

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

**“PLAN COMUNICACIONAL PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA
REFORMA CURRICULAR DE LA ECC - USAC”**

CARLOS CÉSAR CASTELLANOS MINERA

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2016

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



**“PLAN COMUNICACIONAL PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA
REFORMA CURRICULAR DE LA ECC - USAC”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

CARLOS CÉSAR CASTELLANOS MINERA

Previo a optar el título de:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Noviembre de 2016

Consejo Directivo

Director

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes

Lic. Mario Campos

Lic. Gustavo Morán

Representantes Estudiantiles

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

Representante de Egresados

Lic. Michael González Bártres

Secretaria Administrativa

M.Sc. Claudia Molina

Coordinador EPS Licenciatura

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

Licda. Sandra Noemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación Guatemala, 1 de Agosto de 2016

Lic. Luis Pedroza

Coordinador

Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el estudiante epesista **Carlos César Castellanos Minera** con número de carné: 9710435 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en el Departamento de Evaluación y Mejoramiento Curricular, cumpliendo con 312 horas efectivas de práctica comprendidas del **02 de Mayo** al **08 de Julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto: "Plan Comunicacional para el Fortalecimiento de la Reforma Curricular de la ECC - USAC" entregando el material comunicacional respectivo, debidamente recibido por el Departamento de Evaluación y Mejoramiento Curricular.

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista y, para los usos en el proceso de EPS de Licenciatura, extendemos la presente CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA en nuestra institución.

Atentamente,

Lic. Hugo Pérez Caal

Coordinador del Depto. De Evaluación y Mejoramiento Curricular, ECC, USAC

cc: archivo estudiante()



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio N2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org



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

Guatemala 3 de Noviembre de 2016

Estudiante
Carlos César Castellanos Minera
Carné: **9710435**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

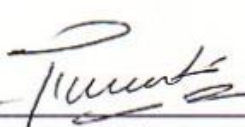
De mi consideración:

Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título "Plan comunicacional para el fortalecimiento de la Reforma Curricular de la ECC - USAC." El citado trabajo cumple los requisitos de rigor del presente programa por lo cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.


Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la impresión de su trabajo final de EPS de Licenciatura en número de 10 ejemplares impresos y 3 CD'S con el documento incluido en formato PDF los cuales deberá entregar a las instancias correspondientes.

Sin otro particular,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Fernando Flores
Supervisor EPS de Licenciatura




Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza
Coordinador EPS de Licenciatura



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

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

DEDICATORIAS

A DIOS: por permitirme llegar a este punto de mi vida, tú siempre me acompañas y guías por el camino del saber.

A Valeria: mi amada esposa porque gracias a tu apoyo incondicional, a tus desvelos y a tu amor; he culminado mis estudios con éxito.

A mis padres Edgar Rodolfo y Martha Lidia por su incansable sacrificio para mi formación.

A mis hermanos Liggía Mercedes Y Edgar Rodolfo porque siempre estemos juntos para alcanzar nuestra metas.

A mi familia y amigos con todo mi aprecio y cariño.

AGRADECIMIENTOS

A la **Universidad de San Carlos de Guatemala** alma mater donde me he formado profesionalmente.

A la **Escuela de Ciencias de la Comunicación** por brindarme las herramientas necesarias para mi carrera profesional.

A Lic. Fernando Flores por su confianza y asesoría durante este proceso.

A Lic. Hugo Pérez por su apoyo, asesoría y la oportunidad de incorporarme en este gran proyecto.

ÍNDICE

RESUMEN	i
INTRODUCCIÓN	iv
JUSTIFICACIÓN	vi
CAPÍTULO I	1
1. DIAGNÓSTICO	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	1
1.1.1. Objetivo General.....	1
1.1.2. Objetivos Específicos	1
1.2. ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA	2
1.2.1. Ubicación Geográfica	2
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas	2
1.2.3. Antecedentes o Historia.....	2
1.2.4. Departamentos o Dependencias	4
1.2.5. Misión	4
1.2.6. Visión	5
1.2.7. Objetivos Institucionales	5
1.2.8. Público Objetivo.....	7
1.2.9. Organigrama.....	8
1.3. METODOLOGÍA	9
1.3.1. Descripción del Método	9
1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección	9
1.3.3. Cronograma de Diagnóstico	10
1.4. RECOPIACION DE DATOS	11
1.4.1. Ficha de las entrevistas	11
1.4.2. Resultado de la Entrevista.....	12
1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados	14

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA	21
1.5.1. Fortalezas	21
1.5.2. Oportunidades	22
1.5.3. Debilidades	22
1.5.4. Amenazas	23
CAPÍTULO II	24
2. PLAN DE COMUNICACIÓN	24
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES	24
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	25
2.2.1. Objetivo General	25
2.2.2. Objetivos Específicos	25
2.3. PÚBLICO OBJETIVO	25
2.4. MENSAJE	26
2.5. ESTRATEGIAS	26
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN	27
CAPÍTULO III	33
3. INFORME DE EJECUCIÓN	33
3.1 PROYECTO DESARROLLADO	33
3.1.1. Financiamiento	33
3.1.2. Presupuesto.....	34
3.1.3. Beneficiarios	35
3.1.4. Recursos humanos.....	35
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción	35
3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS	35
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	40
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO	41

CONCLUSIONES44
RECOMEDACIONES45
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....46
BIBLIOGRAFÍA.....49
EGRAFÍA50
ANEXOS51

RESUMEN

Nombre de la Institución: Escuela de Ciencias la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Nombre del Proyecto: “Plan comunicacional para el fortalecimiento de la Reforma Curricular de la ECC - USAC”.

Objetivos del Proyecto:

- **Objetivo General:**

Fortalecer el proceso informativo y divulgativo de la Reforma Curricular para promover la participación a los estudiantes egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala en la fase diagnóstica de la Reforma Curricular.

- **Objetivos Específicos:**

- Investigar el nivel actual del conocimiento que tienen los estudiantes sobre el tema de la Reforma Curricular.
- Establecer que medios de información utilizan más para obtener noticias universitarias.
- Proponer un plan de comunicación para su divulgación e información que persuada a los estudiantes egresados a participar en la fase diagnóstica de la Reforma Curricular.

Sinopsis del Proyecto:

Como primera fase del proyecto se realizó un diagnóstico, cuyo resultado se logró establecer el nivel de conocimiento de la población egresada acerca de la Reforma Curricular. Para ello, se encuestaron a 354 estudiantes egresados de las carreras técnicas de Periodismo Profesional, Locución Profesional, Publicidad Profesional y Licenciatura en Comunicación Social.

En la segunda fase del proceso, se diseñó un plan de comunicación que promoviera la colaboración de los estudiantes egresados en la fase diagnóstica del proceso de la Reforma Curricular, en respuesta a la información arrojada en el diagnóstico de comunicación realizado, así como la necesidad planteada por Departamento de Evaluación y Mejoramiento de la Reforma Curricular sobre la importancia de tomar en cuenta la opinión de todo el sector estudiantil, con el fin de crear bases de datos que sustenten una propuesta de Reforma Curricular que sea viable, objetiva y moderna.

Por tanto, se implementaron dos estrategias: la primera buscó posicionar y fortalecer la imagen de la Reforma Curricular y la segunda divulgó la información necesaria para lograr la participación de la población egresada a través del ingreso a la encuesta electrónica ubicada en la página oficial de la Reforma Curricular.

Para las acciones planificadas en la primera estrategia, se procedió a diseñar una campaña, cuyo slogan que apeló a colaboración de la población egresada: Ingresa al cambio. A partir de este mensaje, se estableció la elaboración del Banner Stand versión Roll Up como material de apoyo para la segunda estrategia.

En la segunda estrategia, se recomendó la implementación de trifoleares como material impreso para posicionar la página web de la Reforma Curricular, así como el envío de un boletín informativo, vía correo electrónico. Ambos materiales, se buscó invitar a los estudiantes egresados a participar en la fase diagnóstica de la Reforma Curricular, ingresando al sitio web para localizar la encuesta correspondiente a su último grado académico aprobado.

Por último, se llevó a cabo la ejecución del mismo, efectuando el presupuesto de gastos y aportaciones necesarias para llevar a cabo las acciones requeridas por el Departamento de Evaluación y Mejoramiento Curricular de la Coordinación Académica de la ECC. También se realizaron las estrategias diseñadas y sus respectivas acciones.

INTRODUCCIÓN

La Reforma Curricular se comprende al proceso para mejorar el currículum con el fin de garantizar una educación actualizada e integral que corresponda a las necesidades competitivas que demande el mercado laboral. Consta de cuatro etapas o fases: la etapa diagnóstica, la fase elaboración de propuesta, la fase de ejecución y la planificación de la Reforma Curricular del nuevo ciclo. Actualmente, la Reforma Curricular se encuentra dentro de la fase del diagnóstico, etapa en la cual se busca generar la información central y culminante del proceso.

Por lo anterior, la Coordinación Académica de la ECC ha sido el órgano encargado de generar acciones encaminadas para garantizar un proceso de reforma objetivo y satisfactorio. Es por ello que a partir del año 2012 hasta la fecha, dicha instancia realiza las gestiones necesarias para establecer el Departamento de Mejora Curricular.

Además, cabe mencionar que otra de las acciones principales que han permitido la evolución del proceso de la Reforma Curricular lo ha constituido la alianza estratégica con el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura. Esta trabajo en equipo ha promovido la divulgación del proceso de la Reforma Curricular, logrando que cada vez más la población estudiantil conozca sobre el tema y la importancia de su participación.

Por tanto, el presente trabajo está orientado a continuar con la promoción del proceso de la Reforma Curricular gracias al diseño de un plan de comunicación que invite a la participación de la población egresada dentro de la fase diagnóstica de la Reforma Curricular a través de ingresar a la página web y contestar la encuesta correspondiente al último grado académico aprobado.

En las siguientes páginas se encuentra una descripción detallada sobre el plan de comunicación para informar e invitar a la población estudiantil egresada a contribuir en el proceso de la Reforma Curricular.

JUSTIFICACIÓN

En el camino hacia la Reforma Educativa existen cinco elementos que se transforman en los protagonistas del proceso: estudiantes, docentes, desarrollo curricular, gestión académica y recursos educativos.

Dentro de la población estudiantil, los profesionales egresados son considerados como el sector menos propenso a contraer compromisos partidistas o personales, característica que lo perfila para convertirse en vigilante y garante de todo el proceso de la Reforma Curricular. Además, la población egresada tiene la capacidad de enriquecer el proceso gracias a la experiencia y madurez que cada estudiante egresado pueda aportar.

Por tanto, es vital que los estudiantes egresados tengan pleno conocimiento y conciencia de la importancia de participar en el proceso de Reforma Curricular, no solo por su capacidad o imparcialidad, sino también para que su opinión se transforme en los cimientos para estructurar una propuesta de reforma viable, objetiva y moderna.

El trabajo aquí descrito hace referencia al planteamiento de estrategias de comunicación que ayuden la Escuela de Ciencias de la Comunicación a incrementar el conocimiento y la participación de estudiantes egresados en el proceso de la Reforma Curricular.

Las estrategias manejadas en siguiente plan de comunicación, invitan a la población estudiantil a participar dentro del proceso, además de fortalecer el conocimiento y la imagen de la Reforma Curricular.

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO

1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1. Objetivo General:

Analizar el nivel de conocimiento que tienen los estudiantes egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación sobre la Reforma Curricular con la finalidad de plantear un plan de divulgación e información.

1.1.2. Objetivos Específicos:

1. Investigar el nivel actual del conocimiento que tienen los estudiantes sobre el tema 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. Conocer si los estudiantes comprenden el concepto de la Reforma Curricular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
4. Establecer que medios de información utilizan más para obtener noticias universitarias.
5. Proponer un plan de comunicación para su divulgación e información

1.2. ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN (ECC) UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA (USAC)

1.2.1. 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; el primero en Bienestar Estudiantil y el segundo en el edificio M2; el Departamento de Coordinación Académica de la Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC), está en el Segundo Nivel del Edificio M2.

1.2.2. Integración y alianzas estratégicas

El Depto. de Coordinación Académica de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, encargada del seguimiento de la Reforma Curricular, ha realizado alianzas estratégicas con el equipo del Ejercicio Profesional Supervisado –EPS-, trabajo en el cual se ha logrado la difusión y las estrategias en comunicación necesarias para el avance de la Reforma.

1.2.3. Antecedentes

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).

En agosto de 1952, la Escuela Centroamericana de Periodismo –ECAP- fue adscrita a la Facultad de Humanidades de la Universidad de San Carlos de Guatemala, el Director de la –ECAP- fue Flavio Herrera. En aquel tiempo se otorgaba el título de Periodista Profesional en la carrera intermedia de periodismo en tres años y Licenciatura en Periodismo en cinco años. (Bracamonte G., 2004)

Derivado de la necesidad de dotar a la Escuela de mayor rigor científico, teoría, práctica y un serio conocimiento del país, en 1975 se llevó a cabo un Congreso de Transformación, lo quedó como resultado la separación de la Facultad de Humanidades. (Bracamonte G., 2004). El 26 de noviembre de 1975, el Consejo Superior Universitario, en Acta 29-75 autoriza la creación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC), adscrita a rectoría de la Universidad de San Carlos de Guatemala. El Consejo Superior Universitario por medio del Acta No. 2-84 en el año 1984, aprobó la creación de otras tres carreras intermedias: Fotografía Profesional, Locución Profesional y Publicidad Profesional, sin embargo por la nula demanda de fotografía, solo se impartieron Locución y Publicidad. (Urizar C., 2011)

En 1991 una Comisión Técnica de Reestructura, presentó un proyecto de Nueva estructura Curricular que planteó 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)

El incremento de estudiantes en las Carreras de Ciencias de la Comunicación y las limitaciones de espacio físico dieron lugar a que en el año 1997, se aprobara el Plan de Autoformación a Distancia los días sábados de 8:00 a 18:00 horas, con el mismo pensum de las carreras del plan diario. (Bracamonte G., 2004).

En el año 2002 se realizó un análisis de los pensum de los cursos, talleres y demás asignaturas, lo que 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 varía solo en cuanto a los pre-requisitos, conociéndose este pensum como “Pénsum cerrado” en contraste con el anterior “Pénsum abierto” que permitía cursar materias de distintos semestres sin mayores requerimientos.

El ejercicio profesional supervisado (EPS) de Licenciatura en la Escuela, fue creado por la Junta Directiva Paritaria el 16 de agosto de 2005, 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. (Urizar C., 2011)

Historia de la Coordinación Académica

La Coordinación académica fue creada como un ente asesor del Consejo Directivo para todos los asuntos académicos, está conformada por el Coordinador Académico. Fue creada a partir de 1976 está era integrada por los Directores de área y por igual número de representantes estudiantiles, quienes eran electos por los estudiantes. (Coordinación, 2006). Por la magnitud del trabajo que implica orientar el proceso de la Reforma Curricular, en el año 2012 la Coordinación Académica hace la solicitud para instaurar el Depto. de Mejoramiento y Curricular, el cual sigue en trámite hasta la fecha. (Lic. Hugo Caal, entrevista 2016).

1.2.4. Departamentos o dependencias de la Escuela de Ciencias de la Comunicación

Para efectos del presente diagnóstico que persigue indagar sobre los procesos de comunicación de la "Reforma Curricular" se enumeran a continuación los principales departamentos y unidades que conforman la ECC:

1. Consejo Directivo, 2. Coordinación Académica, 3. Dirección, 4. Comisión de Extensión, 5. Control Académico, 6. Tesorería, 7. Biblioteca Flavio Herrera, Audiovisuales, 8. Centro de Investigación en Ciencias de la Comunicación, 9. Laboratorios y 10. Unidad de Comunicación e Información. Cabe la aclaración, que existe las gestiones impulsadas por la Coordinación Académica para establecer el Depto. de Evaluación y Mejoramiento Curricular.

1.2.5 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.

1.2.6 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).

1.2.6.1. Misión de la Coordinación Académica

Velar por el desarrollo de la actividad académica dentro del marco de legalidad, apegada a las directrices generales de la Universidad de San Carlos de Guatemala para beneficio de la comunidad docente y estudiantil. (Coordinación, 2006)

1.2.6.2. Visión de la Coordinación Académica:

Este órgano está destinado para el apoyo del cuerpo docente de la Escuela, propiciando su capacitación y orientando el desarrollo de los pénsum de acuerdo a las exigencias del mercado laboral, con sentido humano. (Coordinación, 2006).

1.2.7 Objetivos Institucionales

1. Formar profesionales de la comunicación, capaces de intervenir humana, técnica y científicamente en el proceso de transformación del país.
2. 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.
3. 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.
4. 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.
5. Formar profesionales de la comunicación que asuman objetivamente su papel de comunicadores y enlazadores entre los fenómenos sociales y la opinión pública.

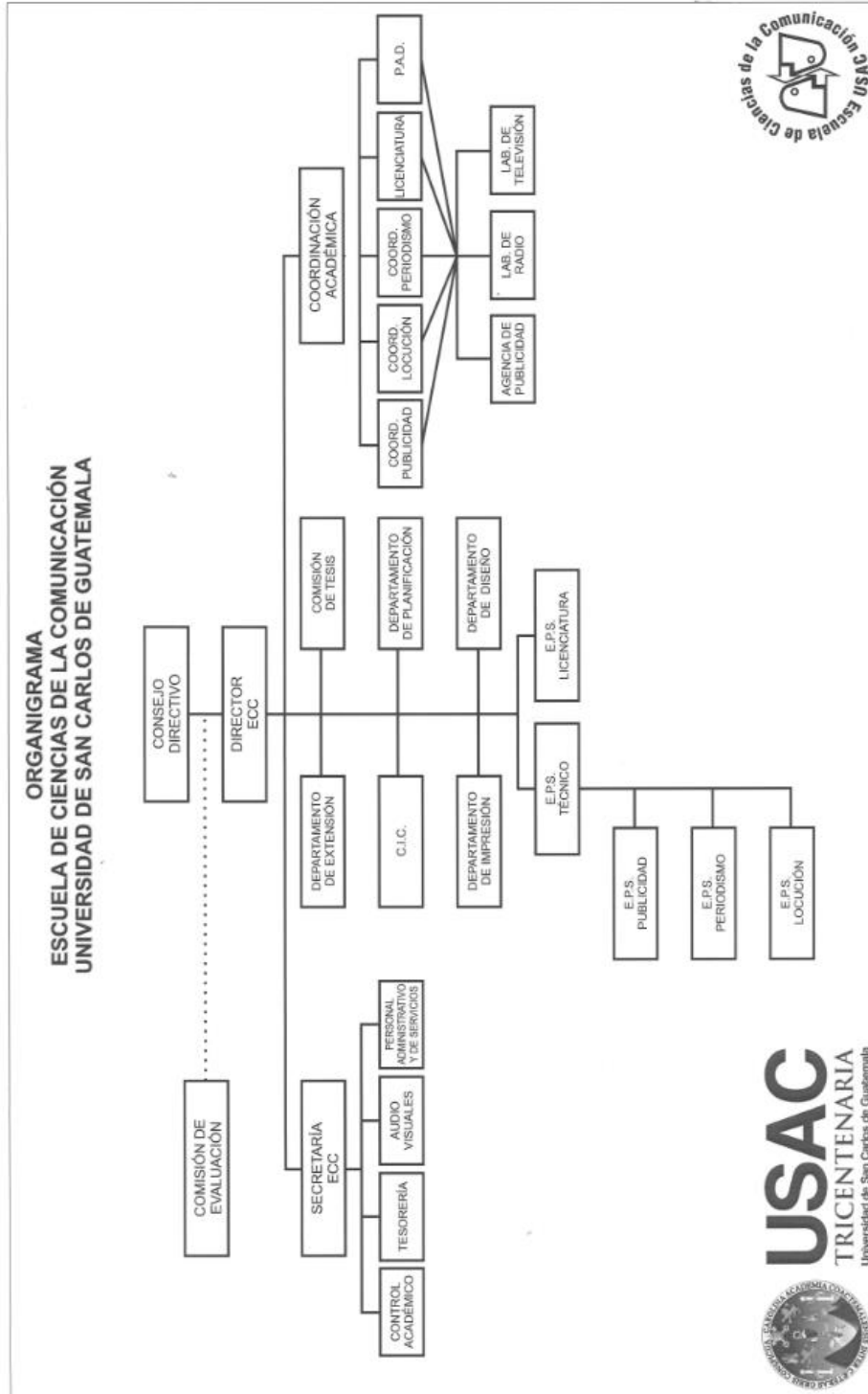
1.2.7.1. Objetivos Específicos de la Coordinación Académica:

1. Definir la orientación de los pénsum de la Escuela. (Coordinación, 2006)
2. Actualización constante de los pénsum de estudio. (Coordinación, 2006)
3. Resolver todos aquellos problemas académicos que surjan entre docentes y estudiantes, cuando no hayan sido resueltos por las instancias inferiores. (Coordinación, 2006)
4. Elaborar en forma conjunta los horarios de clases. (Coordinación, 2006)

1.2.8. Público Objetivo

Estudiantes egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, en las carreras de Publicidad Profesional, Periodismo Profesional, Locución Profesional y Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

1.2.9. Organigrama Escuela de Ciencias de la Comunicación



1.3 METODOLOGIA

1.3.1. Descripción del método:

Para la realización del presente diagnóstico se partió de la premisa que existe poca participación en el tema “Reforma Curricular” por parte de los estudiantes egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación en sus diversas ramas pese a que se han elaborado tres proyectos relacionados con el tema, siendo el último elaborado por el licenciado Fernando Ismael Flores Barrios en el año 2014, trabajo que fortaleció la imagen institucional del tema en mención.

Por tal razón, se utilizó el “método de síntesis” el cual consiste en “la reunión racional de los elementos dispersos de un todo para estudiarlos en su totalidad” (Buendía, Colás y Hernández, 2000) con el fin de recolectar y analizar la información disponible sobre el tema.

1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección

Se utilizó la técnica de observación en algunas redes sociales como la Fan Page de la Reforma Curricular –ECC-; también con el material publicitario institucional en puntos estratégicos y al momento de distribuir las encuestas con los estudiantes. Además se realizó una entrevista al Coordinador del Departamento de Evaluación y Mejoramiento Curricular en la cual se plantearon preguntas puntuales que permitieron fortalecer el método de síntesis. “La entrevista, es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el problema propuesto. Se considera que este método es más eficaz que el cuestionario, ya que permite obtener una información más completa” (Amador, Manuel Galán).

También se realizaron 354 encuestas tipo cuestionarios con preguntas mixtas distribuidas entre las tres carreras técnicas y los estudiantes de EPS de licenciatura de las distintas jornadas que imparte la ECC (jornada vespertina, nocturna y plan sabatino).

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

Enero, Febrero, Marzo 2016

No.	ACTIVIDAD	Enero	Febrero	Febrero	Febrero	Marzo	Marzo	Marzo	Marzo
		del 19-22	del 1-16	del 17 -23	del 16-27	del 1-07	del 7-11	del 8 al11	día 11
1	Propedéutico del Diagnóstico								
2	Entrega de carta de solicitud para realizar EPS								
3	Entrega de carta autorizando realizar EPS								
4	Observación y recopilación de información								
5	Análisis y redacción								
6	Entrevista y encuestas								
7	Tabulación de Datos								
9	Corrección y redacción								
10	Entrega final de informe del diagnóstico								

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1. Ficha de Entrevista

Entrevista sobre aspectos generales del Departamento de Evaluación y Mejoramiento Curricular, estructura organizativa, misión, visión, objetivos, estrategias de comunicación.

Fecha: 3 de marzo a las 17:00 hrs.

Lugar: Departamento de Evaluación y Mejoramiento Curricular

Nombre Entrevistado: Licenciado Hugo René Pérez Caal

Puesto: Coordinador

Duración: 45 minutos

Durante la entrevista al Lic. Hugo René Pérez Caal mencionó la importancia de fortalecer el tema sobre la Reforma Curricular ya que tienen limitantes en cuanto a presupuesto, equipo y personal; también hizo mención que se ha realizado únicamente una re adecuación al currículo de la carrera de Periodismo.

Para la comprensión de la entrevista se tomó como base la técnica del análisis del discurso, del objetivo de extraer significados indicados por el entrevistado que sean útiles a los objetivos de la investigación. En cuatro niveles Lectura Intuitiva, Temática, Contextual, de Relación (Montañez, M. 2001 "Introducción al análisis e interpretación de textos y discursos").

La lectura Contextual permitió ubicar su composición e importancia, la etapa en la que el proceso se encuentra, así como su situación económica en el Departamento de evaluación y mejoramiento de la reforma curricular.

1.4.2. Resultado de la Entrevista:

ENTREVISTA

1) ¿Cómo nace el Departamento de evaluación y mejoramiento curricular?

Se realizó la solicitud en el acuerdo de noviembre del 2012 al Consejo Directivo, y nuevamente en mayo del 2015 para aprobación por Lic. Julio Moreno pero se encuentra pendiente de la respuesta.

2) ¿Cuál es la finalidad del Departamento de evaluación y mejoramiento curricular?

Evaluar y mejorar constantemente el currículo de las 4 carreras, promover la participación a las actividades y planificar.

3) ¿Qué acciones o estrategias de comunicación se han realizado para dar a conocer la Reforma Curricular?

Imagen institucional en 2013, página de internet (www.reforma360.org). Se colocó una manta en el edificio M2.

4) ¿Cuál es su relación jerárquica dentro de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?

Se encuentra dentro del departamento de la Coordinación Académica

5) Por favor enumere las actividades que desempeña en su puesto de trabajo:

Coordinar la elaboración de planes a implementar, en este momento en la fase diagnóstica, en este momento de encuestar a los egresados y posterior empleados. Divulgar la información a la comunidad.

6) ¿Con qué equipo y suministros cuenta el Departamento de evaluación y mejoramiento curricular para el desempeño de sus funciones?

Recurso humano: un coordinador Lic. Hugo Pérez.

Equipo: computadora e impresora.

Suministros: papel, etc.

7) ¿Cuentan con algún elemento visual que identifique al Departamento?

Logo reforma curricular ECC.

8) ¿El Departamento de tiene algún presupuesto asignado para su funcionamiento?

Sin presupuesto, se comparte con horas de docencia actualmente.

9) ¿La Escuela de Ciencias de la Comunicación cuenta con algún órgano comunicativo por medio del cual se promueva la Reforma Curricular?

No se cuenta con recurso por el momento, se realizó un folleto EPS realizado por el egresado Lic. Fernando Flores.

10) ¿En qué fecha o cuando se realizó la última reforma curricular?

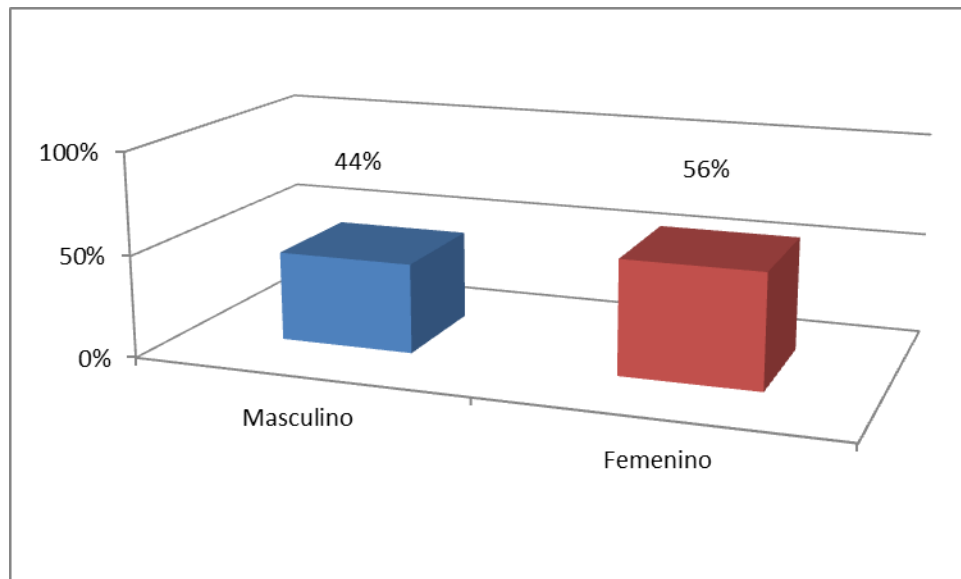
No ha habido modificaciones, ha habido ajusten en el nivel de adecuación curricular (Pénsum de Periodismo).

1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados

Vaciado de encuesta

CARRERA - GRADO	PERIODISTA			PUBLICISTA			LOCUTOR			LICENCIATURA	TOTAL
	VESPERTINA	NOCTURNA	SABATINA	VESPERTINA	NOCTURNA	SABATINA	VESPERTINA	NOCTURNA	SABATINA	EPS UNICA	
9o. Semestre		16	34	5	24	81		4	23		187
7o. Semestre	3	13		18	33		1	16			84
EPS Licenciatura										83	83
	3	29	34	23	57	81	1	20	23	83	354

Género – No.1

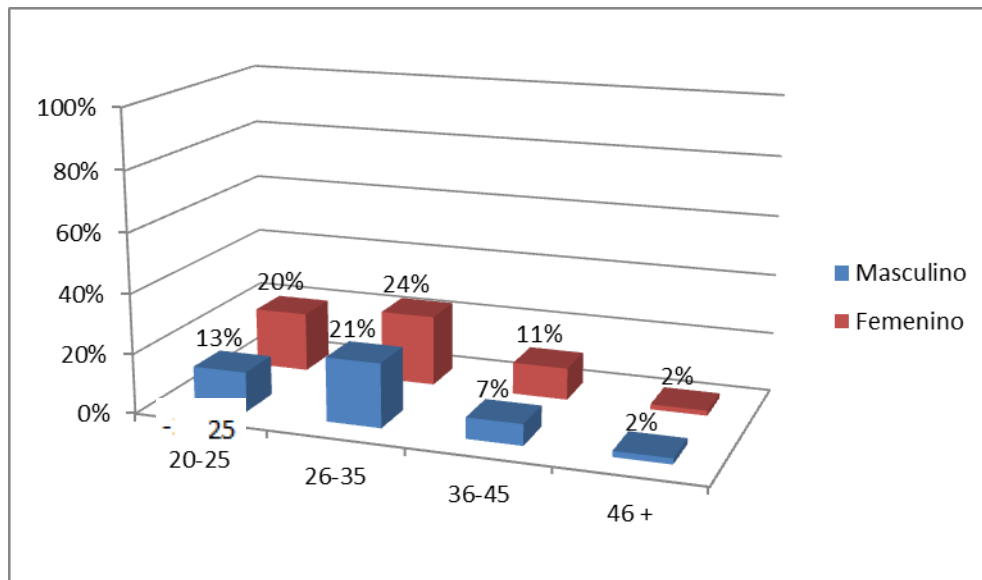


Gráfica No. 1

-Fuente: Carlos Castellanos, Marzo 2016-

La relación de géneros entre los egresados del nivel técnico y licenciatura no es muy distante, aunque tienen mayor representación por el sexo femenino, lo cual nos permite tener un referente sobre la psicología que se deberá manejar en cuanto a las estrategias que se plantearán.

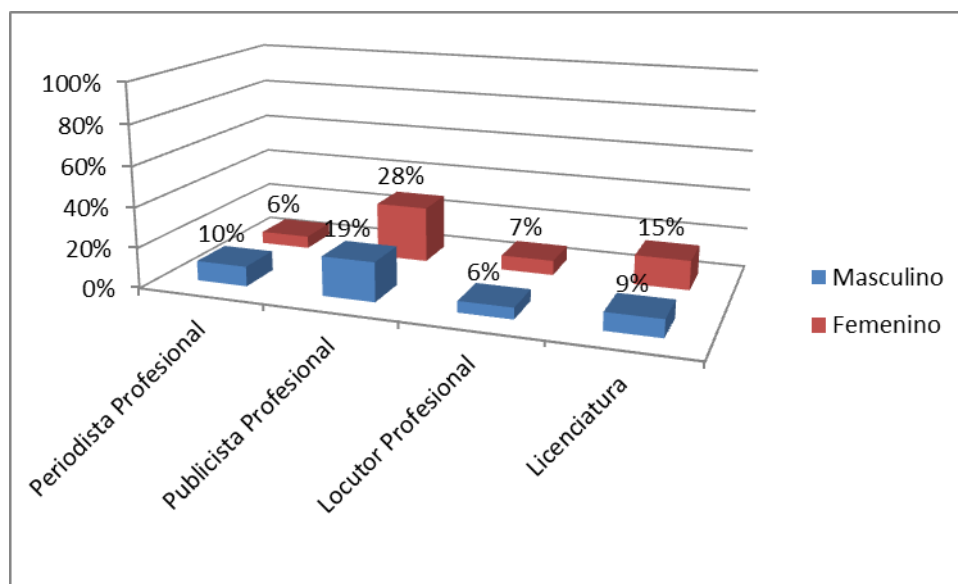
Edades – No.2



Gráfica No. 2
--Fuente: Carlos Castellanos, Marzo 2016--

La presente gráfica nos refleja que la mayoría de estudiantes egresados de la E.C.C. de acuerdo a la muestra, oscilan entre los 26 a 35 años; podemos interpretar que el sexo femenino tiene un porcentaje del 20% en el rango de edad de – de 25 años, lo cual nos indica que su mayoría son estudiantes son jóvenes y estos parámetros nos dan la pauta a desarrollar estrategias que cubran este perfil de comprensión en diferencia a una edad más adulta que oscila entre los 36 años en adelante.

Carreras / Grado – No.3

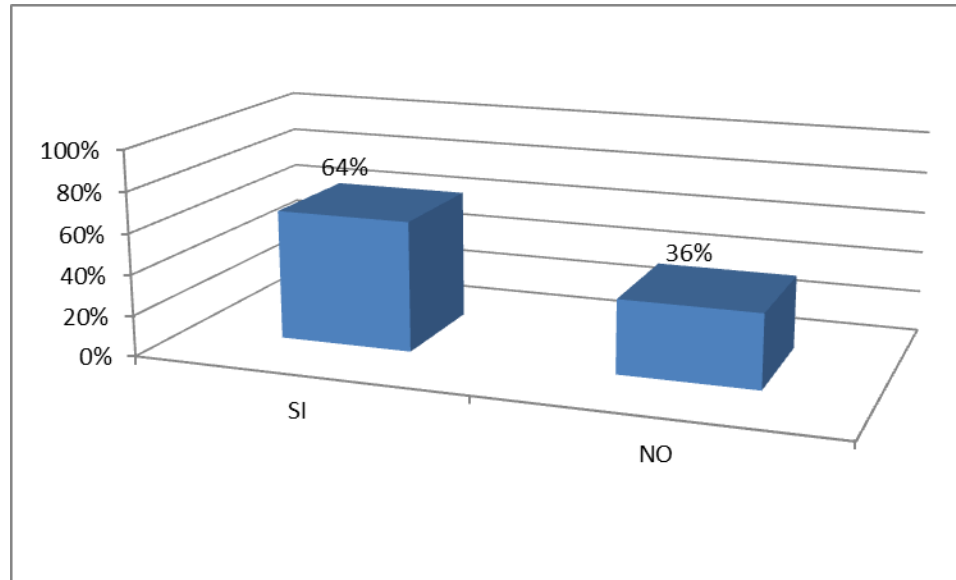


Gráfica No. 3
-Fuente: Carlos Castellanos, Marzo 2016-

La gráfica No. 3 nos permite comprender la perspectiva desde la cual podremos trazar nuestras estrategias, considerando las áreas de especialización de los estudiantes egresados, por ejemplo, existe un 28% de mujeres que actualmente se han graduado de publicistas profesionales en relación a los hombres con un 19%; al comparar esta relación con las demás carreras, podemos notar que las carreras con más afluencia son la de publicidad lo cual nos permite establecer un perfil comunicacional orientado a estas áreas académicas.

Preguntas:

1. ¿Ha escuchado o leído sobre el tema de Reforma Curricular?

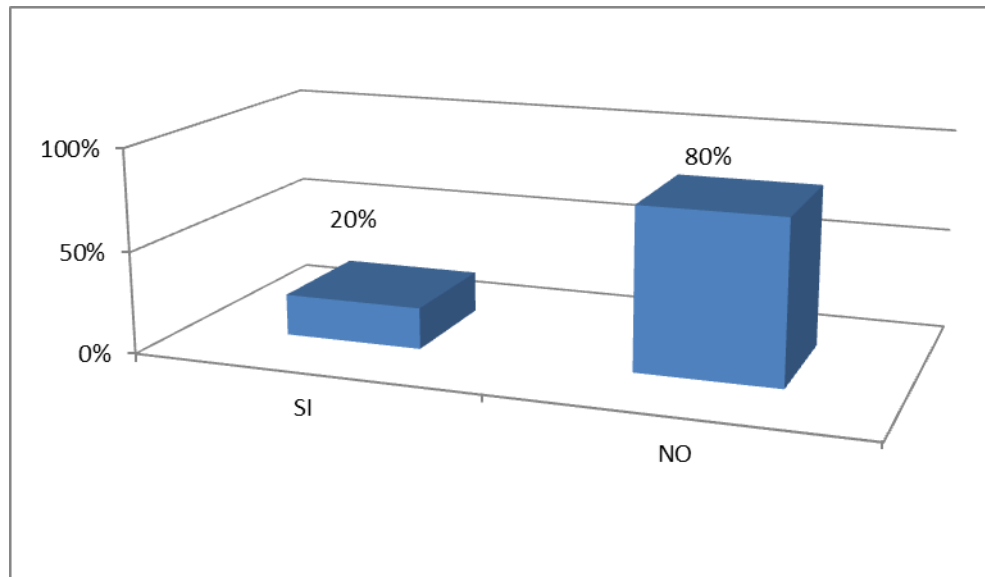


Gráfica No. 4

-Fuente: Carlos Castellanos, Marzo 2016-

El 64% de los egresados encuestados dicen tener conocimiento del tema y un 36% no. Podemos interpretar que el trabajo de investigación que se ha realizado en años anterior en cuanto al tema ha dado cierto fruto el cual es momento para fortalecer y así elevar el nivel de conocimiento dentro de la población estudiantil de egresados.

2. ¿Sabía usted que en la Escuela de Ciencias de la Comunicación existe un departamento dedicado al tema de "Reforma Curricular"?

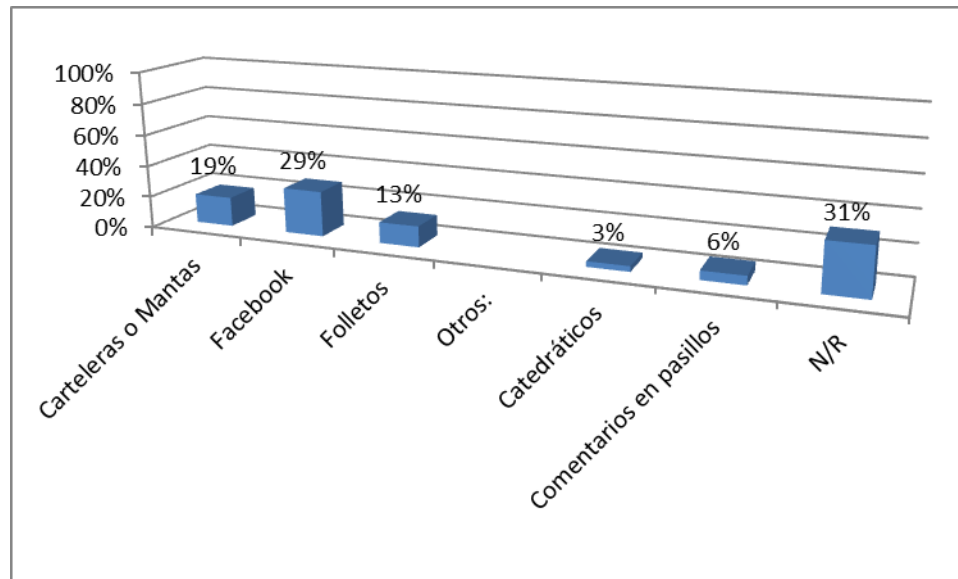


Gráfica No. 5

-Fuente: Carlos Castellanos, Marzo 2016-

El 80% de estudiantes egresados dice no tener conocimiento sobre el Departamento de Evaluación y Mejoramiento Curricular, lo cual nos permite identificar que existe debilidad en esta área ya que si existe desconocimiento, esto no fortalece los lazos de identidad hacia el tema.

3. ¿Porque medios de comunicación ha conocido sobre el tema de "Reforma Curricular?"



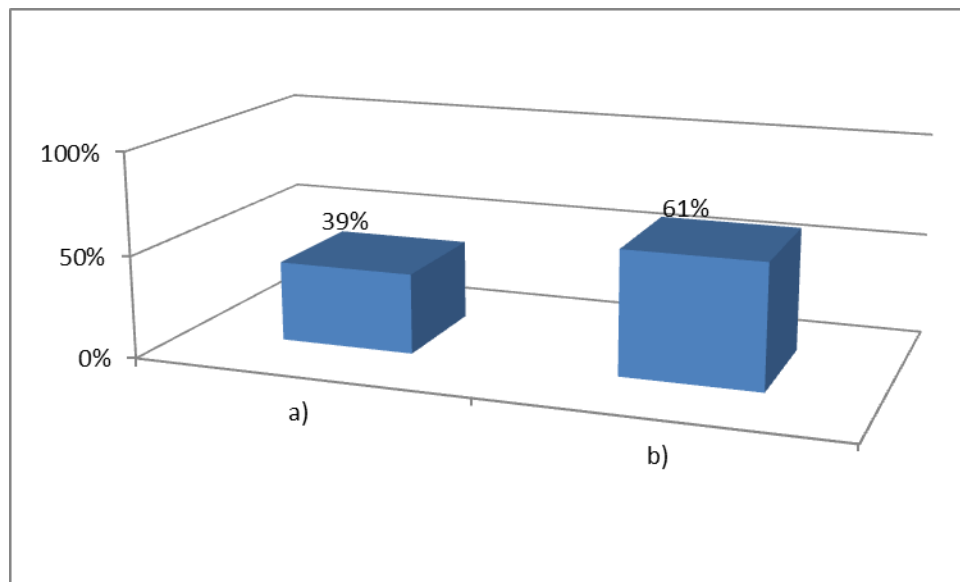
Gráfica No. 6

-Fuente: Carlos Castellanos, Marzo 2016-

El 29 % dice conocer el tema por medio de "Facebook", seguido por carteleras o mantas publicitarias con el 19%, pero el 31% dice no tener conocimiento sobre el tema por ningún medio de comunicación lo cual nos permite interpretar que es necesario crear y fortalecer nuevos medios de comunicación que se adapten un poco más a las posibilidades de los egresados de la E.C.C.

4. Para favor encierre en un círculo el concepto que usted cree que mejor defina lo que es la Reforma Curricular:

- a) "Es reformar el pensum de estudios, es decir; los cursos que definen una carrera".
- b) "Es el proceso mediante el cual la Escuela de Ciencias de la Comunicación, promueve la revisión de su currículum, con el propósito central de mejorar la calidad de sus egresados".



Gráfica No. 7

-Fuente: Carlos Castellanos, Marzo 2016-

El 61% de estudiantes egresados efectivamente comprenden el concepto que define correctamente el tema de la Reforma Curricular, lo cual, por ser una pregunta ambigua, es decir, nos permite evaluar el criterio cognoscitivo que tienen como referencia, el cual nos da la pauta a medir el nivel de fortalecimiento que se le dará a las estrategias comunicacionales existentes o las que se definan para ampliar este nivel de conocimiento y afianzarlo hacia un margen de "identidad institucional".

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA

En este apartado se pretende tener un panorama general de la situación a nivel infraestructura y organizacional de la ECC, también entre ellos los que afectan o benefician al Departamento de evaluación y mejoramiento curricular.

1.5.1. Fortalezas

- ✓ Comunicación con la Universidad de San Carlos y 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.
- ✓ La reforma curricular promueve la comunicación en la sociedad para la generación de profesionales de alto nivel.

1.5.2. Oportunidades

- ✓ Fortalecimiento del conocimiento de la reforma curricular.
- ✓ Comunicar a través de material impreso (trifoliales, afiches, etc.).
- ✓ Comunicar y reforzar el uso de la paginas web.
- ✓ Cartelera informativa del departamento de evaluación y mejoramiento curricular.
- ✓ Desarrollar una campaña de activación e información sobre la Reforma Curricular.
- ✓ Dar seguimiento y fortalecimiento a la imagen institucional de la Reforma Curricular.

1.5.3. Debilidades

- ✓ La cartelera informativa se retiró de las instalaciones de la ECC, y ya no hubo renovación de material impreso con información referente a la reforma curricular.
- ✓ Desconocimiento en el medio de las oportunidades y beneficios de realizar una reforma curricular.
- ✓ El Departamento de Departamento de Evaluación y Mejoramiento Curricular no tiene presencia institucional.

1.5.4. Amenazas

- ✓ Falta de comunicación a la sociedad de los beneficios de una reforma curricular los avances son poco ágiles.

- ✓ Escasos recursos para realizar campañas informativas y publicitarias.

- ✓ Poca participación de estudiantes y egresados.

CAPITULO II

2. PLAN DE COMUNICACION

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

El Departamento de Evaluación y Mejoramiento Curricular se encuentra actualmente funcionando dentro del Departamento de Coordinación Académica, el cual busca evaluar y mejorar constantemente el currículo de las 4 carreras, promoviendo la participación de los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación -ECC- dentro del marco de la “Reforma Curricular”; de tal razón en el año 2013 se realizó la primer adecuación al currículo de periodismo, exigiendo una revisión profunda de la misma, lo que permitió determinar la influencia que tiene dicha transformación en el desarrollo del proceso de formación docente y académica de los estudiantes de las distintas ramas como lo son Publicidad Profesional, Periodismo Profesional, Locución Profesional y Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

En el año 2014, se conceptualizó gráficamente el tema de la Reforma Curricular por el licenciado Fernando Flores, epesista en ese entonces, y se crearon los primeros materiales comunicacionales para acercar al estudiante de la ECC al tema en mención, entre estos materiales podemos mencionar un logotipo, folleto de información, fan page en facebook y una manta vinílica.

Los resultados del diagnóstico que dan soporte al presente plan de comunicación, reflejaron que no tienen conocimiento pleno los estudiantes egresados al respecto a la reforma curricular, aunque dicen identificar el tema de “Reforma Curricular” a nivel visual, las encuestas reflejaron debilidad en cuanto a la cantidad de información que se tiene al respecto ya que un poco más del 50% relacionaron el concepto de “Reforma Curricular” por una manta vinílica ubicada en el edificio M-2, sin embargo, no se han respondido encuestas electrónicas de la página y hay un 28% que no respondieron a la pregunta

posiblemente por desconocer el tema en cuestión lo cual refleja que no hay suficiente información sobre la Reforma Curricular que permita activar dicha participación.

Podemos afirmar que no existe un plan de divulgación e información constante sobre el tema, lo que limita la atención y participación del estudiante egresado de la forma esperada que es el responder la encuesta electrónica que servirá para reunir la opinión de los estudiantes egresados.

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo General:

Fortalecer el proceso informativo y divulgativo de la Reforma Curricular para persuadir a los estudiantes egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala sobre la importancia de la participación en el tema de Reforma Curricular.

2.2.2. Objetivos Específicos:

- Persuadir a los egresados a que participen en la página web Reforma 360.
- Elaborar material impreso informativo de la Reforma Curricular ECC.

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

Estudiantes egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, en las carreras de Publicidad, Periodismo, Locución y Licenciatura en Ciencias de la Comunicación comprendidos entre las edades de 20 a 35 años ambos sexos quienes representan el mayor porcentaje en rangos de edad según las encuestas realizadas.

2.4. EL MENSAJE

Para dar continuidad al proceso de fortalecimiento a la Reforma Curricular 360°, se plantea un nuevo concepto con el slogan "Ingresar al cambio". La frase anterior es una exhortación al estudiante egresado y que lo invita activamente a participar en el proceso de diagnóstico de la reforma curricular, persuadiendo al público objetivo a entrar a la web y ser parte del cambio.

2.5. ESTRATEGIAS

- 1) Fortalecimiento de la imagen institucional.
- 2) Plan de divulgación e información.

2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN

2.6.1 Estrategia No. 1 " Fortalecimiento de la imagen institucional"

El objetivo en esta estrategia es fortalecer la imagen visual que tiene actualmente el tema de Reforma Curricular a través de presentar un nuevo concepto gráfico que armoniza con el anterior, dando una secuencia visual fresca y actualizada. Con ello, se busca revitalizar el tema de Reforma Curricular e invitar a estudiantes egresados a participar ingresando al link de encuesta www.reforma360.org, a continuación se detallan las acciones pensadas:

2.6.1.1 Banner Stand / Roll Up (medida standard)

Es una herramienta utilizada para la publicidad en el punto de venta (POP) que permite captar la atención del grupo objetivo para informar las características principales del servicio, en este caso, se empleará para captar la atención de los estudiantes egresados indicándoles donde encontrar más información del tema y persuadiéndolos a ingresar a la encuesta que fortalece el proceso de la reforma curricular.

Contenido:

- Encabezado: ENCUESTA PARA EGRESADOS
- Texto: PARTICIPA EN www.reforma360.org
- Logotipo 360°
- SLOGAN: "Ingresa al cambio"
- LOGO DE LA ECC

ENCUESTA PARA EGRESADOS

PARTICIPA EN
www.reforma360.org



INGRESA
AL CAMBIO



*Banner Stand versión Roll Up,
epesista Carlos Castellanos 2016*

2.6.2 Estrategia No. 2 "Plan de divulgación e información"

Para esta estrategia, se propone divulgar, persuadir y fortalecer el proceso de la toma de opiniones de los estudiantes egresados a través de informar y orientar sobre el tema, con la finalidad de que el grupo objetivo participe activamente ingresando al sitio web de la reforma curricular a través de las siguientes acciones.

2.6.2.1 Boletín electrónico:

Es un método publicitario efectivo a bajo costo para difundir un mensaje de forma masiva y directa, en este caso, será el recurso para los egresados de la ECC Para fortalecer el mensaje y se trasladara cápsulas la información general de la reforma curricular, ubicando al final una cápsula con la invitación para participar ingresado a www.reforma360.org. Dicho material se enviará por correo electrónico a una base aprox. de más 700 egresados de la ECC.



REFORMA 360° NOTICIAS

Bienvenidos al CAMBIO

Qué es la REFORMA CURRICULAR?

Es el proceso mediante el cual la Escuela de Ciencias de la Comunicación, promueve la revisión de su currículo, con el propósito central de mejorar la calidad de sus egresados.

Reformar el currículo es una acción permanente, dadas las condiciones cambiantes de la realidad, tanto a nivel de las demandas de la sociedad y el perfil del ciudadano guatemalteco, como a nivel de los requerimientos planteada por el cambiante mundo de la comunicación.

A lo largo de cada periodo de cuatro años, debe acumularse información para realizar un diagnóstico que facilite, en el quinto año, la elaboración de una propuesta que supere las deficiencias encontradas. Estos procesos son acompañados por la comunidad educativa (estudiantes, personal académico y administrativo) para garantizar:

- Un diagnóstico objetivo y participativo
- Una propuesta realista, viable y moderna
- Una estructura funcional con mecanismos de verificación y acompañamiento para su exitosa puesta en marcha, y la búsqueda de nuevos problemas para el diagnóstico del siguiente ciclo.

Por qué hacer una REFORMA CURRICULAR?

INGRESA AL CAMBIO

ENCUESTA PARA EGRESADOS

Te invitamos a participar **todo noviembre** ingresando a www.reforma360.org/encuestas-egresados/ para encontrar el enlace correspondiente a tu último grado académico aprobado:

- Periodismo Profesional
- Locución Profesional
- Publicidad Profesional
- Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

POR FAVOR REENVÍA ESTE CORREO A OTROS EGRESADOS

"Id y enseñad a todos"

www.reforma360.org



*Boletín informativo,
epesista Carlos Castellanos 2016*

2.6.2.2 Trifoliar informativo:

Es una herramienta informativa que además de producir un impacto visual a través una combinación equilibrada de imágenes e información estéticamente también permitirá enumerar los puntos más importantes que necesitamos resaltar sobre el tema de Reforma Curricular para lograr un buen fortalecimiento.

- **Contenido**

- En la portada muestra la dirección de la Reforma Curricular seguido de la frase "Ingresar al cambio".
- Logotipo de 360°
- En el interior contiene una introducción sobre Reforma Curricular, la invitación a participar ingresando en la página web y su importancia.
- En la contraportada se reitera la dirección de la página web de la Reforma Curricular. También se adjuntan los logotipos de la Reforma Curricular y de la ECC.



Trifolear imagen superior “tiro” e imagen inferior “retiro”, epesista Carlos Castellanos, 2016



INGRESA AL CAMBIO

Qué es la REFORMA CURRICULAR?

Es el proceso mediante el cual la Escuela de Ciencias de la Comunicación, promueve la revisión de su currículo, con el propósito central de mejorar la calidad de sus egresados.

El currículo 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:

- Estudiantes
- Docentes
- Desarrollo Curricular
- Gestión Académica
- Recursos Educativos

Cómo puedo PARTICIPAR en la REFORMA?

El Diagnóstico tiene el propósito de generar datos e información que será la base para la actividad central y culminante del proceso.

Te invitamos a participar ingresando a www.reforma360.org/en-cuestionas-egresados/ para encontrar la encuesta correspondiente a tu último grado académico aprobado:

- Periodismo profesional
- Locución profesional
- Publicidad profesional
- Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Es importante que te identifiques, plenamente, para que seas responsable de tus respuestas. Además lo que se busca son tendencias de opinión, por lo que nunca se mencionará un nombre o dato particular.

INGRESA AL CAMBIO

ENCUESTA PARA EGRESADOS
www.reforma360.org

IMPORTANCIA de INGRESAR al CAMBIO

La participación de egresados es vital, porque se considera como uno de los principales componentes que da sentido a la existencia del currículum. Además, se espera que el proceso se beneficie al contar con la capacidad y madurez de cada estudiante egresado.

También es un sector menos propenso a compromisos personales o partidistas, por lo que puede convertirse en un vigilante y garante de toda la Reforma Curricular.

PARTICIPA en la Reforma Curricular de nuestra Escuela Ciencias de la Comunicación

¡Qué no decidan por ti!



CAPITULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN DE COMUNICACIÓN

3.1 PROYECTO DESARROLLADO

“Plan comunicacional para el fortalecimiento de la Reforma Curricular de la ECC – USAC”.

3.1.1. Financiamiento

Para una mejor comprensión en la ejecución de los recursos económicos, materiales y humanos hacemos un comparativo del presupuesto proyectado con el presupuesto final:

Presupuesto proyectado

Cantidad	Descripción	Recursos	Costo Unitario	Total
1	Diseño de Trifoliar	Diseñador gráfico	Q700.00	Q700.00
1	Diseño de Banner Stand /Roll Up	Diseñador gráfico	Q300.00	Q300.00
1	Diseño y Diagramación de boletín electrónico	Diseñador gráfico	Q200.00	Q200.00
500	Impresión de trifoliales full color tamaño carta	Impresión en papel bond	Q1.00	Q500.00
2	Banner Stand 0.60 x 1.5 mts.	Banner vinílico más estructura	Q195.00	Q390.00
1	Diagnóstico de comunicación interna	Epesista	Q12,500.00	Q12,500.00
1	Asesoría en Comunicación	Epesista	Q10,000.00	Q10,000.00
Costo estimado total del proyecto				Q24,590.00

Presupuesto ejecutado

Cantidad	Descripción	Recursos	Costo U.	Total	Financiamiento
1	Diseño de Trífoliar	Diseñador gráfico	SIN COSTO	SIN COSTO	DONATIVO
1	Diseño de Banners Stand /Roll Up	Diseñador gráfico	SIN COSTO	SIN COSTO	DONATIVO
1	Diseño y Diagramación de boletín electrónico	Diseñador gráfico	SIN COSTO	SIN COSTO	DONATIVO
600	Impresión de trífoliares uncolor tamaño carta	Impresión en papel couché	Q 2.17	Q 1,300.00	EPESISTA
1	Banner Stand Roll Up 0.80 x 2 mts.	Banner vínico más estructura	Q 525.00	Q 525.00	EPESISTA
1	Activación de pagina host pagina web anual	Sitio o espacio en la Web Internet	Q 195.00	Q 195.00	EPESISTA
1	Diagnostico de comunicación interna	Epesista	SIN COSTO	SIN COSTO	EPESISTA
1	Asesoría en Comunicación	Epesista	SIN COSTO	SIN COSTO	EPESISTA
TOTAL DE GASTOS				Q 2,020.00	

Al analizar los cuadros anteriores, la mayor parte de los gastos fueron cubiertos por el Epesista y se realizó un donativo por conceptos de servicios de diseño gráfico.

3.1.2. Presupuesto

Durante la ejecución del proyecto, existieron algunas diferencias entre los rubros estimados y los gastos, en especial, aquellos destinados a la impresión. Estas diferencias se debieron a cambios realizados en la cantidad de colores, material y número de reproducciones realizadas. En el caso de los rubros de impresión de trífoleares, se consiguió mantener los colores que representan la imagen visual de la Reforma Curricular, al realizar los trífoleares a color y en papel couché. Además, se solicitaron entregar 100 ejemplares extras al cálculo inicial. Similar caso, sucedió con el banner, el cual cambió de proporciones, incrementando el costo final. También, surgió la necesidad de pagar la activación para host del sitio web, para continuar el adecuado funcionamiento página y así evitar inconvenientes a la hora de ingresar.

3.1.3 Beneficiarios

Estudiantes egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, en las carreras de Publicidad Profesional, Periodismo Profesional, Locución Profesional y Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

3.1.4 Recursos Humanos

Personal	Puesto	Actividad
Carlos Castellanos	Epesista	Organización, Logística, aportar insumos.
Licda. Valeria Indekeu	Diseñadora Gráfica	Diagramación de material publicitario
Lic. Hugo René Pérez Caal	Coordinador del Departamento de Evaluación y Mejoramiento Curricular	Aprobación de materiales elaborados

3.1.5. Área Geográfica de Acción

La ejecución del Plan de Comunicación se realizó en el Campus Central, Ciudad Universitaria de la zona 12, en el perímetro de la Escuela de Ciencias de la Comunicación que abarca dos edificios que son: el M-2 y Bienestar Estudiantil.

3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

3.2.1. Estrategia No. 1 “Fortalecimiento de la imagen institucional”

Al tomar en cuenta que el objetivo de esta estrategia es fortalecer la imagen visual que tiene actualmente el tema de Reforma Curricular, se buscó que en cada acción implementada se respetará el concepto de la imagen institucional establecida. Por tanto, se utilizaron los 4 colores representativos de la Reforma Curricular en todos los elementos gráficos, (letras del slogan, en las imágenes de cursores en forma de mano, etc.).

También se utilizó el slogan Ingresa al Cambio con doble propósito: como lema para invitar a los estudiantes a participar en la Reforma Curricular y como invitación para ingresar y participar en la encuesta electrónica.

En cuanto respecta a la distribución, se movilizó el Banner a diferentes instancias relacionados con el grupo objetivo, siendo las principales el Depto. de Estudios de Postgrados, en el edificio de Bienestar Estudiantil y la entrada al edificio M-2.

3.2.1.1 Acciones desarrolladas para la estrategia No. 1:

A) Banner Stand / Roll Up (medida standard): El Banner fue ubicado en las entradas a distintas unidades y departamentos académicos de la ECC relacionadas con el grupo objetivo, siguiendo el objetivo de reforzar la imagen institucional a distribuirlo en puntos estratégicos.



- Imágenes de entrega de Banner y trifoleares al Lic. Hugo Caal.
Fuente Epesista Carlos Castellanos 2016 -

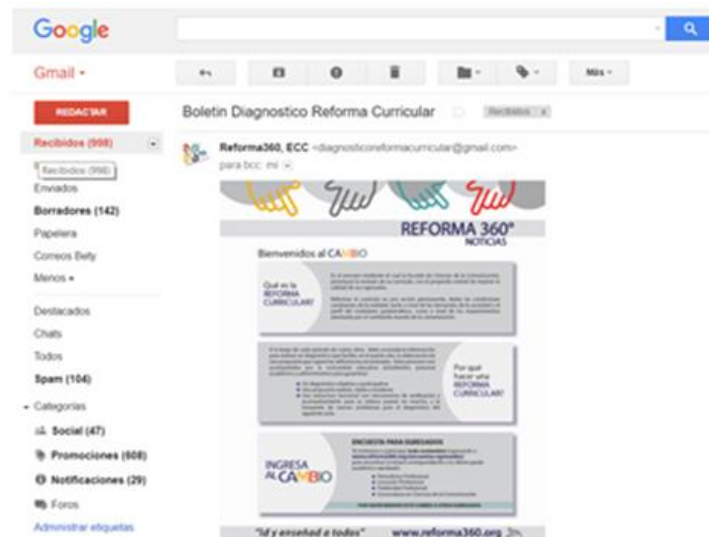
3.2.2 Estrategia No. 2 “Plan de divulgación e información”

Esta estrategia promovió la participación del estudiante egresado sobre el tema de la reforma curricular a través de reforzar el conocimiento de la misma, a su vez que se invitó al grupo objetivo a completar la encuesta electrónica ubicada www.reforma360.org.

3.2.2.1 Acciones desarrolladas para la estrategia No. 2:

A) Boletín informativo electrónico: Es una herramienta bastante efectiva en estos tiempos debido al aumento de usuarios de la Web, y apoyada con la estrategia del Banner Stand atrajeron la atención para visitar el link de Reforma Curricular lo cual permitirá fortalecer la información hacia nuestros egresados.

El contenido sería el mismo es con la imagen de Reforma 360° fortaleciendo el mensaje y se diagramó en cápsulas informativas sobre la reforma curricular. Su distribución se realizó por correo electrónico, contando para ello con una base aprox. de más 700 egresados de la ECC.



*Ilustración' – boletín electrónico -
Fuente Epesista Carlos Castellanos 2016-*

B) Trifolear informativo: Para su distribución, se entregaron 600 trifoleares a distintas unidades y departamentos relacionados con la población estudiantil egresada. También se repartieron a estudiantes egresados de carreras técnicas dentro del edificio de Bienestar Estudiantil y M-2.



- Impresión final de Trifolear "Tiro",
epesista Carlos Castellanos, 2016 –



- Impresión final de Trifolear "Retiro",
epesista Carlos Castellanos, 2016 -



- Entrega de trifoleares al Lic. Sergio Morataya, Director de la ECC
Fuente Epesista Carlos Castellanos 2016 –



- Entrega de trifoleares al Depto. de Estudios de Posgrado.
Fuente Epesista Carlos Castellanos 2016 -



-Entrega de trifoleares a estudiantes egresados
Fuente Eneista Carlos Castellanos 2016-

3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

No.	ACTIVIDAD	Mayo					Junio				Julio
		del 2 al 8	del 9 al 15	del 16 al 22	del 23 al 29	del 30 al 5	del 6 al 12	del 13 al 19	del 20 al 26	del 27 al 03	del 04 al 10
1	Recolección de información para materiales										
2	Definir imagen grafica conceptual										
3	Validación sitio web Reforma 360										
4	Redacción de información trifoliar										
5	Diseño de materiales graficos										
6	Entrega y despliegue de Roll Up										
7	Despliegue de trifoliareas										
9	Envio de Boletín informativo										
10	Evaluación y monitoreo del plan										

3.4 TABLA DE CONTROL Y SEGUIMIENTO

ESTRATEGIA	INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
<p>Estrategia No.1</p> <p>Fortalecimiento de la imagen institucional</p> <p>Acción 1: Implementación de Banner / Roll Up</p> <p>Objetivo: Revitalizar la imagen visual que tiene actualmente el tema de Reforma Curricular a través del empleo de material POP que invitó a los estudiantes egresados a ingresar al link de encuesta www.reforma360.org</p>	<p>Se colocó 1 banner estilo Roll Up en las principales dependencias relacionadas con la población estudiantil egresadas, tal es el caso del Departamento de Estudio de Postgrados de la ECC ubicado en el edificio Bienestar Estudiantil, además de trasladarlo a la entrada al edificio M2 cerca del Depto. de Información de la ECC.</p> <p>El material logró captar la atención de más del 50% de los estudiantes que se acercaban a realizar trámites a dichas dependencias.</p>	<p>Al consultar al público objetivo sobre el material, éste comentó que le pareció interesante la iniciativa de contar con una encuesta electrónica para participar en la Reforma Curricular.</p> <p>Además, encontró agradable el diseño y el slogan de campaña.</p>

<p>Estrategia No.2: "Plan de divulgación e información"</p> <p>Acción 1: Envío de Boletín electrónico.</p> <p>Objetivo: se buscó persuadir a los estudiantes egresados a que participen contestando la encuesta ubicada en el sitio web de la reforma curricular.</p> <p>Acción 2: Entrega de trifoleares.</p> <p>Objetivo: se buscó persuadir a los estudiantes egresados a que participen contestando la encuesta ubicada en el sitio web de la reforma curricular.</p>	<p>Se enviaron el boletín en archivo digital a 746 direcciones de correo electrónico.</p> <p>Se imprimieron 600 trifoleares distribuidos de la siguiente manera:</p> <p>125 trifoleares a los estudiantes ubicados en los edificios de Bienestar Estudiantil y M-2, 150 al Departamento de Estudios de Posgrado, 100 al Depto. de Información de la ECC, 75 a Biblioteca de Bienestar Estudiantil, 100 a Secretaría de Control</p>	<p>Con respecto al boletín, el público objetivo considero interesante la invitación para participar a través de la encuesta localizada en la página web de la Reforma Curricular. También, ampliaron su conocimiento sobre el proceso de la Reforma Curricular y la importancia de su colaboración en la fase diagnóstica.</p> <p>En el caso de los trifoleares, el público objetivo expresó opiniones positivas en cuanto al mensaje de campaña. Cabe mencionar, que encontró el contenido de fácil lectura.</p>
--	--	---

	<p>Académico M2 y 50 Depto. de Evaluación y Mejoramiento de la Reforma Curricular.</p>	<p>También percibieron una imagen renovada de la Reforma Curricular.</p> <p>Y por último, les pareció interesante conocer que cuentan con la opción de contestar la encuesta localizada en la página web para participar en la Reforma Curricular.</p>
--	--	--

CONCLUSIONES

- 1) A través de las estrategias empleadas se provocó el interés de los estudiantes egresados y por tanto se promovió el fortalecimiento del diagnóstico en la Reforma Curricular de la ECC.
- 2) La carencia de recursos financieros y humanos dificultan la ejecución y el avance en el tema de Reforma Curricular, pesar de esfuerzos que realizan las actuales autoridades relacionadas con el proceso de mejora curricular.
- 3) El dar seguimiento a los procesos de divulgación e información sobre este tema es importante debido a que la ECC puede elevar su nivel de aceptación entre los estudiantes de Posgrado y así mismo, elevar el nivel académico en los nuevos estudiantes.
- 4) Los estudiantes de Posgrado no habían tenido suficiente información al respecto del tema la Reforma Curricular.
- 5) Canales de comunicación como el correo electrónico son medios eficientes para lograr un mayor alcance de los estudiantes egresados, en especial, para impulsar la participación del grupo objetivo en la fase de diagnóstico de la Reforma Curricular.
- 6) Resultado de las acciones concretadas, los estudiantes egresados conocen más acerca de la forma que pueden contribuir con la Reforma Curricular.

RECOMENDACIONES

- 1) La ECC debe fortalecer el Departamento de Evaluación y Mejoramiento Curricular con más personal y equipo tecnológico para su promoción, divulgación y evaluación.
- 2) Se deben generar más proyectos de comunicación e información para dar seguimiento al presente “Plan” abarcando el resto de estudiantes, fortaleciendo tanto a los que actualmente están estudiando, a los que están en posgrados y los que estén interesados en cursar carreras dentro de la E.C.C.
- 3) Es necesario estipular un presupuesto específico para Departamento Evaluación y Mejoramiento Curricular para su propia divulgación e investigación del tema.
- 4) Una alternativa eficiente es plantear estrategias en redes sociales que potencialicen el incremento en la participación de estudiantes en general.
- 5) Crear un mejor canal de comunicación interna entre los distintos departamentos que se inter relacionan con el de Evaluación y Mejoramiento Curricular para fortalecerlo.

GLOSARIO

1. **Componentes del currículo:** integrado por cinco elementos o factores: 1) Estudiantes, 2) Docentes, 3) Desarrollo Curricular, 4) Gestión Académica y 5) Recursos Educativos.
2. **Comunicación:** el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante el habla, escritura u otro tipo de señales. Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor destinado.
3. **Consejo Directivo:** es el máximo órgano administrativo-docente encargado tomar las decisiones en la Escuela de Ciencias de la Comunicación. 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.
4. **Coordinación Académica:** este órgano está destinado para el apoyo del cuerpo docente de la Escuela, propiciando su capacitación y orientando el desarrollo de los pénsum de acuerdo a las exigencias del mercado laboral, con sentido humano.
5. **Cronograma:** representación gráfica de un conjunto de hechos en función del tiempo.
6. **Currículum o currículo:** para efecto de este informe se tomará al currículum como el plan educativo que integra todas las acciones para lograr la formación profesional con calidad y pertinencia histórica, social, laboral y personal.

7. **Departamento de Evaluación y Mejoramiento Curricular:** su misión es velar por la actualización del pénsum de la ECC y se encuentra bajo la dirección de la Coordinación Académica de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
8. **ECC:** son las siglas utilizadas para referirse a la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
9. **Estrategia:** serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.
10. **Fases de la Reforma Curricular:** son las etapas que conforman el proceso de transformar el currículo a través de la cooperación de la comunidad educativa (estudiantes, personal académico y administrativo) para garantizar que la Reforma Curricular sea llevada con objetividad y confiabilidad.

Consta de cuatro etapas principales: 1) El diagnóstico 2) Elaboración de la propuesta 3) Puesta en marcha y acompañamiento 4) Planificación de la Reforma Curricular del nuevo ciclo.
11. **Fase diagnóstica de la Reforma Curricular:** es la etapa que acumula información para facilitar la elaboración de una propuesta que supere las deficiencias encontradas en el currículum actual de la ECC. El plan elaborado para el diagnóstico prevé la participación y la evaluación de los componentes necesarios para realizar el currículum; y cuyo resultado es un informe final que se servirá como referente para la fase de elaboración de una propuesta de currículum reformado.
12. **El material POP:** (Point of Purchase) es una categoría del Marketing que recurre a la publicidad puesta en los puntos de venta, busca generar una permanencia de la marca recurriendo a una gran variedad de objetos donde se puede imprimir o estampar información de la empresa o producto.

13. **Metodología:** conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica, un estudio o una exposición doctrinal.
14. **Público Objetivo:** grupo de personas específico a quienes se desea investigar o afectar en cuanto a gustos u opiniones sobre un tema específico.
15. **Reforma Curricular:** es el proceso mediante el cual la Escuela de Ciencias de la Comunicación, promueve la revisión de su currículo, con el propósito central de mejorar la calidad de sus egresados. Una de sus características principales lo constituye ser un proceso cíclico permanente, sujeto a las condiciones cambiantes de la realidad, tanto a nivel de las demandas de la sociedad y el perfil del ciudadano guatemalteco, como a nivel de los requerimientos planteados por el cambiante mundo de la comunicación.
16. **Sensibilizar:** hacer que una persona se dé cuenta de la importancia o el valor de una cosa, o que preste atención a lo que se dice o se pide.
17. **USAC:** son las siglas utilizadas para referirse a la Universidad de San Carlos de Guatemala.

BIBLIOGRAFÍA

- Urizar, C. (noviembre de 2011). Historia de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Guatemala, Guatemala.
- Mercedes Charles, septiembre de 1991 ,“El Diagnóstico de Comunicación: Gestor del Cambio”
- Mérida González, Aracelly Krisanda. Abril 2009. “Guía para elaborar y presentar la tesis”. Guatemala: editorial Arakris. 118 p.
- Paoli J. Antonio, (reimp. 2007) 138 p. Comunicación e Información: Perspectivas teóricas. 3ª. Edición México Trillas UAM, 1983.
- Evelyn Roxana de León Pérez, en el año 2012 “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”.
- Flores Barrios, Fernando Ismael, noviembre 2014 “Estrategia de Comunicación de la Imagen Institucional de la Reforma Curricular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación –USAC-“.
- Massoni, Sandra Hebe, 2007. Argentina “Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido”. 1ª. Ed.- Rosario: Homo Sapiens Ediciones. 224 p.
- Keith Davis/ John W. Newstrom, McGraw Hill, 2001 ”Comportamiento Organizacional
- Lemus Jiménez Rosmery “Relaciones Públicas y gestión administrativa”
- Litwin, Edith, "El currículo universitario: perspectivas teóricas y metodológicas para el análisis y el cambio", Revista Educación y Pedagogía, Medellín, Universidad de Antioquía, Facultad de Educación, vol. XVIII, número 46, año 2006.
- Reforma Universitaria, "Metodología para la Organización de la Reforma Universitaria de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Comisión multisectorial, octubre (2010-2012).

EGRAFÍA

- <http://metodologia02.blogspot.com/p/metodos-de-la-investigacion.html>
- www.razonypalabra.org.mx- REVISTA ELECTRONICA EN AMERICA LATINA ESPECIALIZADA EN COMUNICACIÓN “Razón y Palabra, México
- Web de la Revista Latina de Comunicación Social 18 – junio de 1999 “La Auditoria de Comunicación Interna”, España
- <http://www.tja.entelnet.bo/uteplan/planpag1.html>
- www.geocities.com/carcam2000/Comunicacionorganizational.pdf
Monografías.com “Servicio al Cliente”
- <http://html.rincondelvago.com/origen-elementos-y-tipos-de-comunicacion.html>
- <https://es.wikipedia.org>
- <http://www.usac.edu.gt/catalogo/comunicacion.pdf>.
- <http://www.usac.edu.gt/catalogo/comunicacion.pdf>
- <http://www.usac.edu.gt/catalogo/comunicacio.pdf>
- www.Reforma360.org.
- http://www.comunicacionusac.org/mision_vision.html
- <http://mps1.minproteccion-social.gov.co/evtmedica/linea%203.3/1.2tipos.html>
Web de la Revista Latina de Comunicación Social 18 – junio de 1999 “
La Auditoria de Comunicación Interna”, España, comunicación Descendente
- <https://prensacom.oerdpress.com/2015/12/05/estudiantes-de-comunicacion-social-pasion-u-obligacion/>
- <http://redgrafica.com/El-Material-P-O-P-y-su-utilidad>

ANEXOS

Transcripción completa de la entrevista



**Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) 2016
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación**



ENTREVISTA

- 1) ¿Cómo nace el Departamento de evaluación y mejoramiento curricular?
- 2) ¿Cuál es la finalidad de este departamento?
- 3) ¿Qué acciones o estrategias de comunicación se han realizado para dar a conocer la Reforma Curricular?
- 4) ¿Cuál es su relación jerárquica dentro de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?
- 5) ¿Por favor enumere las actividades que desempeña en su puesto de trabajo.
- 6) ¿Con qué equipo y suministros cuenta el Departamento de evaluación y mejoramiento curricular para el desempeño de sus funciones?
- 7) ¿Cuentan con algún elemento visual que identifique al Departamento?
- 8) ¿El Departamento de tiene algún presupuesto asignado para su funcionamiento?
- 9) ¿La Escuela de Ciencias de la Comunicación cuenta con algún órgano comunicativo por medio del cual se promueva la Reforma Curricular?
- 10) ¿En qué fecha o cuando se realizó la última reforma curricular?

Modelo de la Encuesta



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) 2016
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación



Instrumento Recolector de Datos

El presente instrumento se realiza únicamente con fines educativos dentro del proceso del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, con el objetivo de establecer un diagnóstico comunicacional de la Reforma Curricular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

La información recopilada será manejada de manera confidencial.

Aspectos Demográficos: (Marque con una "x" por favor)

Género	Edad	Carrera en que se graduó	Año de Graduación:
Masculino <input type="checkbox"/>	20- 25 <input type="checkbox"/>	Periodista Profesional <input type="checkbox"/>	_____
Femenino <input type="checkbox"/>	26 - 35 <input type="checkbox"/>	Publicista Profesional <input type="checkbox"/>	
	36 - 45 <input type="checkbox"/>	Locutor Profesional <input type="checkbox"/>	
	46 a más <input type="checkbox"/>	Licenciatura <input type="checkbox"/>	

1. ¿Ha escuchado o leído sobre el tema de Reforma Curricular?

SI___ NO___

2. ¿Sabía usted que en la Escuela de Ciencias de la Comunicación existe un Departamento dedicado al tema de "Reforma Curricular"?

SI___ NO___

3. ¿Porque medios de comunicación ha conocido sobre el tema de "Reforma Curricular"?

Carteleras o mantas___ Facebook___ Folletos___ Mencione otro_____

4. Para favor encierre en un círculo el concepto que usted cree que mejor defina lo que es la Reforma Curricular:

a) "Es reformar el pensum de estudios, es decir; los cursos que definen una carrera"

b) " Es el proceso mediante el cual la Escuela de Ciencias de la Comunicación, promueve la revisión de su currículum, con el propósito central de mejorar la calidad de sus egresados"


¡Gracias por participar!

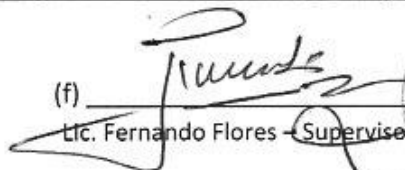



Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Carlos César Castellanos Minera
 No. De Carné: 9710435
 Jefe o Encargado (a): Lic. Hugo René Pérez Caal, Coordinador del Dep. de Evaluación y Mejoramiento Curricular, ECC, USAC.
 Institución o Empresa: Departamento de Evaluación y Mejoramiento Curricular
 Supervisor de EPSL: Lic. Fernando Flores

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 02 / Al: 06	Mayo	5	7	5	5	7	X	29 hrs.
2	Del: 09 / Al: 13	Mayo	7	7	7	7	7	X	35 hrs.
3	Del: 16 / Al: 20	Mayo	7	7	7	7	7	4	39 hrs.
4	Del: 23 / Al: 27	Mayo	7	7	7	7	7	X	35 hrs.
5	Del: 30 / Al: 03	Junio	7	7	7	7	7	X	35 hrs.
6	Del: 06 / Al: 10	Junio	7	7	7	7	7	X	35 hrs.
7	Del: 13 / Al: 17	Junio	5	6	6	6	6	X	29 hrs.
8	Del: 20 / Al: 24	Junio	5	5	5	5	5	X	25 hrs.
9	Del: 27 / Al: 01	Julio	5	5	5	5	5	X	25 hrs.
10	Del: 04 / Al: 08	Julio	5	5	5	5	5	X	25 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS								312	

(f) 
 Lic. Hugo Pérez Caal
 Dep. Evaluación y mejoramiento Curricular

(f) 
 Lic. Fernando Flores - Supervisor EPSL



Bienvenidos
al CAMBIO

Participa ingresando a
www.reforma360.org y
contesta la encuesta
para egresados



INGRESA
AL CAMBIO

ENCUESTA PARA EGRESADOS
www.reforma360.org



ENCUESTA PARA EGRESADOS
www.reforma360.org



INGRESA
AL CAMBIO





**INGRESA
AL CAMBIO**

Qué es la REFORMA CURRICULAR?

Es el proceso mediante el cual la Escuela de Ciencias de la Comunicación, promueve la revisión de su currículo, con el propósito central de mejorar la calidad de sus egresados.

El currículo 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:

- Estudiantes
- Docentes
- Desarrollo Curricular
- Gestión Académica
- Recursos Educativos

Cómo puedo PARTICIPAR en la REFORMA?

El Diagnóstico tiene el propósito de generar datos e información que será la base para la actividad central y culminante del proceso.

Te invitamos a participar ingresando a www.reforma360.org/encuestas-egresados/ para encontrar la encuesta correspondiente a tu último grado académico aprobado:

- Periodismo profesional
- Locución profesional
- Publicidad profesional
- Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Es importante que te identifiques, plenamente, para que seas responsable de tus respuestas. Además lo que se busca son tendencias de opinión, por lo que nunca se mencionará un nombre o dato particular.

IMPORTANCIA de INGRESAR al CAMBIO

La participación de egresados es vital, porque se considera como uno de los principales componentes que da sentido a la existencia del currículum. Además, se espera que el proceso se beneficie al contar con la capacidad y madurez de cada estudiante egresado.

También es un sector menos propenso a compromisos personales o partidistas, por lo que puede convertirse en un vigilante y garante de toda la Reforma Curricular.

PARTICIPA en la Reforma Curricular de nuestra Escuela Ciencias de la Comunicación

¡Qué no decidan por ti!



**INGRESA
AL CAMBIO**

ENCUESTA PARA EGRESADOS
www.reforma360.org





REFORMA 360° NOTICIAS

Bienvenidos al CAMBIO

Qué es la REFORMA CURRICULAR?

Es el proceso mediante el cual la Escuela de Ciencias de la Comunicación, promueve la revisión de su currículo, con el propósito central de mejorar la calidad de sus egresados.

Reformar el currículo es una acción permanente, dadas las condiciones cambiantes de la realidad, tanto a nivel de las demandas de la sociedad y el perfil del ciudadano guatemalteco, como a nivel de los requerimientos planteada por el cambiante mundo de la comunicación.

A lo largo de cada período de cuatro años, debe acumularse información para realizar un diagnóstico que facilite, en el quinto año, la elaboración de una propuesta que supere las deficiencias encontradas. Estos procesos son acompañados por la comunidad educativa (estudiantes, personal académico y administrativo) para garantizar:

- Un diagnóstico objetivo y participativo
- Una propuesta realista, viable y moderna
- Una estructura funcional con mecanismos de verificación y acompañamiento para su exitosa puesta en marcha, y la búsqueda de nuevos problemas para el diagnóstico del siguiente ciclo.

Por qué hacer una REFORMA CURRICULAR?

INGRESA AL CAMBIO

ENCUESTA PARA EGRESADOS

Te invitamos a participar **todo noviembre** ingresando a www.reforma360.org/encuestas-egresados/ para encontrar el enlace correspondiente a tu último grado académico aprobado:

- Periodismo Profesional
- Locución Profesional
- Publicidad Profesional
- Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

POR FAVOR REENVÍA ESTE CORREO A OTROS EGRESADOS

"Id y enseñad a todos"

www.reforma360.org

