Licenciatura) dura en su cargo cuatro años. Entre las principales funciones que desempeña están:

- a) Velar por el buen cumplimiento de las actividades académicas y administrativas, e informar a la Comisión Directiva de lo actuado al respecto.
- b) Atender lo relativo a honorarios de clases, calendario de exámenes y demás actividades relacionadas con las funciones académicas de la escuela, y con las labores administrativas.
- c) Presentar y dar trámite a todas las iniciativas y proyectos que para la mejor marcha de la Escuela serán presentadas por docentes, estudiantes y organización de la Escuela.

Control Académico:

El departamento de Control Académico se encarga de recibir actas de notas de los exámenes y pruebas que se practican, digitaliza la información y extiende constancias a los estudiantes.

La unidad es la entidad encargada de procesar las notas de los estudiantes así como de las asignaciones tanto de cursos ordinarios como de vacaciones. En este departamento se lleva a cabo el registro del record académico de las y los estudiantes de la Escuela de Comunicación, así como también se les orienta respecto a: emisión de Certificaciones de cursos aprobados, asignación de cursos, autorización de trámite de título (nivel técnico y licenciatura), entrega de actas de examen privado o EPS, extensión de constancias de cierre de pensum. Tiene una página habilitada para consultas de usuarios, asignaciones entre otras, y es la siguiente: academico-comunicacion.net además de un correo electrónico con el mismo fin: control@academico-comunicacion.net

Coordinación Académica:

Según Msc. Sergio Morataya, esta oficina es la que se encarga de coordinar a cada uno de los coordinadores de área en todos los aspectos docentes, atender y asesorar a los estudiantes en los problemas que planteen, planificar y unificar programas, así como administrar todas las actividades académicas, que involucran al personal administrativo de Control Académico. Además efectúa lo relacionado al sistema de ubicación y nivelación de estudiantes de primer ingreso. Así mismo realiza los proyectos de Reforma Curricular.

Tesorería

El departamento de tesorería es el encargado de llevar el control financiero de la ECC, fiscalizado por auditoría central de la USAC y la delegación de la Contraloría General de Cuentas.

Agencia de publicidad “Lagencia”

Inició a mediados del año 2009, fue establecida para que los estudiantes realicen la práctica de EPS de Publicidad y Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, sin embargo hoy por hoy efectúa consultorías, estrategias de comunicación, campañas de comunicación a ONG, Facultades de la Universidad de San Carlos de Guatemala y otras entidades.

Biblioteca “Flavio Herrera”

La Biblioteca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, fue fundada en el año de 1987, por acuerdo de Comisión Directiva Paritaria, presidida por el licenciado Carlos Interiano.

El propósito de su creación fue que la ECC contara con una biblioteca especializada con la bibliografía necesaria, que sirviera de apoyo en las investigaciones de los estudiantes, docentes e investigadores de las diferentes carreras que se imparten en la Unidad Académica. En 1996, con iniciativa del licenciado Interiano, se celebró un homenaje al primer Director de la Escuela Centroamericana de Periodismo que con el paso de los años, llegó a ser la Escuela de Ciencias de la Comunicación. El escritor, periodista y literato Flavio Herrera. La misión de la Biblioteca de la ECC, es difundir y poner al alcance del estudiante conocimiento y cultura. (Folleto Informativo de la Biblioteca Flavio Herrera)

Razón por la cual la Biblioteca de Ciencias de la Comunicación lleva el nombre de Flavio Herrera, en honor al insigne escritor quien fuera Director de la Escuela Centroamericana de Periodismo en los años cincuenta.

Funciona en el segundo nivel del edificio Bienestar Estudiantil. Consta de 1,969 libros, 84 revistas, así como material audiovisual en diapositivas, que reúnen temas diversos relacionados con la publicidad y la locución. Este material se encuentra a disposición de estudiantes, docentes e investigadores. Adicionalmente, la biblioteca cuenta con un servicio de tesis, que reúne las investigaciones sobre comunicación social efectuadas por los graduados de esta Unidad Académica. En el primer semestre de 1988, la Comisión Directiva Paritaria creó el Centro de Documentación y Biblioteca de Ciencias de la Comunicación -CENDOPEC-, que a la fecha pone a disposición de los usuarios una colección documental de 767 títulos, 81 tesis, 66 trabajos de EPS de publicidad y 28 de locución. (<http://www.usac.edu/catalogo/comunicacion.pdf>)

Recursos Audiovisuales

Este departamento proporciona ayuda didáctica y pedagógica a los docentes, para que realicen el proceso de enseñanza-aprendizaje en forma didáctica y acorde a

las necesidades de la población estudiantil. Para el efecto cuenta con retroproyectores, monitores, videograbadoras, un proyector de láminas opacas, proyectores de diapositivas, pantallas, y cámaras de vídeo en formato VHS. (<http://www.usac.edu.gt/catalogo/comunicacion.pdf>)

Laboratorios

Para experiencias de aprendizaje específico en las áreas de redacción, grabación, fotografía y televisión se cuenta con instalaciones que proporcionan al estudiante una relación directa con el objeto de estudio. (<http://www.usac.edu.gt/catalogo/comunicacion.pdf>)

Centro de Investigación en Ciencias de la Comunicación

Este centro se inició en 1978 como Comisión de Investigación, pero en 1989 se transformó en el Centro de Investigaciones en Ciencias de la Comunicación - CICC-, tiene como función principal servir de apoyo a la actividad académica de la ECC, en el área científica, docente, administrativa e innovadora. (<http://www.usac.edu.gt/catalogo/comunicacion.pdf>)

Unidad de Comunicación e Información:

Se encarga de dar apoyo y atención a los estudiantes con relación a información general de la ECC, como fechas de asignaciones, departamentos, docentes, calendarización de actividades y atención al público en general. Este departamento es coordinado por el Licenciado Guillermo Ballina Talento.

3.1.5. Misión

La Escuela de Ciencias de la Comunicación, institución de educación superior articulada a la formación, investigación y la extensión de manera integral,

participativa y positiva, consolida de forma sostenible y estratégica con visión de largo plazo, la preparación profesional de sus estudiantes.

Procura la pertinencia, competitividad y creatividad, mediante el vínculo, el compromiso y la identificación con la sociedad, cuyo propósito es formar profesionales de alta calidad tanto a nivel de las carreras técnicas como la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y los postgrados con especialidad en la materia. (<http://www.usac.edu.gt/catalogo/comunicacion.pdf>)

Sin embargo, el ex director de la ECC, el licenciado Gustavo Bracamonte elaboró el documento “Propuesta para la Licenciatura de Comunicación de la ECC 2009-2010”, en la cual plantea una nueva misión específica para la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación: “Formar profesionales de comunicación emprendedores, comprometidos con el país, con una visión creativa, humanística, tanto en los medios como en organizaciones empresariales: capaces de superar problema de su campo mediante procesos flexibles de enseñanza y aprendizaje, que propicien conocimientos de las relaciones sociales y los procesos comunicativos en entornos diversos para el desarrollo sostenible del país y que sean competitivo internacionalmente en su ara de conocimiento”. (Rodas Fernández, 2008)

3.1.6. Visión

Ser la unidad académica de la Universidad de San Carlos de Guatemala, competitiva en el campo de las ciencias de la comunicación a nivel nacional, regional y global, responsable de organizar y dirigir la educación superior con equidad de género, con enfoque intercultural, vinculada y comprometida con el desarrollo científico y humanístico en el campo de su competencia, con una gestión actualizada, dinámica y efectiva que busca la excelencia académica para generar a través del estudio, la investigación. (comunicaciónusac.org 2012)

3.1.7. Objetivos Institucionales

- Formar profesionales de la comunicación, capaces de intervenir humana, técnica y científicamente en el proceso de transformación del país.
- Formar profesionales capaces de investigar, analizar e informar sobre diversos hechos sociales para que desarrollen una dinámica y eficiente función en la resolución de la problemática nacional.
- Establecer y fomentar la adecuación del estudiante de Ciencias de la Comunicación al medio guatemalteco, proporcionándole los conocimientos teóricos y prácticos, que le permitan la interpretación de los fenómenos socioeconómicos del país y de la función que el profesional de las ciencias de la comunicación desempeña.
- Promover la dinámica entre estudiantes y profesores, en los procesos tendentes a formar una conciencia crítica en torno a los problemas del subdesarrollo y proyectar su acción, con miras a incorporar a la mayoría de la población en la búsqueda de soluciones que permitan la transformación de Guatemala.
- Formar profesionales de la comunicación que asuman objetivamente su papel de comunicadores y enlazadores entre los fenómenos sociales y la opinión pública. (<http://www.usac.edu.gt/catalogo/comunicacio.pdf>)

3.1.8 Público objetivo

El público objetivo son los estudiantes inscritos en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, en las carreras de Publicidad, Periodismo, Locución, Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y Postgrados.

3.2. Objetivos del diagnóstico

3.2.1. Objetivo general del diagnóstico:

Identificar el conocimiento que tienen los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación sobre la Imagen Institucional de la Reforma Curricular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación para el planteamiento, de un plan de divulgación e información

3.2.2. Objetivos específicos del diagnóstico:

1. Establecer la situación actual del conocimiento que tienen los estudiantes sobre el logotipo y slogan de la Reforma Curricular.
2. Identificar en que medios han visto información sobre la Reforma Curricular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
3. Determinar en qué medios les gustaría obtener información sobre la Reforma Curricular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación

3.3 Técnicas de recolección:

Para esta investigación, se utilizaron fuentes primarias y secundarias. Las fuentes primarias nos permitieron obtener información a través del contacto directo con los estudiantes de la ECC por medio de la observación y encuestas. Las fuentes secundarias permitieron recabar información más específica de la institución así como de la Comisión de Reforma Curricular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos.

3.3.1. Observación:

En reunión celebrada en la sala de Consejo Directivo de la Escuela Ciencias de la Comunicación en el mes de febrero se logró determinar la existencia de diferentes criterios de parte de los docentes ya que unos están a favor y otros en contra de la Reforma Curricular. A nivel estudiantil muy pocos tienen conocimiento sobre la Reforma Curricular pese a que ya se realizaron reformas al Pensum de la carrera de Periodismo Profesional en el año 2010.

3.3.2. Documentación

Para la realización del presente diagnóstico, se utilizó una serie de documentos que sirvieron de apoyo para extender la información de la parte teórica del mismo. Entre ellos están:

- Guía Estudiantil elaborada en el año 2011 por el Licenciado Ronny Meléndez como parte de su Informe del Ejercicio Profesional Supervisado: esta guía contiene información relacionada con la organización de la ECC tal como historia, misión, visión, procesos administrativos, pensum, área de coordinación, carreras, entre otros.
- Informe de EPS: “Estrategia para Sensibilizar e Informar del Proceso de Reforma Curricular de la Carrera de Licenciatura en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala”, elaborado por la Evelyn Roxana de León Pérez, en el año 2012, el cual sirvió de guía para la realización del diagnóstico.
- Reglamento General de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Páginas web de contenido importante para la realización del diagnóstico: www.comunicacionusac.org, <http://periodico-tiempo.blogspot.com>,

- Informe de EPS: “Estrategia para Informar y Sensibilizar el Proceso de

Reforma Curricular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala”, elaborado por el Candido Joél Bautista Cortez, en el año 2012, el cual sirvió de guía para la realización del diagnóstico.

3.3.3. Encuestas

Esta técnica será de gran ayuda porque permite conocer a fondo cómo funciona la comunicación dentro de la ECC. De esta manera se adquiere mayor cantidad de información de forma clara. Las encuestas serán realizadas por medio online a estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la universidad de San Carlos de Guatemala, serán tomados en cuenta los estudiantes de los 5tos grados de Periodismo, Publicidad y Locución de todas las jornadas y 7mo y 9no grados de Licenciatura de todas las jornadas.

3.4. Problema comunicacional

En la realización del diagnóstico se detectaron problemas comunicacionales, institucionales y de carácter financiero.

- Comunicación poco eficiente dentro de la Escuela.
- Varias canales de comunicación por internet que se encuentran desatendidos o duplicados
- Falta de estrategia comunicacional adecuada
- Hace falta promover y dar a conocer las actividades de la Comisión de Reforma Curricular.
- Concentrar la información en un sitio web sobre la Reforma Curricular.
- Falta de Identidad Institucional
- Bajo presupuesto asignado por la Universidad de San Carlos de Guatemala a la Escuela de Ciencias de la Comunicación lo que no permite invertir en equipo material ni humano.

- Pocas o nulas actividades estudiantiles, administrativas o docentes.

3.5. Indicadores de éxito

- El 100% de los estudiantes y docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación conocerán sobre la Reforma Curricular ya que se utilizarán diferentes medios de comunicación. (Internet, Impresos, Mantas y Afiches)
- El 95% de estudiantes de la ECC como mínimo participaran en la encuesta que realizará la Comisión de Reforma Curricular en el marco de la “Fase Diagnóstica” que se llevará a cabo en agosto del presente año.
- Para el 30 de julio de 2014 se debe cumplir con la entrega y despliegue del 100% de los productos comunicacionales de la estrategia.
- Creación de sitio web y fan page en Face Book con información exclusiva y actualizada de la Reforma Curricular.

El análisis de las encuestas que fueron realizadas a los estudiantes de la ECC demuestra una que la Comisión de Reforma Curricular tiene una baja o nula imagen institucional ante los estudiantes en general.

Para incrementar la imagen institucional de la Reforma Curricular he intentar solucionar los problemas detectados en el diagnóstico, es importante la creación de productos comunicacionales que permitirán fortalecer la imagen institucional.

Para tal efecto se sugieren los siguientes puntos:

- Fortalecer el acercamiento entre el Director y Comisión de Reforma Curricular.
- Utilización de equipo y medios de comunicación internos.
- Utilización del sitio web de la Escuela de Ciencias de la Comunicación así como creación de un sitio web dedicado a la Reforma Curricular.
- Planificación de actividades con y para los estudiantes de la ECC.
- Actualización de folletos informativos sobre el proceso de Reforma Curricular.

3.6. FODA

El análisis DAFO, también conocido como análisis FODA, es una metodología de estudio de la situación de una empresa o un proyecto, analizando sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades) en una matriz cuadrada. (<http://es.wikipedia.org>)

A continuación se presenta el FODA de la Escuela de Ciencias de la Comunicación:

2.1. Fortalezas.
<ul style="list-style-type: none">✓ Respaldo de la Universidad de San Carlos a la Dirección de la ECC.✓ Cuenta con laboratorios de: fotografía, televisión y radio, biblioteca y auditorio.✓ El personal docente que integra la Coordinación Académica es un equipo de profesionales que tienen un alto sentido de compromiso con la ECC, son docentes reconocidos y de trayectoria.✓ La Reforma Curricular tiene como objetivo promover estudiantes con alto nivel académico y profesional a la vanguardia comunicación moderna.✓ La ECC cuenta con medios de comunicación necesarios para divulgar la información: Radio Comunicación, circuito cerrado de televisión, página web, redes sociales (twitter, Facebook, youtube, correo electrónico) carteleras.✓ Recibe apoyo de epeistas del Ejercicio Profesional Supervisado –EPS- de Licenciatura en ciencias de la Comunicación para ejecutar estrategias de comunicación y proyectos comunicacionales.
2.2. Oportunidades.
<ul style="list-style-type: none">✓ Elaboración de una estrategia de divulgación de la imagen institucional e información sobre el proceso de reforma curricular de la ECC.

- ✓ Crear una sociedad educativa de profesionales comprometidos con la ECC y el país.
- ✓ Se cuenta con información necesaria para dar a conocer la estrategia de divulgación a los estudiantes, docentes, personal administrativo.
- ✓ Realización de la campaña de divulgación de la imagen institucional e información sobre el proceso de reforma curricular para fomentar a los estudiantes y docentes el conocimiento y la reflexión sobre la calidad educativa.
- ✓ Elaboración de plataforma virtual (redes sociales)
- ✓ Elaboración de un sitio web con información de la Reforma Curricular de la ECC.

2.3. Debilidades.

- ✓ Falta de tecnología adecuada para reforzar la enseñanza-aprendizaje.
- ✓ Falta de presupuesto.
- ✓ Pensum desactualizado.
- ✓ Los estudiantes desconocen el proyecto de la Reforma Curricular, por lo cual no hay apoyo.
- ✓ Existe rechazo de la Reforma Curricular por parte del personal docente.
- ✓ Información poco confiable y sin relevancia.
- ✓ No cuenta con imagen corporativa o institucional.
- ✓ Poco apoyo de parte del personal administrativo al proyecto.
- ✓ Desorganización.

2.4. Amenazas.

- ✓ Falta de seguimiento al proceso de la Reforma Curricular.
- ✓ Mala comunicación entre docentes y estudiantes.
- ✓ Falta de supervisión a los docentes.
- ✓ El cambio de autoridades cada 4 años pone en riesgo la continuidad de los proyectos que se elaboran.

- ✓ Escasos recursos para realizar campañas publicitarias.
- ✓ La participación de los estudiantes no es buena.
- ✓ Poco tiempo para realizar los materiales informativos.
- ✓ Los grupos políticos no permiten el desarrollo pleno de sus funciones por los intereses que cada uno persigue.

3.7. Aspectos que viabilizan la estrategia.

Para la implementación y ejecución de la estrategia de comunicación se cuenta con el apoyo humano necesario para la realización de las actividades establecidas y calendarizadas.

- a) Se cuenta con el apoyo de estudiantes y voluntarios para la realización de actividades para la operatividad de la estrategia.
- b) La disposición de las autoridades y personal docente de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- c) Disponibilidad de espacio para realizar reuniones de trabajo y coordinación.
- d) Existen espacios adecuados para publicar materiales informativos (Carteleras y vitrinas)

3.8. Aspectos que podrían afectar los resultados.

- a) El principal aspecto que podría limitar la ejecución efectiva de la estrategia es el bajo presupuesto que se dispone en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- b) Otra limitación es que únicamente se aplicó la técnica de investigación de encuesta a los estudiantes, excluyendo a los docentes postgrados y personal administrativo.
- c) La ECC no cuenta con financiamiento para la difusión de los productos comunicacionales en medios masivos.

- d) El posible cierre inesperado de las instalaciones por parte de grupos estudiantiles por cualquier situación o decisión administrativa o académica que consideren que afecta sus intereses.

4. Proyecto a desarrollar:
**“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL
DE LA REFORMA CURRICULAR DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE
LA COMUNICACIÓN -USAC-”**

4.1. Descripción técnica de la estrategia del proyecto:

Esta estrategia pretende presentar una nueva imagen institucional de la Reforma Curricular y favorecer a toda la población estudiantil con la integración de la información de la Reforma Curricular así como concienciarlos del proceso.

El concepto de la campaña es “Que no decidan por ti!” con lo que se pretende involucrar a todos los estudiantes en la participación de la “Fase Diagnóstica” que se llevará a cabo a través de una encuesta On Line en el sitio web

www.Reforma360.org.

Acciones:

- Actualización y desarrollo de cartelera y mantas.
- Crear un centro de documentación y noticias sobre la Reforma Curricular de la ECC a través de un sitio web.
- Crear una FanPage en Facebook.
- Programar y publicar encuesta de “Fase Diagnóstica” en el sitio web.
- Actualización y re diseñar folleto informativo de “Fase Diagnóstica”

OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA

4.2. Objetivo General:

- Fortalecer y divulgar la Imagen Institucional de la Comisión de Reforma Curricular ante los estudiantes y docentes de la Escuela de Comunicación de la USAC.

4.3. Objetivos Específicos:

- Divulgar la imagen institucional de la CRC.
- Crear un canal de comunicación efectivo para la CRC.
- Crear y activar cuentas de las redes sociales de la CRC.
- Invitar y a estudiantes a participar de la Encuesta On Line que se llevará a cabo en Agosto de 2014.

4.4. Actividades que operativizan la estrategia.

Para fortalecer la Imagen Institucional de la Reforma Curricular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación se realizaron varios productos comunicacionales y llevar a cabo varias actividades para su divulgación.

Como resultado de las encuestas que se realizaron a estudiantes se logró establecer que prefieren informarse por Internet, mantas y afiches.

Actividades realizadas:

- Paso de aulas
- Búsqueda y gestión de patrocinios
- Diseño de afiches y mantas
- Rediseño de folletos informativos
- Diseño y publicación de sitio web

Productos Web:

Sitio web:

Fue registrado el dominio www.Reforma360.org y se creó el sitio web oficial y exclusivo para la Reforma Curricular en donde se da a conocer toda la información y las fases que se llevarán a cabo.

Fan Page de FaceBook:

Creación y gestión de una Fan Page de FaceBook para mantener un flujo de información constante entre los estudiantes y la Comisión de Reforma Curricular.

Productos Impresos:

Afiches:

Se diseñaron tres modelos de afiche para dar a conocer el Sitio Web de la Reforma Curricular así como invitar a los estudiantes a participar en la Fase Diagnóstica a través de una encuesta sobre la Reforma Curricular realizada por la Comisión de Reforma Curricular.

Mantas vinílicas:

Se diseñaron tres modelos de mantas para visualizar y concientizar a los estudiantes sobre la importancia de participar en la Reforma Curricular, éstas se colocaron dentro de los dos edificios de la Escuela de Ciencias de la Comunicación (M2 y Bienestar Estudiantil)

Folleto informativo:

Se realizó un rediseño del folleto informativo de la fase diagnóstica en el cual se da información completa sobre la Reforma Curricular así como indicaciones de como participar en esta fase del proceso.

Actividades desarrolladas:

Pasos de aula:

Con el apoyo de los compañeros Celeste Cabrera y Brayan Mencos también Epesistas de Licenciatura, fueron realizados pasos de aula en los edificios M2 y Edificio Bienestar Estudiantil para informar a la población estudiantil sobre como participar en el proceso de la Reforma Curricular a través del sitio web www.Reforma360.org

4.5. Financiamiento.

El desarrollo de la Estrategia Comunicacional está respaldado por la Escuela de Ciencias de la Comunicación y el departamento de Coordinación Académica. Coordinación académica es la entidad responsable de garantizar el equipo, impresiones, reproducción de los folletos y la gestión de los espacios a utilizar dentro de las instalaciones de la ECC. El epesista gestiona la solicitud de patrocinio para los productos web de la Estrategia. La empresa patrocinadora fue: Compu Club, Guatemala

4.6. Presupuesto.

La Coordinación Académica no contaba con presupuesto para ejecutar la estrategia sin embargo, la dirección de la Escuela de Ciencias de la Comunicación apoyo con la impresión de los folletos informativos y, los servicios se obtuvieron con el patrocinio de Compu Club.

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
50	Afiches full color doble carta.	Q.10.00	Q.500.00
6	Mantas vinílicas para rótulos en ambos Edificios de la ECC.	Q.90.00	Q.540.00

2	Roll Ups 0.80 x 2 mts.	Q.350.00	Q.700.00
1	Creación y Gestión Redes Sociales	Q.1,000.00	Q.1,000.00
1	Página Web (Dominio y Hosting)	Q.1,500.00	Q.1,500.00
500	Block de notas	Q.2.50	Q.1,500.00
2500	Folletos informativos full color	Q.3,50	Q.8,750.00
	Valor Total de la Camapaña:		Q.14,490.00

4.7. Beneficiarios

- Población estudiantil de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de todos los grados académicos.
- Personal docente y administrativo.

4.8. Recursos humanos.

Coordinador Académico:

Participo en cada en varias actividades que se programaron para la ejecución de la estrategia. Fue el encargado de supervisar y observar el proceso que se llevó a cabo en la realización de la campaña de concientización de la Reforma Curricular. Además apoyo con la realización de los materiales publicitarios que se utilizaron.

Epesistas de Licenciatura:

Celeste Noemí Cabrera y Brayan Mencos colaboraron en todo el proceso de ejecución de la estrategia tanto en la colocación de mantas y afiches como en los pasos de aulas realizados.

Docentes guía:

Para facilitar el proceso, la Coordinación Académica de la ECC delega a los Coordinadores de Área para que faciliten el proceso de información a los estudiantes a través de los docentes a su cargo. En este sentido los coordinadores de área son de vital importancia en la estrategia:

- Lic. Mario Campos - Publicidad
- Dra. Lesbia Morales - Periodismo
- M.A. José María Torres - Locución
- Lic. Imelda Gonzáles - Licenciatura

4.9. Área geográfica de acción.

La estrategia de comunicación será ejecutada en el interior de los edificios de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Edificio M2 y Bienestar Estudiantil ubicados dentro del Campus Central de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

4.10. Cuadro operativo de la estrategia.

Actividad o producto comunicacional	Objetivo Específico	Presupuesto	Recurso Humano	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de Ejecución
1. Recursos Web: Sito Web Fan Page	Reunir toda la información en un solo lugar y de acceso masivo.	Q.2,500.00	Epesista	Escuela de Ciencias de la Comunicación , USAC. . Edificio M2 y Bienestar Estudiantil.	Estudiantes y personal docente y administrativo .	15 al 30 de Junio
2. Productos Impresos: Mantas Afiches Folletos	Informar a los estudiantes en los edificios.	Q.11,990.00	Epesista y proveedores	Escuela de Ciencias de la Comunicación , USAC. . Edificio M2 y Bienestar Estudiantil.	Estudiantes y personal docente y administrativo .	01 al 31 de Julio.
3. Pasos de aulas	Concientizar a la población estudiantil a participar.		Epesistas de Licenciatura	Escuela de Ciencias de la Comunicación , USAC. Edificio M2 y Bienestar Estudiantil.		01 al 16 de Octubre

5. INFORME DE LA EJECUCIÓN

5.1 Productos Web:

Sitio web:

Objetivo: Informar y sensibilizar a la población estudiantil sobre el proceso de Reforma Curricular, dando a conocer que es y por qué necesitamos una Reforma Curricular en la ECC. Además sirvió como un punto para centralizar toda la información sobre este proceso.

Público Objetivo: Estudiantes de todas la carreras y jornadas de la Escuela de Ciencias de la Comunicación así como personal docente y administrativo.

Áreas Geográficas de Impacto: Edificios M2 y Bienestar Estudiantil de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Presupuesto: Q.1, 500.00

Resultados en base a indicadores: Con el sitio web se logró divulgar y ampliar información al 90% de los estudiantes.

Fan Page (Face Book):

Objetivo: Mantener actualizados a los estudiantes y personal docente con información constante y relevante sobre las actividades que se llevan a cabo en el proceso de Reforma Curricular.

Público Objetivo: Estudiantes de todas la carreras y jornadas de la Escuela de Ciencias de la Comunicación así como personal docente y administrativo.

Áreas Geográficas de Impacto: Edificios M2 y Bienestar Estudiantil de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Presupuesto: Q.1, 000.00

Resultados en base a indicadores: Con Fan Page se logró ampliar información al 70% de los estudiantes.

5.2 Productos impresos:

Mantas vinílicas:

Objetivo: Informar a los estudiantes sobre el proceso de Reforma Curricular, invitándolos a participar de la encuesta On Line que se realizó como parte de la “Fase Diagnostica” ingresando a www.Reforma360.org.

Público Objetivo: Estudiantes de todas la carreras y jornadas de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Áreas Geográficas de Impacto: Edificios M2 y Bienestar Estudiantil de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Presupuesto: Q.540.00

Resultados en base a indicadores: Con mantas vinílicas se logró sensibilizar al 80% de los estudiantes.

Afiches:

Objetivo: Ampliar el alcance de las mantas vinílicas para informar a los estudiantes sobre el proceso de Reforma Curricular, invitándolos a participar de la encuesta On Line que se realizó como parte de la “Fase Diagnostica” ingresando a www.Reforma360.org.

Público Objetivo: Estudiantes de todas la carreras y jornadas de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Áreas Geográficas de Impacto: Edificios M2 y Bienestar Estudiantil de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Presupuesto: Q. 500.00

Resultados en base a indicadores: Los afiches lograron llegar al 75% de estudiantes que se involucraron en el proceso de Reforma Curricular.

Folleto informativo:

Objetivo: Servir como materialización de la información web sobre la Reforma Curricular así como de material de apoyo en los pasos de aula. Así como presentar las instrucciones de cómo acceder a responder la encuesta On Line de la Fase Diagnóstica.

Público Objetivo: Estudiantes de todas las carreras y jornadas de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Áreas Geográficas de Impacto: Edificios M2 y Bienestar Estudiantil de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Presupuesto: Q.8, 750.00

Resultados en base a indicadores: Los folletos llegaron al 95% de estudiantes a través de los pasos de aulas que se realizaron en todas las jornadas.

5.3 Actividades desarrolladas.**Pasos de aulas:**

Objetivo: Informar, concientizar y motivar a los estudiantes a participar en la Reforma Curricular a través de la encuesta On Line de la Fase Diagnóstica ingresando al sitio web www.Reforma360.org

Público Objetivo: Estudiantes de todas las carreras y jornadas de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Áreas Geográficas de Impacto: Edificios M2 y Bienestar Estudiantil de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Presupuesto: Q.150.00

Resultados en base a indicadores: Se informó de primera mano al 95% de estudiantes en todas las jornadas y carreras.

6. PROGRAMACION Y CALENDARIZACIÓN:

Actividades	Mayo				Junio				Julio		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Semanas para trabajar											
Recabar información para documentar la página web y las redes sociales											
Creación de un centro de documentación y noticias sobre la Reforma Curricular de la ECC a través del sitio web institucional www.Reforma360.org . Se agregará la información documentada la semana anterior.											
Diseño de material de oficina con el logo de CRC (block de notas, camisas, lapiceros).											
Seguir documentando las redes sociales de CRC y actualizar la página web. Y creación de un Grupo de trabajo en Facebook para los miembros de la Reforma Curricular de la ECC.											
Diseño y entrega de primera propuesta de materiales publicitarios (afiches, mantas) Elaboración de racional creativo de afiches.											
Pasos de aula para invitar a todos los estudiantes a participar y seguir las cuentas sociales de la CRC.											

Actividades	Mayo				Junio				Julio		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Semanas para trabajar											
Diseño y entrega de segunda propuesta de materiales publicitarios (afiches, mantas) Elaboración de racional creativo de afiches.											
Impresión y entrega de materiales publicitarios con su racional creativo.											
Colocación de Afiches y Mantas en los edificios M2 y Bienestar Estudiantil.											
Gestionar las cuentas de Face Book con información relevante y actual.											

7. CONCLUSIONES

El presente Informe de EPS es una herramienta útil para la Escuela de Ciencias de la Comunicación y público en general ya que a través de un proceso de investigación que se desarrolló durante el Ejercicio Profesional Supervisado se determinó la necesidad de que tiene la Coordinación Académica de fortalecer la Imagen Institucional de la Reforma Curricular.

- Una de las grandes necesidades detectadas es la carencia de presupuesto para la Comisión de Reforma Curricular lo que dificulta un desarrollo efectivo de las actividades de la Comisión.
- La desinformación que existe en la ECC sobre la Reforma Curricular es resultado de la falta de estrategias de comunicación para mantener informados a los estudiantes y personal.
- La Imagen Institucional que proyecta dentro de la ECC la Comisión de Reforma Curricular es según opinión de los estudiantes, débil y escasa.
- La información sobre las actividades que realiza la Comisión de Reforma Curricular es muy escasa y esto se evidencia en el desconocimiento de los estudiantes y público en general.
- No existe un vínculo comunicacional entre los medios internos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación que permita dar a conocer de manera eficiente las acciones que realiza la Comisión de Reforma Curricular.

8. RECOMENDACIONES

Se presentan las siguientes recomendaciones para mejorar la Imagen Institucional así como la comunicación con los estudiantes de la Comisión de Reforma Curricular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

- Que sea asignado un presupuesto para la Comisión de Reforma Curricular acorde a las necesidades de la comisión.
- Implementar la Oficina de Reforma Curricular así como, asignación de personal específico para la Comisión.
- Mantener información actualizada en el sitio web www.Reforma360.org que permita que los estudiantes tengan conocimiento de cada fase del proceso así como, mantener un el flujo de información constante.
- Invitar a la población en general de la Escuela de Ciencias de la Comunicación a participar del proceso en todas sus fases.
- Fortalecer la Imagen Institucional de la Comisión de Reforma Curricular.
- Involucrar a los estudiantes en la realización de proyectos y actividades en beneficio de la ECC así como de la CRC.
- Que el presente diagnostico comunicacional sirva como referencia para la Comisión de Reforma Curricular así como para futuras investigaciones y estrategias tanto de la CRC como de los estudiantes y público en general.

9. BIBLIOGRAFÍA

Coordinación, A. (noviembre de 2006). Manual de Organización de la Comisión de Coordinación Académica. Guatemala, Guatemala.

Pérez, H. (2013). Planificación para el proceso de Diagnóstico Curricular.

Pérez, H. (2013). Informe Ejecutivo, fase diagnóstica.

Urizar, C. (2010). Propuesta para la creación del Departamento de Reestructura y Desarrollo Curricular. Guatemala.

Urizar, C. (noviembre de 2011). Historia de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Guatemala, Guatemala.

E – GRAFÍAS

Proyecto visionario reestructura pensum periodismo (Fecha de consulta: Febrero de 2014). Disponible en: http://periodico-tiempo.blogspot.com/2010/03/proyecto-visionario-reestructura-pensum_04.html

Guía Estudiantil de la Escuela de Ciencias de la Comunicación (Fecha de consulta: Febrero de 2014). Disponible en: http://issuu.com/ronnymel.epslicenciatura2011/docs/guia_ecc_interactiva2013iii

Misión y Visión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC. (Fecha de consulta: Febrero de 2014). Disponible en: http://www.comunicacionusac.org/mision_vision.htm

FODA Fecha de consulta: Febrero de 2014). Disponible en http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_DAFO

ANEXOS

Recolección de datos:

Pantallas encuesta "On Line" recopilación de datos para Diagnostico Comunicacional:

encuesta online - Reforma Curricular ECC - Diagnostico a estudiantes - Google Chrome
www.encuestafacil.com/RespWeb/Cuestionarios.aspx?EID=1700277&PGND=2&MT=X&MSJ=NO#Inicio

Vista previa de la encuesta. Las respuestas no se almacenar

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala
Licenciatura de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado

Reforma Curricular ECC - Diagnostico a estudiantes

Abandonar-> Continuaré más tarde

2.- Datos del participante

*1. ¿Cual es tu género?

Femenino Masculino

<-Anterior Siguiente->

50%

Encuestafacil.com no es responsable de ningún contenido enviado y/o incluido en esta encuesta.

Crea gratis tus encuestas online encuestafacil.com

encuesta online - Reforma Curricular ECC - Diagnostico a estudiantes - Google Chrome
www.encuestafacil.com/RespWeb/Cuestionarios.aspx?EID=1700277&PGND=3&MT=X&MSJ=NO#Inicio

Abandonar-> Continuaré más tarde

3.- Preguntas específicas sobre Comisión de Reforma Curricular

*2. ¿Conoces o recuerdas el logotipo de la Reforma Curricular de la ECC?

Si
 No

*3. ¿Que te parece la combinación de colores que tiene el logo?

Correcta Bonita Fea Normal No la conozco

*4. ¿Conoces cual es el slogan de la Reforma Curricular?

Cambio 45 Grados Cambio 360 Grados Cambio 90 Grados Cambio 180 Grados No lo conozco

*5. ¿En que medios has visto información sobre la Reforma Curricular de la ECC?

Carteleras
 Folletos
 Mantas
 FaceBook
 Twitter
 ComunicacionUSAC.org
 En ninguno

*6. ¿En que medios te gustaría recibir información sobre la Reestructura Curricular de la ECC?

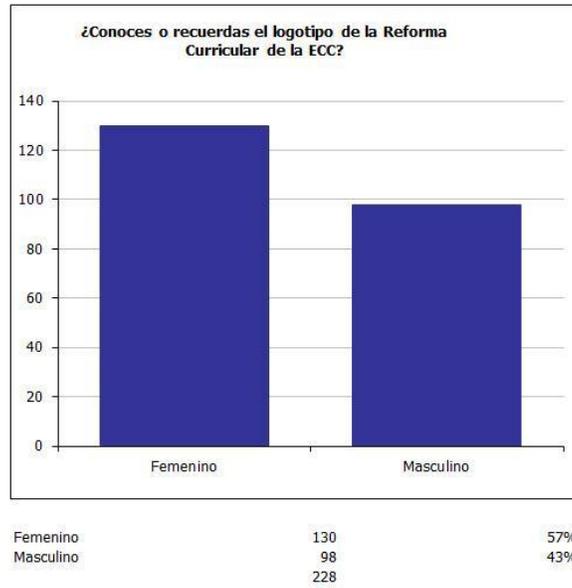
Radio
 Televisión
 Carteleras y Mantas
 Internet
 Folletos

<-Anterior Siguiente->

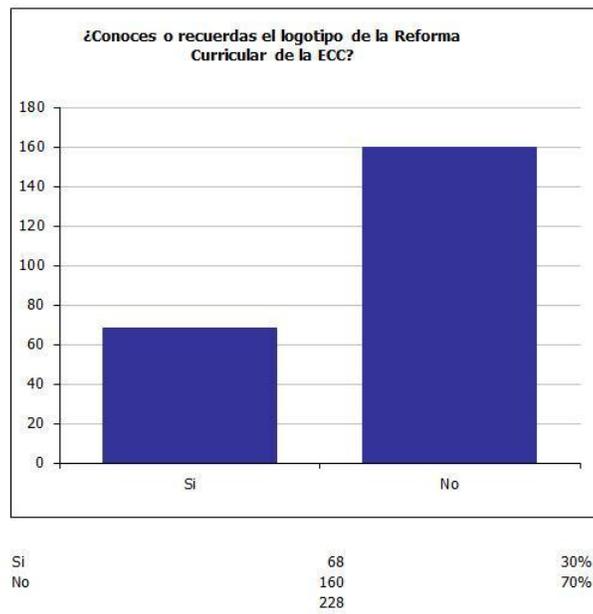
75%

MATRIZ O VACIADO DE LAS ENCUESTAS

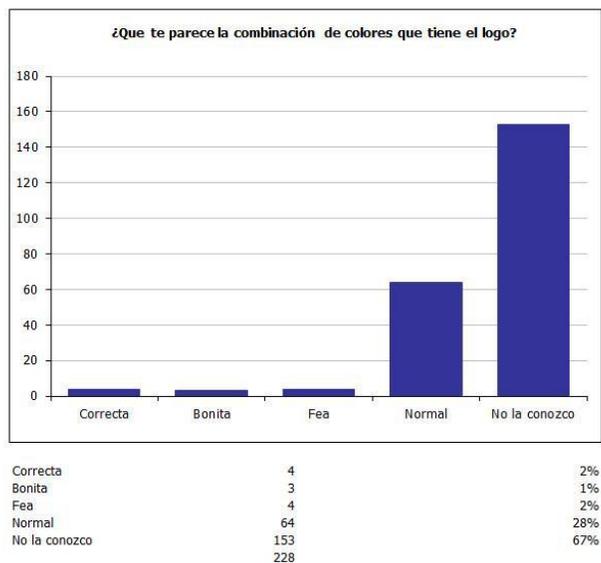
Grafica 1:



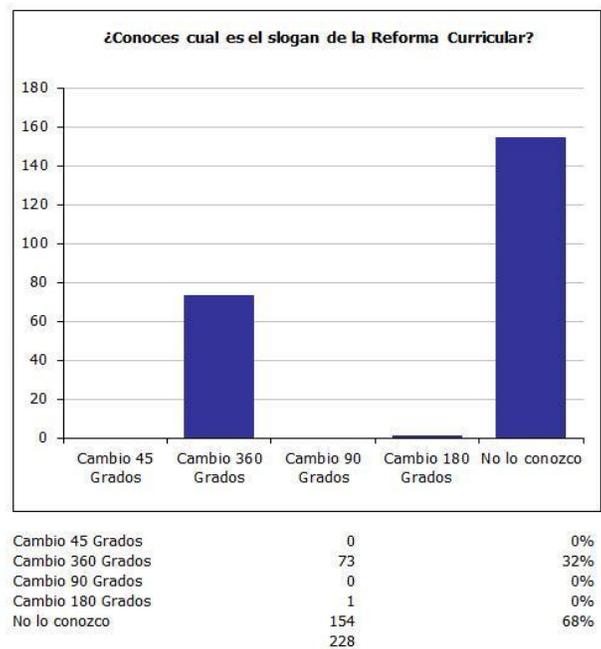
Gráfica 2



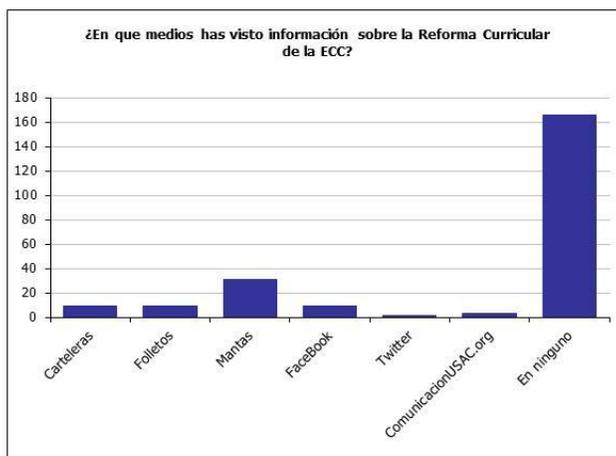
Gráfica 3:



Gráfica 4:

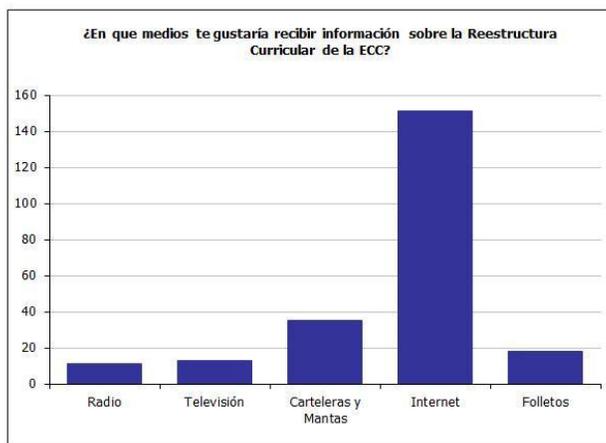


Gráfica 5:



Carteleras	9	4%
Folletos	9	4%
Mantas	31	14%
FaceBook	9	4%
Twitter	1	0%
ComunicacionUSAC.org	3	1%
En ninguno	166	73%
	228	

Gráfica 6:



Radio	11	5%
Televisión	13	6%
Carteleras y Mantas	35	15%
Internet	151	66%
Folletos	18	8%
	228	

PRODUCTOS COMUNICACIONALES:

Sito Web www.Reforma360.org



Escuela de Ciencias de la ...

www.reforma360.org

Aplicaciones Reforma Educativa... EPS ECC USAC - Estr... EPS ECC USAC - Estr... ESTRATEGIA DE CO... Google Noticias Otros marcadores

Fotografía por: Estelí Meléndez

USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

M2

REFORMA CURRICULAR
CAMBIO DE 360°

*"Bienvenida y Bienvenido, a la página de la **Reforma Curricular** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación aquí, te podrás informar sobre la Visión de la Reforma, cómo puedes participar y cómo contestar la encuesta para el proceso de auto diagnóstico."*

[En Facebook](#) / [En Twitter](#)



Fotografía por: Estelí Meléndez

USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

M2

Que es el currículum
Que es la Reforma Curricular

Para Fátima Addine (1995), "El currículum es un proyecto educativo integral con carácter de proceso, que expresa las relaciones de interdependencia en un contexto histórico-social, condición que le permite rediseñarse sistemáticamente en función del desarrollo social, progreso de la ciencia y necesidades de los estudiantes que se traduce en la educación de la personalidad del ciudadano que se aspira a formar".

En opinión de Fraga, R. (1996), "El currículum es un plan que norma, conduce y permite evaluar el proceso pedagógico profesional que dirigido por una institución educativa, está orientado a la formación de la personalidad de los alumnos, de acuerdo a los fines y demandas sociales que traza el estado en un momento histórico concreto".

Para Fuentes, H. (1997) "El currículum es el contenido que se debe asimilar en aras de alcanzar un objetivo, es además un programa, un plan de trabajo y estudio necesario para aproximarse al logro de los objetivos, que siempre desarrolla completamente en un contexto social, (tanto en tiempo como en espacio) influido y determinado por las ideas sociales, filosóficas, políticas, pedagógicas, que comprenden los aspectos más esenciales, de la carrera, como los más próximos a lo cotidiano, como es el proceso docente-educativo a nivel de disciplina, asignatura y tema".

Más allá de algunas variantes, todos coinciden que el currículum es lo que integra todas las acciones para lograr la formación profesional con calidad y pertinencia histórica, social, laboral y personal. Todo currículum está integrado por cinco factores, componentes o elementos:

1. Estudiantes;
2. Docentes;

Reforma Curricular

Por qué una reforma curricular

Que es el currículum

Componentes del currículum

Fase de Diagnóstico

Que son los criterios de evaluación

Quiénes participan en el diagnóstico

Como participan los estudiantes

Como es la tematica de los cuestionarios

Fan Page, Face Book:

<https://www.facebook.com/reformacurricularecc>

The image shows a screenshot of a Facebook fan page for 'Reforma360'. The page features a cover photo of a modern building with 'M2' on its facade. The profile picture is a logo for 'USAC TRICENTENARIA' and 'REFORMA CURRICULAR CAMBIO DE 360'. The page name is 'Reforma360' and it has 97 likes. The bio mentions 'Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC. Comisión de Reforma Curricular... un cambio de 360 grados para la ECC!'. The page is categorized as 'Educación'. There are navigation buttons for 'Fotos' and 'Me gusta'. A right sidebar shows 'Ve tu anuncio aquí', 'Reforma360', and 'Reciente 2014'.

USAC TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

REFORMA CURRICULAR
CAMBIO DE 360

Reforma360

A 97 personas les gusta esta página · 93 personas están hablando de esto

Educación
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC. Comisión de Reforma Curricular... un cambio de 360 grados para la ECC!

Actualizar información de la página Te gusta

Siguiendo Mensaje

Fotos Me gusta

Ve tu anuncio aquí

Reforma360

5 3

Promover publicación

Reciente

2014

Lo más destacado

Afiches 11" x 17"

Del 18 al 30 de Agosto 2014

Participa en la Reforma!
...que no decidan por ti!

Reforma360.org

Escuela de Ejecutivos de la Contaduría USAC

REFORMA CERRONJOS

This poster features a man and a woman smiling and holding a white document. The background is white with teal and red accents. The text is in teal and red. At the bottom, there are two logos: one for 'Escuela de Ejecutivos de la Contaduría USAC' and another for 'REFORMA CERRONJOS'.

Del 18 al 30 de Agosto 2014

Participa en la Reforma!
...que no decidan por ti!

Reforma360.org

Escuela de Ejecutivos de la Contaduría USAC

REFORMA CERRONJOS

This poster features two women standing side-by-side. The background is white with teal and red accents. The text is in teal and red. At the bottom, there are two logos: one for 'Escuela de Ejecutivos de la Contaduría USAC' and another for 'REFORMA CERRONJOS'.

Manta vinilica:

**¡Participa en
la Reforma!**

**REFORMA
CURRICULAR**
CAMBIO DE 360°

Licenciatura
EPS 2014

*Julio
Sebastian
Director*

Reforma360.org

Folletos informativos “Fase Diagnóstica”

Tiraje de 2,500 ejemplares, distribuidos en pasos de aula a todos los estudiantes.



EJECUCIÓN:

Colocación de mantas en edificios de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, M2 y BN:



Epesista Fernando Flores, colocación mantas en edificios M2 y Bienestar Estudiantil, ECC.



Estudiante Estuardo, Epesista Fernando Flores, Director de la ECC Lic. Julio Sebastián, Epesista Celeste Cabrera; en colocación de manta en edificio M2.



Epesistas Fernando Flores y Celestes Cabrera en paso de aula en el Estudio de Televisión con estudiantes de 10mo. Semestre de Publicidad Nocturna.



Epesista Fernando Flores, explicando e informando a estudiantes del 4to. Semestre de Publicad Nocturna como ingresar al sitio web: www.Reforma360.org para responder encuesta de "Fase Diagnóstica" de la Reforma Curricular.



Epesista Celeste Cabrera, informando e invitando a estudiantes del 4to. Semestre de Locución a ingresar al sitio web: www.Reforma360.org para participar de "Fase Diagnóstica" de la Reforma Curricular.



Epesistas Celeste Cabrera y Fernando Flores en edificio M2 realizando sesión fotográfica para campaña y portadas de folletos informativos.



Estudiantes de la ECC posan para fotografías de campaña y folletos informativos.



Presentación de Estrategia comunicacional en Exp-Comunicación 2014, MUSAC.