

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA



**“DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN EXTERNA DEL DEPARTAMENTO DE
POSGRADOS DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

Linda Rocío Estrada Barrios

Previo a optar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, noviembre de 2018

Consejo Directivo

Director

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya

Representantes Docentes

Lic. Mario Capos

Lic. Gustavo Morán

Representantes Estudiantiles

Pub. Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Pub. Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados

M.A. Michael González Bátres

Secretaria Administrativa

M.Sc. Claudia Molina

Coordinador EPS Licenciatura

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



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

Guatemala, 10 de octubre de 2018

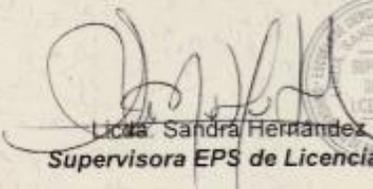
Estudiante
Linda Rocio Estrada Barrios
Carné: 200722508
Escuela de Ciencias de la Comunicación,
USAC

De mi consideración:

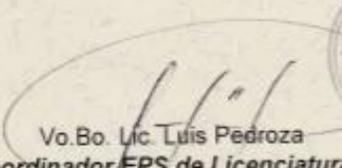
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final de su Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN EXTERNA DEL DEPARTAMENTO DE POSGRADOS DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA". El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual se emite **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y distribución digital del Informe Final de EPS de Licenciatura en 5 CD's con el documento en PDF los cuales deberá entregar en las instancias correspondientes para su archivo y publicación.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Sandra Hernández
Supervisora EPS de Licenciatura




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



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

Dedicatorias

A DIOS:

Sea la gloria y honra que me permite cumplir cada uno de mis objetivos y ver su respaldo sobre mí.

A MIS PADRES:

Miguel Angel Estrada Barlovento y Sonia Norma Barrios Lam de Estrada, por los consejos que me ayudan a dar lo mejor de mí, el apoyo en cada momento de mi vida, por el amor, paciencia y dedicación a mi persona y a mis hijas.

A MI ESPOSO:

Juan Enrique Cardona Escobar, por el amor, dedicación y apoyo brindado, con quien comparto este éxito.

A MIS HIJAS

Linda Ester y Hadasa Saraí, por ser mi orgullo y las bendiciones más deseadas y amadas que me inspiran a cumplir las metas trazadas.

A MIS HERMANOS:

Jairo David y Jose Daniel, por ser ejemplos a seguir, por el amor y apoyo incondicional.

Agradecimientos

A Dios por ver cumplida una de mis metas.

A la Universidad de San Carlos de Guatemala que me abrió sus puertas para pertenecer a esta gloriosa Universidad.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación por formarme profesionalmente.

A todos los docentes que compartieron sus conocimientos.

A Licenciada Sandra Hernández y Hernández que me guio en este proceso.

A Máster Gustavo Morán por el apoyo brindado.

A Licenciada Dinorah del Carmen Castillo González por su apoyo incondicional y una excelente profesional.

Índice

Resumen	I
Introducción	II
Justificación	III

Capítulo I

1. Diagnóstico.....	1
1.1. Objetivos del diagnóstico.....	1
1.1.1. Objetivo General.....	1
1.1.2. Objetivos Específicos.....	1
1.2. Institución.....	2
1.2.1. Ubicación Geográfica.....	2
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas.....	2
1.2.3. Antecedentes o Historia.....	3
1.2.4. Departamentos o Dependencias.....	4
1.2.5. Misión Institucional.....	5
1.2.6. Visión Institucional.....	5
1.2.7. Objetivos Institucionales.....	6
1.2.8. Público Objetivo.....	7
1.2.9. Organigrama.....	8
1.3. Metodología.....	10
1.3.1. Descripción del Método.....	10
1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección.....	11
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico.....	12
1.4. Recopilación de Datos.....	13
1.4.1. Ficha de entrevistas.....	13
1.4.2. Resultado de las entrevistas.....	15
1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados.....	16
1.4.4. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas.....	17
1.5. Radiografía de la Institución	21

1.5.1. FODA.....	21
------------------	----

Capítulo II

2. Plan de Comunicación.....	22
2.1. Antecedentes Comunicacionales.....	22
2.2. Objetivos de Comunicación.....	22
2.2.1. Objetivo General.....	22
2.2.2. Objetivo Específico.....	22
2.3. Público Objetivo.....	23
2.4. Mensaje.....	24
2.5. Estrategias y Acciones.....	25

Capítulo III

3. Informe de Ejecución.....	26
3.1. Proyecto Desarrollado.....	26
3.1.1. Financiamiento.....	26
3.1.2. Presupuesto Ejecutado.....	26
3.1.3. Beneficiarios.....	27
3.1.4. Recursos Humanos.....	27
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción.....	27
3.2. Estrategia y Acciones.....	27
3.3. Cronograma de las Actividades.....	29
3.4. Control y Seguimiento.....	30
Conclusiones.....	31
Recomendaciones.....	32
Glosario de términos.....	33
Bibliografía.....	36
Egrafía.....	36
Anexos.....	37
Anexo 1. Transcripción completa de las Entrevistas.....	37

Anexo 2. Modelo de la Encuesta.....	39
Anexo 3. Fotografías.....	40
Anexo 4. Anuncio Radiofónico.....	42
Anexo 5. Trifoliales.....	44
Anexo 6. Afiches.....	51
Anexo 7. Banners.....	52
Anexo 8. Ficha de Registro de Prácticas.....	53

Resumen

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

Objetivos del Proyecto:

General:

Presentar un plan de comunicación externa en el Departamento de Posgrados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Específicos:

- Elaboración de cuñas promocionales, pautas a través de medios escritos
- Creación de materiales impresos, banners, afiches, trifoliales para la divulgación de las maestrías
- Fortalecimiento de la comunicación externa

Sinopsis:

Se presentó un plan de comunicación externa en el Departamento de Posgrados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, donde se promocionó la imagen y las diferentes maestrías y doctorado que ofrece.

Introducción

El Departamento de Posgrados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, es la unidad académica encargada de los estudios especializados de maestrías y doctorado en la rama de comunicación, entre otras. Los estudios tienen programas con enfoque en el área social, así como en la rama institucional administrativa.

Previo a presentar el plan de comunicación, se logró recabar información relacionada al objeto de estudio. En la cual se puede observar que, dentro del Departamento de Posgrados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, cuenta con deficiencias de comunicación tanto internas como externas que impiden una mayor divulgación de los programas que ofrece, así como de imagen institucional.

Justificación

El proyecto realizado en el Departamento de Estudios de Posgrados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos otorga una solución a una de las necesidades básicas comunicacionales que soporten y promuevan la correcta utilización de la imagen externa.

Como suele suceder con muchas instituciones, no posee un correcto manejo de imagen externa, debido a la inexistencia de una línea gráfica, lo cual provoca que su imagen se perciba de manera dispersa, indefinida y poco atractiva.

La implementación de una correcta imagen externa permite que los materiales institucionales se encuentren unificados bajo un mismo diseño que facilita que sea fácilmente reconocida y recordada.

Capítulo I

1. Diagnóstico

Diagnóstico de Comunicación Externa del Departamento de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

1.1 Objetivos del Diagnóstico:

1.1.1 Objetivo General

Presentar un plan de comunicación externa en el Departamento de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

1.1.2 Objetivos específicos

- Analizar qué medios de comunicación externa utiliza para informar a los egresados de los programas de estudio que ofrece.
- Determinar las herramientas digitales y físicas que utiliza.
- Examinar la comunicación organizacional.
- Establecer un plan de comunicación externa para promover los distintos programas de estudios y la imagen institucional.

1.2 Institución

Departamento de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

1.2.1 Ubicación Geográfica

El Departamento de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación se encuentra ubicado en el primer nivel del edificio del Bienestar Estudiantil de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

En dicho edificio se albergan las oficinas administrativas del departamento; en el segundo nivel del mismo edificio se encuentra el salón donde se imparte clases de la Maestría en Comunicación Virtual.

El mismo hace anexo con el edificio M2, de la misma casa de estudios, en la cual funcionan los salones donde se imparten las otras maestrías.

1.2.2 Integración y Alianzas Estratégicas

Según la Normativa de Estudios de Posgrados (2014 p. 2) Artículo 8, establece que el Departamento de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala está integrado por los siguientes:

- a. El director (a) de la Escuela quien lo preside.
- b. El director (a) del Departamento de Estudios de Postgrado, quien actúa como secretario (a) y en ausencia del director (a) preside la reunión.
- c. Los coordinadores (as) de los Programas de Postgrado que se desarrollan.

1.2.3 Antecedentes o Historia

El Departamento de Posgrado, pertenece a la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, que según datos históricos la institución académica de comunicación empezó sus funciones en el año 1952 con la fundación de la Escuela Centroamericana de Periodismo.

Pero no fue hasta 1947 donde el Consejo Superior Universitario da su aprobación, y en el año 1951 en la celebración del Congreso Centroamericano de Periodismo, celebrado en la capital del El Salvador, se planteó la necesidad de hacer funcionar el centro regional de Periodismo. En donde gracias a los delegados, de esa ocasión, en el país de Guatemala quedó la sede principal de la Asociación de Periodistas de Guatemala.

En el año 1975 por los avances científico y la transformación de la sociedad del país la Escuela Centroamericana de Periodismo tomó una ruta mucho más científica, en donde la teoría, la práctica y los avances técnicos fueron el origen que dio paso a que la escuela decidiera separarse de la Facultad de Humanidades de la Universidad de San Carlos y el 26 de noviembre de 1975, el Consejo Superior Universitario acordó la creación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación para la carrera de cinco años, conforme las leyes universitarias.

El 8 de febrero de 1984 el Consejo Superior Universitario aprobó la creación de otras tres carreras intermedias: Fotografía Profesional, Locución Profesional y Publicista Profesional, de las cuales actualmente se imparten las últimas dos.

ECC-USAC, historia de la ECC, Recuperado de

<http://comunicacion.usac.edu.gt/quienes-somos/>

Después de la separación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Humanidades y la aprobación de nuevas carreras en 1984, la Escuela de Comunicación empezó nuevos cambios tanto en lo administrativo como en su formación profesional. A cuenta de ello surgió nuevas formas de profesionalización de los estudiantes, una de ellas es el surgimiento de Estudios de Posgrado, como lo vemos en la actualidad.

Según la Normativa de Estudios de Posgrado (2014 p.2) fue creado el 23 de mayo de 2008, según Punto Vigésimo Tercero del Acta 12-08 del Consejo Directivo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Ente encargado de dirigir los asuntos inherentes a la administración, organización, desarrollo y evaluación de programas de posgrado que ofrece el Departamento de Posgrado. Está sujeto a los normativos y reglamentos que rigen a la Universidad de San Carlos y a los acuerdos emanados por el Consejo Directivo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

1.2.4 Departamento o Dependencias

ECC-USAC (2014) Normativa de Estudios de Posgrado. Artículo 6, establece: Que, el Departamento de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación depende del Consejo Directivo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y se organiza con las instancias directivas y operativas, siguientes:

- a. El Consejo Académico de Posgrado
- b. La dirección del Departamento de Estudios de Posgrado.
- c. Las coordinaciones de los Programas de Posgrado,
- d. El personal docente,
- e. Asesores, Lectores, tutores y profesionales de apoyo
- f. Personal administrativo,
- g. Estudiantes.

1.2.5 Misión Institucional

La Escuela de Ciencias de la Comunicación, institución de educación superior articulada a la formación, investigación y la extensión de manera integral, participativa y propositiva, consolida de forma sostenible y estratégica con visión a 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 de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y los posgrados con especialidad en la materia.

1.2.6 Visión Institucional

La Escuela de Ciencias de la Comunicación es una institución de educación superior encargada de la formación de comunicadores con un alto sentido profesional, ético y competitivo, que responda a la demanda de una formación moderna y humanista, comprometida con la búsqueda del desarrollo integral de la Universidad y del país. Como podemos ver en la misión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, se incluye en la última línea a los posgrados. Sin embargo, se considera necesario que dicha misión pueda ser reforzada o bien ampliamente divulgada en el mismo Posgrado, como una manera de fortalecer los objetivos del área en mención.

Misión y Visión del Departamento

La misión y visión del Departamento de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, coadyuvan dentro de la misión y visión de la institución educativa de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Es pertinente mencionar que, el Departamento de Posgrados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, no cuenta con una visión y misión institucional propia, por

lo que sus principios se rigen a los generales de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

En la página web de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos, se puede visualizar en la pestaña “La ECC” la misión y visión de la institución, siendo este una parte fundamental de los principios con los que se rige el Departamento de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Escuela de Ciencias de la Comunicación, página general de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Recuperado de <http://comunicacion.usac.edu.gt/quienes-somos/>

1.2.7 Objetivo Institucional

Según las normativas de Posgrado de la Universidad de San Carlos de Guatemala de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Establece en su Artículo 3.

Objetivos 3.1 General, lo siguiente:

Elevar el nivel académico de los egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y disciplinas afines, para dar respuesta a la población, acerca de las necesidades de formación en el área del conocimiento de la comunicación en general y sus especificidades.

3.2 establece lo siguiente:

- a. Formar recurso humano a nivel de postgrado, capaz de asesorar, diseñar, planificar, ejecutar, dirigir y evaluar programas y propuestas de comunicación social en sus diferentes aplicaciones.
- b. Proponer herramientas teórico-metodológicas que permitan a los egresados aplicar los conocimientos de la ciencia y de la técnica para contribuir al desarrollo.
- c. Promover la investigación científica en el campo de la comunicación.

- d. Incentivar la investigación aplicada para proponer soluciones a los problemas comunicacionales del país.

1.2.8 Público Objetivo:

El Departamento de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, dirige sus distintas maestrías y doctorado a todo profesional/interesado que hayan cerrado o finalizado la Licenciatura en Comunicación, así como a estudiantes de carreras afines de las diferentes universidades del país.

La Escuela de Ciencias de la Comunicación a través de su Departamento de Posgrados ofrece las siguientes Maestrías con una duración de dos años;

- Maestría en Comunicación Organizacional
- Maestría en Comunicación Estratégica y Opinión Pública
- Maestría en Comunicación Virtual
- Maestría en Comunicación Publicitaria

Para los profesionales que deseen continuar con un doctorado, la Escuela de Ciencias de la Comunicación brinda estudios de Doctorado en Comunicación Estratégica y Social, con duración de tres años.

Según el Reglamento del Sistema de Estudios de Postgrado, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en el capítulo III, artículo 11 y 12, las Maestrías se definen y clasifican en:

Definición: Son los estudios en nivel de postgrado que se desarrollan sistemáticamente, con el propósito de proporcionar a los participantes el dominio científico y tecnológico de áreas específicas de la ciencia y las humanidades,

desarrollando las capacidades del profesional para el ejercicio de la especialidad y la investigación”

Clasificación: Las maestrías se dividen en dos categorías:

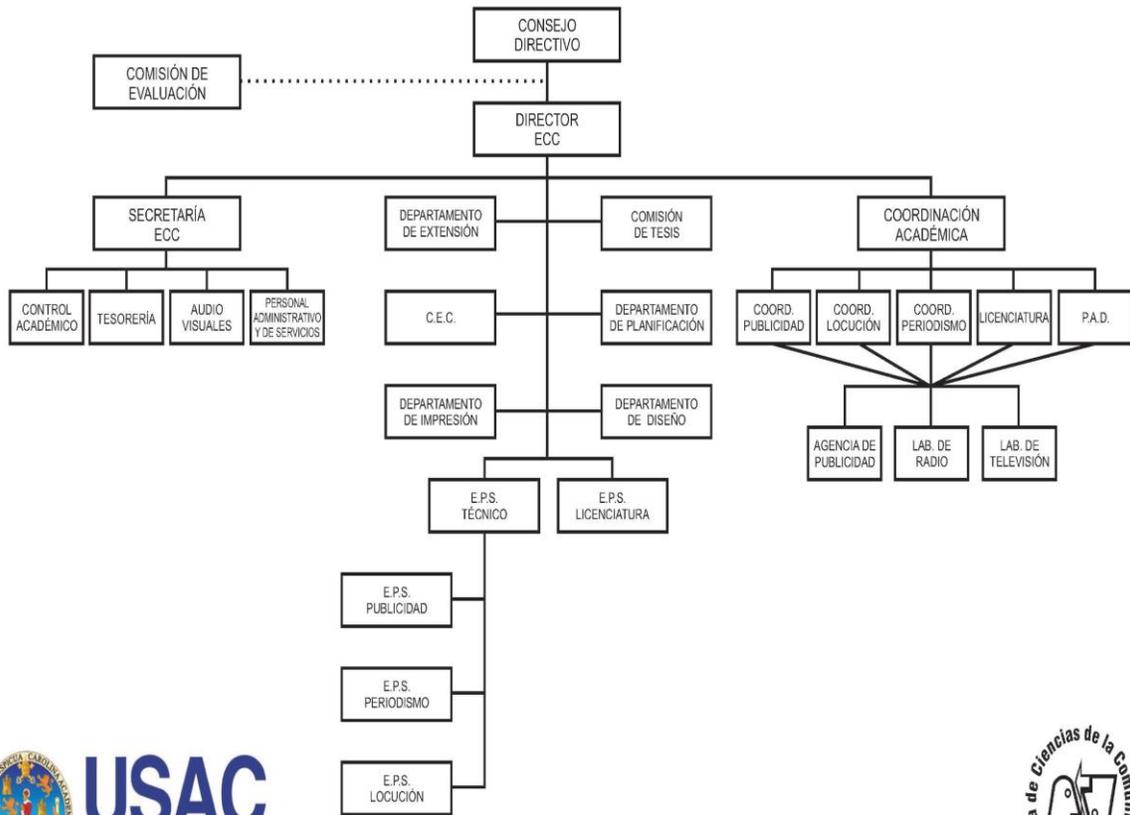
1. **Maestría en Ciencias:** Constituye el estudio sistemático de una especialidad, que proporciona a los participantes los conocimientos científicos y técnicos que contribuyen al enriquecimiento de su formación profesional orientado, a fortalecer su capacidad en el campo de la investigación científica para conducirlo a un nivel congruente con el grado que se pretende.
2. **Maestría en Artes:** Constituye el estudio sistemático de una especialidad, que proporciona a los participantes los conocimientos científicos y técnicos que contribuyen al enriquecimiento de su formación profesional, orientada a desarrollar su capacidad de aplicación de los conocimientos adquiridos en su campo de trabajo.

1.2.9. Organigrama

El Departamento de Posgrados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, no cuenta con un organigrama propio. El organigrama del Departamento de Posgrado coadyuva dentro del Organigrama de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

En la página web de la Escuela de Ciencias de la Comunicación se puede visualizar el Organigrama general de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

**ORGANIGRAMA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**



Fuente: <http://comunicacion.usac.edu.gt/organigrama/>

1.3 Metodología

1.3.1 Descripción del Método

(Sampieri, 2014, p.10) dice que el enfoque cualitativo busca principalmente la “dispersión” de los datos e información, mientras que en el enfoque cuantitativo pretende “acotar” intencionalmente la información (medir con precisión las variables del estudio, tener “foco”)

(Piloña, 2017, p .13) dice que la investigación cuantitativa/cualitativa o enfoque mixto, que este tipo de investigación reúne las ventajas de ambos enfoques ya que, sin perder las ventajas de cuantificar los datos, toma en cuenta los aspectos cualitativos del fenómeno.

Por tanto, se utilizó el método descriptivo cuantitativo y el cualitativo. Estos métodos nos permitirán exponer de forma sistemática las características que componen el fenómeno a estudiar, y conocer de forma directa los distintos elementos que conforman la problemática del objeto de estudio.

1.3.2 Técnicas e instrumentos de recolección

(Piloña, 2017, p.69) define la entrevista como un proceso por medio del cual dos o más personas entran en estrecha relación verbal con el objeto de obtener información fidedigna y confiable sobre todo o algún aspecto del fenómeno que se estudia.

Piloña agrega que la entrevista puede ser: Libre (No estructurada), o Dirigida (Estructurada)

(Sampieri, 2014, p.403) por su parte define la entrevista como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados).

(Piloña, 2017, p78) dice que el cuestionario Es un sistema ordenado de preguntas previamente planificadas para la recolección de información instrumento de la investigación de campo que consiste en un formato de preguntas, estructurado y codificado para facilitar su tabulación síntesis y análisis de los resultados.

Se utilizan los instrumentos de recolección de datos para obtener información como parte del diagnóstico comunicacional.

1.3.3 Cronograma de Diagnóstico

ACTIVIDAD		Tiempo de Duración			
		Enero		Febrero	
		3	4	1	2
1	Curso propedéutico				
2	Observación de problema comunicacional				
3	Recopilación de información de la institución				
4	Realización de entrevista a encargados del Departamento de Estudios de Posgrado ECC				
5	Realización de encuestas				
6	Redacción de FODA				
7	Elaboración y entrega del diagnóstico				

Fuente: <http://tufimnasiacerebral.com/herramientas-de-estudio/que-es-un-diagrama-o-grafica-de-gantt>

1.4 Recopilación de datos:

1.4.1 Ficha de la Entrevista



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



Fecha: 03/02/2018

Nombre: Licenciado Gustavo Adolfo Morán

Cargo: Director del Departamento de Posgrado

Tipo de entrevista: Semiestructurada

Objetivo de la entrevista comunicacional: Recopilar información para la elaboración del diagnóstico comunicacional.

1. ¿Considera que el Departamento de Posgrado de la ECC tiene mayor difusión de especialidades?
2. ¿El Departamento de Posgrado de la ECC cuenta con alguna estrategia de comunicación externa?
3. ¿El Departamento de Posgrado cuenta con espacios para difundir información relacionada a las maestrías?
4. ¿Considera que el Departamento de Posgrado cuenta con herramientas físicas para dar a conocer las especialidades?
5. ¿Considera que el Departamento de Posgrado tiene disponibilidad de los recursos financieros para realizar comunicación externa?
6. ¿Considera que es importante mantener informado a los egresados y profesionales de las distintas especialidades con las que cuenta el Departamento de Posgrado?
7. ¿Considera que la publicidad del Departamento de Posgrado ha tenido impacto en los profesionales y egresados?



Fecha: 03/02/2018

Nombre: María Alejandra Chicas Quevedo

Cargo: Secretaria / Contadora del Departamento de Estudios de Posgrado de la ECC

Tipo de entrevista: Semiestructurada

Objetivo de la entrevista comunicacional: Recopilar información para la elaboración del diagnóstico comunicacional.

1. ¿Considera que el Departamento de Posgrado de la ECC tiene mayor difusión de especialidades?
2. ¿El Departamento de Posgrado de la ECC cuenta con alguna estrategia de comunicación externa?
3. ¿El Departamento de Posgrado cuenta con espacios para difundir información relacionada a las maestrías?
4. ¿Considera que el Departamento de Posgrado cuenta con herramientas físicas para dar a conocer las especialidades?
5. ¿Considera que el Departamento de Posgrado tiene disponibilidad de los recursos financieros para realizar comunicación externa?
6. ¿Considera que es importante mantener informado a los egresados y profesionales de las distintas especialidades con las que cuenta el Departamento de Posgrado?
7. ¿Considera que la publicidad del Departamento de Posgrado ha tenido impacto en los profesionales y egresados?

1.4.2 Resultado de las entrevistas

Entrevista 1

El Departamento de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación no cuenta con una estrategia de comunicación externa, por lo tanto, no tiene mayor difusión la información a proporcionar, en virtud que se tiene ningún plan de comunicación externa para lograr el objetivo deseado.

Entrevista 2

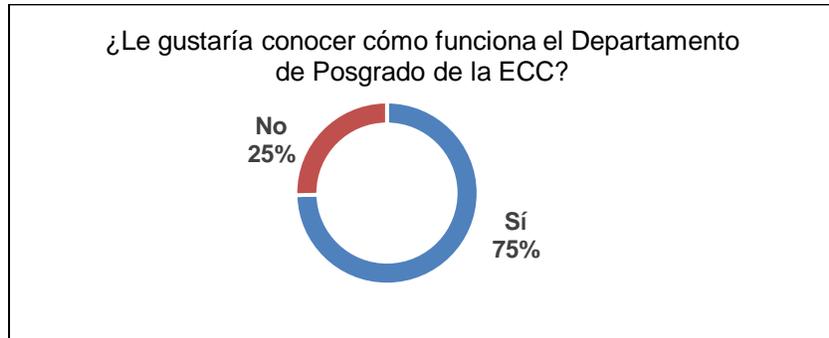
Las herramientas físicas para dar a conocer el Departamento de Posgrado son escasas, teniendo como resultado el impacto no deseado, debido a que no se cuenta con mayor difusión de los programas que ofrece.

1.4.3 Tabla comparativa

Pregunta	Punto de Encuentro	Punto de Disenso
¿Considera que el Departamento de Posgrado tiene mayor difusión de especialidades?	Ambos indicaron que sí tiene mayor difusión	
¿Cree que la publicidad del Departamento de Posgrado ha tenido impacto en los profesionales?	Ambos indicaron que sí, pero que no se ha alcanzado el impacto deseado.	
¿Por qué es importante determinar las herramientas físicas para dar a conocer el Departamento de Posgrado?		Uno indicó que son solicitados en su momento, mientras que el otro indicó que no cuentan con herramientas físicas.
¿Por qué es importante contar con una estrategia de comunicación externa?	Para lograr el impacto deseado.	

1.4.4 Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas

Gráfica 1



Fuente: Epesista Linda Rocío Estrada Barrios, febrero 2018

Interpretación:

El 25% de los encuestados respondieron que no están interesados en conocer cómo funciona el departamento de posgrado, mientras que el 75% respondió que sí están interesados en conocer el funcionamiento del departamento.

Gráfica 2

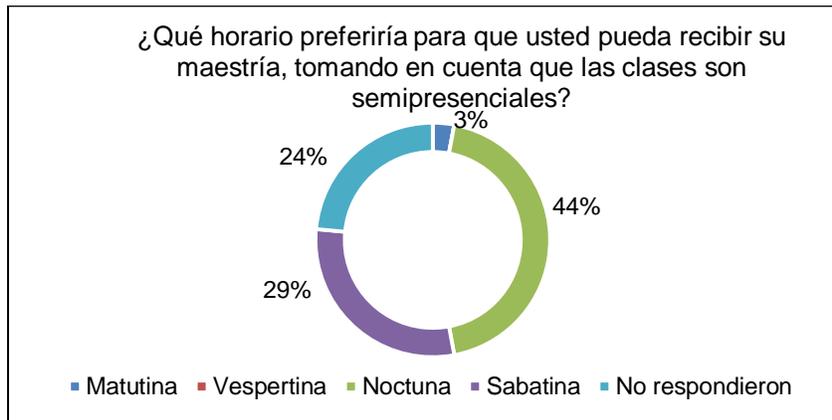


Fuente: Epesista Linda Rocío Estrada Barrios, febrero 2018

Interpretación:

El 12% por medio de la TV universitaria, mientras que el 17% por medio de Radio universidad, así como el 23% no respondió y el 48% por medio del Periódico Universitario

Gráfica 3

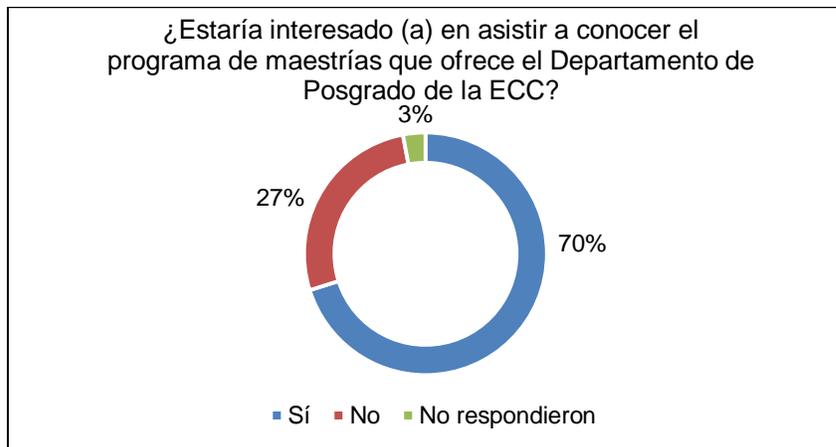


Fuente: Epesista Linda Rocío Estrada Barrios, febrero 2018

Interpretación:

El 3% de los estudiantes respondió que les gustaría recibir su maestría en la jornada matutina. El 24% no respondió. El 29% la jornada sabatina. El 44% respondió que prefieren la jornada nocturna.

Gráfica 4

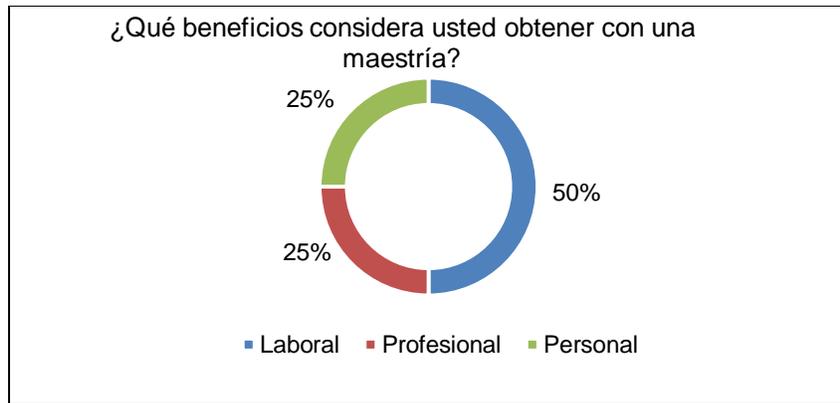


Fuente: Epesista Linda Rocío Estrada Barrios, febrero 2018

Interpretación:

El 3% de los estudiantes no respondieron la pregunta. El 27% respondió que no está interesado en asistir a conocer el programa de maestrías. El 70% respondió que sí está interesado.

Gráfica 5



Fuente: Epesista Linda Rocío Estrada Barrios, febrero 2018

Interpretación:

El 25 % de los estudiantes respondieron que de forma profesional. El 25% respondió que de forma personal y el 50% respondió que de forma laboral.

Gráfica 6



Fuente: Epesista Linda Rocío Estrada Barrios, febrero 2018

Interpretación:

El 25 % de los estudiantes respondió que no está interesado en continuar con estudios de posgrado y el 75% respondió que sí está interesado.

Gráfica 7

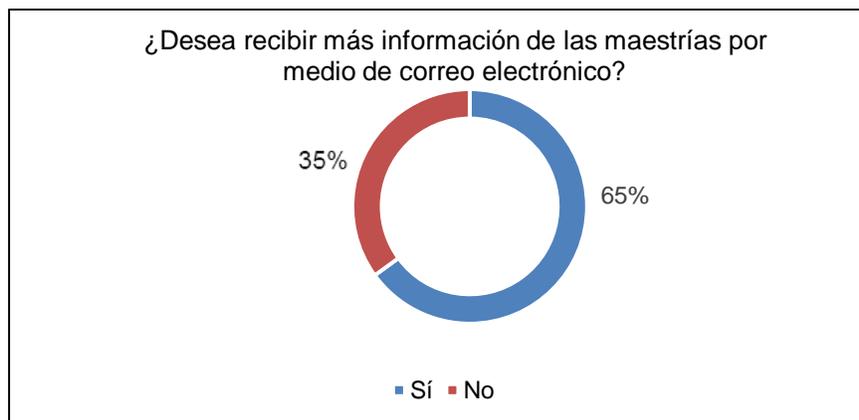


Fuente: Epesista Linda Rocío Estrada Barrios, febrero 2018

Interpretación:

El 35 % de los estudiantes respondieron que están interesados en la maestría en Comunicación Estratégica y Opinión Pública; el 25% en la maestría en Comunicación Organizacional; el 25% respondió en la maestría en Comunicación Virtual y el 15% en la maestría en Comunicación Publicitaria.

Gráfica 8



Fuente: Epesista Linda Rocío Estrada Barrios, febrero 2018

Interpretación:

El 35 % de los estudiantes respondieron que no están interesados en recibir más información y el 65% respondió que sí está interesado.

1.5 Radiografía de la Institución:

1.5.1 FODA

Fortalezas:

- Responsabilidad de los profesionales.
- Interés en mejorar la imagen del Departamento de Posgrados.
- Interés en mejorar la comunicación externa del Departamento.

Oportunidades:

- Disponibilidad de ayuda de otros docentes.
- Espacios en medios de comunicación
- Diferentes maestrías de actualidad.

Debilidades:

- Limitación en la comunicación externa.
- Insuficiente publicidad externa.
- Falta de información física.

Amenazas:

- Maestrías impulsadas por Universidades privadas.
- No contar con presupuesto
- Falta de interés de los egresados y profesionales.

Capítulo II

2. Plan de Comunicación

2.1 Antecedentes

En el plan comunicacional, que se realizó, en el Departamento de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, se observó la poca información que se tiene sobre el mismo, además se pudo identificar que no cuenta con una línea estratégica de comunicación institucional que promueva tanto los programas como la imagen de la institución.

En el área de información, ubicado en el primer nivel del edificio de Bienestar Estudiantil, no cuentan con información sobre las maestrías que ofrece.

2.2 Objetivos de Comunicación

2.2.1 Objetivo General

Elaborar un plan de comunicación externa para el Departamento de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

2.2.2 Objetivos Específicos

- Elaboración de cuñas promocionales, pautas a través de medios escritos
- Creación de materiales impresos, banners, afiches, trifoliales para la divulgación de las maestrías
- Fortalecimiento de la comunicación externa

2.3 Público Objetivo

Aspectos Demográficos:

- Edad: 20 a 50 años
- Sexo: Indiferente
- Religión: Indiferente
- Raza: Indiferente
- Estado Civil: Indiferente
- Ocupación: Estudiante – Trabajador
- Nivel de Educación: Superior

Aspectos Psicográficos

- Clase Social: Media – Baja
- Estilo de Vida: Estudiante – Trabajador

Aspectos Socioeconómicos

- Región o País: Guatemala
- Ubicación Geográfica: Área Urbana – Rural
- Nivel Socioeconómico: B- y C+

2.4 Mensaje

Se presentaron tres propuestas de mensajes.

Eje del mensaje

- Informar sobre los distintos Programas de Maestrías
- Promocionar la Marca Institucional
- Diferenciarse de la competencia

Tema

- Educación
- Valores
- Desarrollo profesional

Mensajes

- **Primera pieza**
En un mundo tan competitivo, solo los estudios avanzados permiten sobrevivir con éxito.
- **Mensaje diferenciación**
Nuestros programas están certificados por la mejor universidad del país.
- **Mensaje informativo**
Invitación realizada por medio de Radio Universidad al público objetivo.

2.5 Estrategias y acciones

- Elaboración de cuñas promocionales, pautas a través de medios escritos
- Creación de materiales impresos, banners, afiches, trifoliales para la divulgación de las maestrías
- Fortalecimiento de la comunicación externa

Acciones:

Colocación de afiches dentro del campus universitario en puntos estratégicos para que la población estudiantil se informe de los distintos programas que ofrece la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Fortalecimiento de la imagen institucional a través de anuncios en la Radio de la Universidad de San Carlos de Guatemala con el objetivo de que la población en general se enteré de los distintos programas que ofrece el Departamento de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Con los trifoliales se mantiene informada a la población interesada sobre los beneficios que ofrece la Escuela de Ciencias de la Comunicación, en cuanto a sus programas de Posgrado.

Reunión que fue una plataforma para crear una identidad a los futuros egresados de las distintas Maestrías.

Publicaciones a través del periódico de la universidad que creará una retroalimentación de lo qué es el programa de Posgrado y sus logros en el mercado.

Capítulo III

3. Informe de Ejecución

3.1 Proyecto desarrollado

Se diseño y elaboro una estrategia de comunicación externa para dar a conocer las diferentes maestrías que ofrece el Departamento de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, en el cual se elaboró banners, afiches, trifoliales, anuncios en radio y prensa.

3.1.1 Financiamiento

A continuación, se presenta la asignación financiera destinada para la ejecución del presente plan de comunicación costado por la empresa “Etiart”.

3.1.2 Presupuesto ejecutado

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Precio Total	Financiamiento
1	Asesoría comunicacional	Q.12.000.00	Q.12.000.00	Epesista
1	Servicios profesionales de diseño gráfico para banners, afiches y trifoliales	Q.700.00	Q. 700.00	Epesista
10	Afiches (11*17")	Q. 30.00	Q. 300.00	Epesista
3	Banners (80*180 cm)	Q.90.00	Q.270.00	Epesista
7	Trifoliales (tamaño carta)	Q. 10.00	Q. 70.00	Epesista
Total			Q. 13.340.00	

3.1.3 Beneficiarios

El Departamento de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala;

Profesionales con grado de licenciatura en cualquier disciplina y estudiantes en proceso de graduación.

3.1.4 Recursos humanos

Director del Departamento de Posgrado;

Asistente del Departamento de Posgrado;

Director de Radio Universidad;

Estudiantes universitarios.

3.1.5 Áreas geográficas de acción

La estrategia se desarrolló en la Ciudad Universitaria, Zona 12, en los edificios Bienestar Estudiantil y M2 donde se encuentra el Departamento de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

3.2 Estrategia y acciones

Estrategia 1:

Promoción de las diferentes maestrías que ofrece el Departamento.

Descripción:

Se elaboró material publicitario con información de cada maestría y doctorado que imparten.

Acciones desarrolladas:

Se diseñó una estrategia y método para dar a conocer las maestrías, así como la colocación en puntos estratégicos del dicho material.

Estrategia 2:

Elaboración de cuñas promocionales en Radio Universidad.

Descripción:

Elaboración de anuncio radiofónico para dar a conocer las diferentes maestrías y doctorado.

Acciones desarrolladas:

Producción de pauta radial que se reproduce en Radio Universidad con el objeto de informar sobre las maestrías que ofrece el Departamento.

Estrategia 3:

Pauta a través de medio escrito.

Descripción:

Elaboración de anuncios para su publicación en Nuestro Diario.

Acciones desarrolladas:

Publicación de anuncio en medio escrito para atraer el interés del público objetivo.

3.3 Cronograma de las actividades

		Mayo				Junio				Julio	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1	Diseño de afiche tamaño tabloide para convocación al curso propedéutico, Maestría y Doctorado.										
2	Diseño de trifoliar con información del curso propedéutico.										
3	Diseño de trifoliar con información de las cuatro maestrías.										
4	Diseño de manta vinílica con información de las maestrías.										
5	Impresión de 200 trifoliales de cada uno, impresión de 50 afiches y la impresión de tres mantas vinílicas.										
6	Pegar los afiches en los edificios respectivos de la ECC y en sitios aledaños, entregar trifoliales en ventanilla del área de posgrado.										
7	Producir un anuncio de radio para dar a conocer el curso propedéutico.										
8	Realizar anuncio con información del curso propedéutico y de las maestrías para ser publicado en el Periódico Universitario y Nuestro Diario.										
9	Gestionar la reproducción diaria y continua del anuncio en Radio Universidad.										
10	Gestionar publicación continua del anuncio en los dos periódicos.										
11	Repartición de trifoliales en reunión de EPSL										

Fuente: <http://tufimnasiacerebral.com/herramientas-de-estudio/que-es-un-diagrama-o-grafica-de-gantt>

3.4 Control y seguimiento

- Se recomienda colocar los banners en lugares visibles
- Poseer trifoliales impresos con información de cada una de las maestrías y doctorado.
- Brindar mejor atención a los estudiantes
- Mantener producción radial consecutiva
- Conservar la línea estratégica de diseño

El control y seguimiento planteado se realizará antes, durante y después del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura, para verificar los logros alcanzados y mejorar los objetivos propuestos, con el fin de lograr acciones efectivas y satisfactorias para el Departamento y la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Conclusiones

La forma en la que se da información de las Maestrías y Doctorado es asistiendo a las oficinas del Departamento, por lo que resulta en ciertas ocasiones complicado para los interesados, debido al tiempo que esto conlleva.

Se pretende que los estudiantes antes de terminar la licenciatura puedan conocer sobre los programas que el Departamento ofrece, al igual que los egresados puedan obtener información desde la página web de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Después de realizar la estrategia de crear un plan para dar a conocer los programas, se pondrá en práctica este modelo de trabajo y de seguro los resultados favorecerán de gran manera a las personas encargadas dentro del Departamento de Posgrado.

Recomendaciones

- Se recomienda mantener información física de las Maestrías y Doctorado que el Departamento ofrece.
- Presentar información actualizada de las Maestrías y Doctorado en la ventanilla del Departamento.
- Que las personas encargadas del Departamento de Posgrado, promuevan la información de las diferentes Maestrías y Doctorado que ofrecen, a través de trifoliales, banners y afiches.
- Instar a los estudiantes a conocer el Departamento de Posgrado.
- Que los profesionales/interesados encuentren información de acceso rápido a las Maestrías y Doctorado.
- Promover el Departamento de Posgrado.

Glosario de términos

1. **Academia:** *sociedad científica, literaria o artística establecida con autoridad y como establecimiento docente, público o privado, de carácter profesional, artístico, técnico, o simplemente práctico.*
2. **Alianza:** *acuerdo, convenio o pacto entre dos o más personas, hecha a fin de lograr objetivos comunes y asegurar intereses en común.*
3. **Antecedentes:** *acción, dicho o circunstancia que sirve para comprender o valorar hechos posteriores.*
4. **Clasificación:** *ordenar o disponer por clases algo.*
5. **Coadyuvar:** *contribuir o ayudar a que algo se realice o tenga lugar.*
6. **Comunicación:** *actividad consciente de intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir significados a través de un sistema compartido de signos y normas semánticas.*
7. **Control:** *comprobación, inspección, fiscalización, intervención.*
8. **Cronograma:** *calendario de trabajo.*
9. **Cualitativo:** *perteneciente o relativo a la cualidad.*
10. **Cuantitativo:** *perteneciente o relativo a la cantidad.*
11. **Definición:** *fijar con claridad, exactitud y precisión el significado de una palabra o la naturaleza de una persona o cosa.*
12. **Diagnóstico:** *análisis que se realiza para determinar cualquier situación y cuáles son las tendencias.*
13. **Doctorado:** *grado académico universitario.*
14. **Ejecutar:** *poner por obra algo.*
15. **Emanar:** *proceder, derivar, traer origen y principio de algo de cuya sustancia se participa.*
16. **Encuesta:** *conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra respectiva de grupos sociales, para averiguar estados de opinión o conocer otras cuestiones que les afectan.*
17. **Entrevista:** *tener una conversación con una o varias personas para un fin determinado.*

18. **Estrategia:** *arte, traza para dirigir un asunto.*
19. **Facultad:** *sección de una universidad que corresponde a una rama del saber dentro del ámbito de las letras o las ciencias puras, con la capacidad de organizar los estudios de varias carreras y expedir los títulos.*
20. **Fortaleza:** *defensa natural que tiene un lugar o puesto por su misma situación.*
21. **Informe:** *descripción, oral o escrita, de las características y circunstancias de un suceso o asunto.*
22. **Inherente:** *que por su naturaleza está de tal manera unido a algo, que no se puede separar de ello.*
23. **Instrumento:** *cosa o persona de que alguien se sirve para hacer algo o conseguir un fin.*
24. **Interpretación:** *explicar o declarar el sentido de algo, y principalmente el de un texto.*
25. **Investigación:** *ampliar el conocimiento científico, sin perseguir, en principio, ninguna aplicación práctica.*
26. **Maestría:** *grado académico de posgrado.*
27. **Método:** *modo de decir o hacer con orden.*
28. **Metodología:** *conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica o en una exposición doctrinal.*
29. **Normativa:** *formas institucionales a través de las cuales el comportamiento es configurado socialmente.*
30. **Observar:** *examinar atentamente.*
31. **Oportunidad:** *momento o circunstancia oportunos o convenientes para algo.*
32. **Organigrama:** *sinopsis o esquema de la organización de una entidad.*
33. **Plan:** *modelo sistemático de una actuación pública o privada, que se elabora anticipadamente para dirigirla y encauzarla.*
34. **Posgrado:** *ciclo de estudios de especialización que se cursa tras el título de grado.*
35. **Recolectar:** *reunir cosas o personas de procedencia diversa.*

36. **Reglamento:** *colección ordenada de reglas o preceptos, que por la naturaleza competente se da para la ejecución de una ley o para el régimen de una corporación, una dependencia o un servicio.*
37. **Resultado:** *efecto y consecuencia de un hecho, operación o deliberación.*
38. **Seguimiento:** *acción y efecto de seguir o seguirse.*
39. **Sistemático:** *que sigue o se ajusta a un sistema.*
40. **Técnica:** *perteneciente o relativo a las aplicaciones de las ciencias y las artes.*

Bibliografía

- Roberto Hernández Sampieri, Metodología de la Investigación, junio de 1999, Primera edición, Juárez, México, 001.42H557:2 C.4.
- Roberto Hernández Sampieri, Metodología de la Investigación, 6° edición 2014, México, 001.42 H557:6 C.7.
- Alfredo Piloña Ortiz, Guía práctica Sobre Métodos y Técnicas de Investigación Documental y de Campo, Décima edición, 2017 Guatemala C.A., S.G. 001.42 P643:10 C.2.
- Normativa de Estudio de Posgrado, Universidad de San Carlos de Guatemala, abril 2014.
- Reglamento del Sistema de Estudios de Postgrado, de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Egrafía

- <http://comunicacion.usac.edu.gt/>
- <http://comunicacion.usac.edu.gt/quienes-somos/>
- <https://es.smartsheet.com/blog/donde-puede-encontrar-las-mejores-plantillas-del-diagrama-de-gantt>
- <http://comunicacion.usac.edu.gt/organigrama/>
- <http://dle.rae.es>

Anexos

Anexo 1. Transcripción completa de las Entrevistas



Universidad De San Carlos De Guatemala
Escuela De Ciencias De La Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado De Licenciatura



Fecha: 03/02/2018

Nombre: Licenciado Gustavo Adolfo Morán

Cargo: Director del Departamento de Posgrado

Tipo de entrevista: Semiestructurada

Objetivo de la entrevista comunicacional: Recopilar información para la elaboración del diagnóstico comunicacional.

1.- Considera que el Departamento de Posgrado de la ECC tiene mayor difusión de especialidades.

Sí

2.- El Departamento de Posgrado de la ECC cuenta con alguna estrategia de comunicación externa

Sí, cuando se dan a conocer las maestrías que se impartirán.

3.- El Departamento de Posgrado cuenta con espacios para difundir información relacionada a las maestrías.

Sí, en Radio Universidad y en Facebook

4.- Considera que el Departamento de Posgrado cuenta con herramientas físicas para dar a conocer las especialidades.

No

5.- Considera que el Departamento de Posgrado tiene disponibilidad de los recursos financieros para realizar comunicación externa.

No

6.- Considera que es importante mantener informado a los egresados y profesionales de las distintas especialidades con las que cuenta el Departamento de Posgrado.

Sí

7.- Considera que la publicidad del Departamento de Posgrado ha tenido impacto en los profesionales y egresados.

Sí, pues por dicha publicidad se da a conocer el programa



Universidad De San Carlos De Guatemala
Escuela De Ciencias De La Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado De Licenciatura



Fecha: 03/02/2018

Nombre: María Alejandra Chicas Quevedo

Cargo: Secretaria / Contadora del Departamento de Estudios de Posgrado de la ECC

Tipo de entrevista: Semiestructurada

Objetivo de la entrevista comunicacional: Recopilar información para la elaboración del diagnóstico comunicacional.

1.- Considera que el Departamento de Posgrado de la ECC tiene mayor difusión de especialidades.

Sí, se difundió información el año pasado a través de TV y Radio Universidad, Nuestro Diario: el Periódico de la USAC, afiches y envío de información virtual, así como página de Facebook y página de la ECC.

2.- El Departamento de Posgrado de la ECC cuenta con alguna estrategia de comunicación externa

No

3.- El Departamento de Posgrado cuenta con espacios para difundir información relacionada a las maestrías.

Sí.

4.- Considera que el Departamento de Posgrado cuenta con herramientas físicas para dar a conocer las especialidades.

Son solicitadas en su momento.

5.- Considera que el Departamento de Posgrado tiene disponibilidad de los recursos financieros para realizar comunicación externa.

No

6.- Considera que es importante mantener informado a los egresados y profesionales de las distintas especialidades con las que cuenta el Departamento de Posgrado.

Sí

7.- Considera que la publicidad del Departamento de Posgrado ha tenido impacto en los profesionales y egresados.

Sí, pero no se ha alcanzado aún el impacto deseado.

Anexo 2. Modelo de la encuesta



Con el objetivo de fortalecer el crecimiento académico de los egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación se realizará la siguiente encuesta, indicando que es parte del proyecto de EPS para poder optar al título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.



Instrucciones: Por favor responda de forma objetiva.

1.- Le gustaría conocer cómo funciona el Departamento de Posgrado de la ECC.

Sí No

2.- Por qué medio le gustaría conocer las diferentes maestrías que ofrece el Departamento de Posgrado de la ECC.

Radio TV Prensa Otro

3.- Qué horario preferiría para que usted pueda recibir su maestría, tomando en cuenta que las clases son semipresenciales.

Matutina Vespertina Nocturna Sabatina

4.- Estaría interesado (a) en asistir a conocer el programa de maestrías que ofrece el Departamento de Posgrado de la ECC.

Sí No

5.- Menciones que beneficios considera usted obtener con el hecho de obtener una maestría.

Gracias por responder la encuesta anterior. Deje su dirección de correo electrónico para brindarle más información acerca de las diferentes maestrías que ofrece el Departamento de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Anexo 3. Fotografías



Licenciado Fernando Arévalo y epesista Linda Estrada en el casting de estudiantes para anuncio radiofónico.



La epesista Linda Estrada en espera de estudiantes para dar información de las maestrías.



MSc. Rolando Baldizón (izquierda), MSc. Marco Tulio Aldana (centro) y MSc. Gustavo Morán (derecha) informando a los epesistas las diferentes Maestrías.

Anexo 4. Anuncios Radiofónicos

Invitación:

En un mundo tan competitivo como el actual, la comunicación es muy importante porque en este momento puede abrir puertas del éxito empresarial.

En la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la USAC; sabemos que los profesionales capacitados y exigentes pueden optar por mejores oportunidades estudiando una de las cuatro maestrías que el Departamento de Estudios de Posgrado ha puesto a su disposición. Los estudiantes de licenciatura en proceso de graduación pueden optar por cualquiera de nuestras Maestrías y los graduados en maestrías al único Doctorado en Comunicación Estratégica y Social.

Para mayor información comunícate al teléfono 2476-7728 o búscanos en Facebook como: posgradoeccusac.

Infomercial:

El Departamento de Estudios de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala, invita a profesionales y a estudiantes en proceso de graduación a optar por estudiar una de las cuatro maestrías que están a su disposición.

Al mismo tiempo, invita a todos los graduados en Maestría a estudiar el único doctorado en Comunicación Estratégica y Social impartido en Guatemala.

Este es el momento para abrir las puertas del mundo y estudiar una maestría o un doctorado, no deje pasar la oportunidad de obtener mejores resultados. Para mayor información comuníquese al 24-76-77-28 o en Facebook a: posgradoeccusac.

Racional:

En este mundo empresarial tan competitivo, no basta con tener una maestría.

Solo los profesionales con los estudios avanzados en comunicación se permiten sobresalir con éxito y destacar profesionalmente.

El Departamento de Estudios de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala le brinda la oportunidad de obtener el Doctorado en comunicación.

En este 2019, la oportunidad de superación académica profesional se presenta como el único doctorado en Comunicación Estratégica y Social, impartido en Guatemala. Para mayor información llame al 24-76-77-28 o en Facebook a: posgradoeccusac.

Anexo 5. Trifoliales

1. Maestría en Comunicación Organizacional



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSGRADO.

Maestría en Comunicación Organizacional

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

1. Solicitud de ingreso en el formulario oficial, proporcionado por el Departamento de Estudios de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
2. Certificado de aprobación del curso propedéutico.
3. Original y dos fotocopias del DPI.
4. Fotocopia del título de Licenciatura. (Los alumnos que no cuenten todavía con título de Licenciatura, tendrán un año para obtenerlo).
5. Dos fotografías a color tamaño cédula, de estudio.
6. Currículum Vitae.
7. Carta de exposición de motivos para estudiar la maestría.
8. Carta de compromiso de pagos.
9. Sostener una entrevista con el director del Departamento de Estudios de Posgrado.
10. Estar legalmente inscrito en el Departamento de Registro y Estadística de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

El curso propedéutico es requisito para acceder a la Maestría

Por ser un programa autofinanciable, para iniciar la Maestría se requiere al menos 20 personas inscritas.

Información:
www.facebook.com/posgradosecusac/
posgrado@comunicacion.usac.edu.gt
http://comunicacion.usac.edu.gt/carreras/maestria/
2476-7728



DESCRIPCIÓN DE LA MAESTRÍA

La Maestría en Comunicación Organizacional, responde a las necesidades de información y comunicación, tanto internas como externas, en las organizaciones que experimentan procesos comunicativos deficientes. Con este Programa de Posgrado se prepara al recurso humano que buscará mecanismos y espacios para proponer acercamientos comunicacionales en busca del desarrollo de las organizaciones.

DIRIGIDA A:

- Licenciados en Ciencias de la Comunicación
- Ciencias Sociales
- Afines
- Estudiantes de último año de Licenciatura

DURACIÓN:

- Dos años divididos en dos semestres cada uno

COSTO:

- Q 1,000.00 mensuales.
- Q 5,000.00 por semestre

FECHA DE INICIO:

- Sábado 2 de febrero de 2019

HORARIO:

- Sábado de 8:00 a 13:30 horas.

METODOLOGÍA:

- Semipresencial momentos presenciales y virtuales alternos.

PENSUM:

Propedéutico

- Las Organizaciones y la Comunicación
Cultura y Cultura Corporativa
- Teoría de la Organización
- Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación en las Organizaciones
- Comunicación Organizacional
- Teoría y Práctica de la Investigación Social
- Identidad e Imagen Corporativa
- Comunicación Estratégica y Opinión Pública
- Elaboración de Diagnósticos Comunicacionales
- Trabajo de Graduación: Propuesta de estrategia de comunicación organizacional interna y externa.

2. Maestría en Comunicación Estratégica y Opinión Pública




REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

1. Solicitud de ingreso en el formulario oficial, proporcionado por el Departamento de Estudios de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
2. Certificado de aprobación del curso propedéutico.
3. Original y dos fotocopias del DPI.
4. Fotocopia del título de Licenciatura. (Los alumnos que no cuenten todavía con título de Licenciatura, tendrán un año para obtenerlo).
5. Dos fotografías a color tamaño celular, de estudio.
6. Currículum Vitae.
7. Carta de exposición de motivos para estudiar la maestría.
8. Carta de compromiso de pagos.
9. Sostener una entrevista con el director del Departamento de Estudios de Posgrado.
10. Estar legalmente inscrito en el Departamento de Registro y Estadística de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

El curso propedéutico es requisito para acceder a la Maestría

Por ser un programa autofinanciable, para iniciar la Maestría se requiere al menos 20 personas inscritas.

Información:
www.facebook.com/posgradoeccusac/
posgradoscomunicacion@usac.edu.gt
<http://comunicacion.usac.edu.gt/carreras/maestria/>
 2476-7728

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSGRADO

Maestría en Comunicación Estratégica y Opinión Pública




DESCRIPCIÓN DE LA MAestría

La Maestría en Comunicación Estratégica y Opinión Pública esta diseñada para cubrir las necesidades de formación en el campo de la comunicación estratégica, tanto en el sector público como en el privado y las Organizaciones Sociales.

DIRIGIDA A:

- Licenciados en Ciencias de la Comunicación
- Ciencias Sociales
- Afines
- Estudiantes de último año de Licenciatura

PÉNSUM:

Propedéutico

- Opinión Pública I
- Psicología Social
- Comunicación Estratégica I
- Opinión Pública y Medios de Comunicación
- Estudios de Opinión
- Comunicación Estratégica II
- Comunicación Política
- Mercadeo Político
- Comunicación Estratégica III
- Proyecto de Graduación
- Informe del proyecto de Graduación

DURACIÓN:

- Dos años divididos en dos semestres cada uno

COSTO:

- Q 1,000.00 mensuales.
- Q 5,000.00 por semestre

FECHA DE INICIO:

- Sábado 2 de febrero de 2019

HORARIO:

- Sábado de 8:00 a 13:30 horas.

METODOLOGÍA:

- Semipresencial, momentos presenciales y virtuales alternos.

3. Maestría en Comunicación Publicitaria




REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

El curso propedéutico es requisito para acceder a la Maestría

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSGRADO.

1. Solicitud de ingreso en el formulario oficial, proporcionado por el Departamento de Estudios de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
2. Certificado de aprobación del curso propedéutico.
3. Original y dos fotocopias del DPT.
4. Fotocopia del título de Licenciatura. (Los alumnos que no cuenten todavía con título de Licenciatura, tendrán un año para obtenerlo).
5. Dos fotografías a color tamaño celular, de estudio.
6. Curriculum Vitae.
7. Carta de exposición de motivos para estudiar la maestría.
8. Carta de compromiso de pagos.
9. Sostener una entrevista con el director del Departamento de Estudios de Posgrado.
10. Estar legalmente inscrito en el Departamento de Registro y Estadística de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Por ser un programa autofinanciable, para iniciar la Maestría se requiere al menos 20 personas inscritas.

Maestría en Comunicación Publicitaria

Información:

www.facebook.com/posgradoeccusac/

posgrado@comunicacion.usac.edu.gt

<http://comunicacion.usac.edu.gt/carreras/maestria/>

2476-7728




DESCRIPCIÓN DE LA MAESTRÍA

DIRIGIDA A:

- Licenciados en Ciencias de la Comunicación
- Ciencias Sociales
- Afines
- Estudiantes de último año de Licenciatura

PÉNSUM:

Propedéutico

- Teoría de la Comunicación
- Teoría de Mercado
- Administración de Agencias
- Creatividad
- Estrategia
- Teoría de Medios
- Teoría de Cuentas
- Producción Audiovisual
- Investigación Aplicada
- Planificación y Ejecución de Campaña

DURACIÓN:

- Dos años divididos en dos semestres cada uno

COSTO:

- Q 1,000.00 mensuales.
- Q 5,000.00 por semestre

FECHA DE INICIO:

- Sábado 2 de febrero de 2019

HORARIO:

- Sábado de 9:00 a 14:30 horas.

METODOLOGÍA:

- Semipresencial: momentos presenciales y virtuales alternos.

4. Maestría en Comunicación Virtual





UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSGRADO.

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

1. Solicitud de ingreso en el formulario oficial, proporcionado por el Departamento de Estudios de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
2. Certificado de aprobación del curso propedéutico.
3. Original y dos fotocopias del DPI.
4. Fotocopia del título de Licenciatura. (Los alumnos que no cuenten todavía con título de Licenciatura, tendrán un año para obtenerlo).
5. Dos fotografías a color tamaño cédula, de estudio.
6. Curriculum Vitae.
7. Carta de exposición de motivos para estudiar la maestría.
8. Carta de compromiso de pagos.
9. Sustener una entrevista con el director del Departamento de Estudios de Posgrado.
10. Estar legalmente inscrito en el Departamento de Registro y Estadística de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

El curso propedéutico es requisito para acceder a la Maestría

Por ser un programa autofinanciable, para iniciar la Maestría se requiere al menos 20 personas inscritas.

Maestría en Comunicación Virtual

Información:

 www.facebook.com/posgradoecusac/

 postgradocomunicacion@usac.edu.gt

 <http://comunicacion.usac.edu.gt/carreras/maestria/>

 2476-7728





DESCRIPCIÓN DE LA MAESTRÍA

La Maestría en Comunicación Virtual cubre la necesidad de recursos humanos altamente capacitados para insertarse en el campo laboral con competencias en tecnología de la información y la comunicación.

DIRIGIDA A:

- Licenciados en Ciencias de la Comunicación
- Ciencias Sociales
- Afines
- Estudiantes de último año de Licenciatura

DURACIÓN:

- Dos años divididos en dos semestres cada uno

COSTO:

- Q.1,000.00 mensuales.
- Q 5,000.00 por semestre

FECHA DE INICIO:

- Sábado 2 de febrero de 2019

HORARIO:

- Sábado de 8:00 a 13:30 horas.

METODOLOGÍA:

- Semipresencial momentos presenciales y virtuales alternos.

PÉNSUM:

Propedéutico

- Sistemas Virtuales de Comunicación
- Filosofía de la Comunicación
- Metodología de la Investigación en Comunicación
- Cibersociedad y Opinión Pública
- Redes Sociales
- Anteproyecto de Graduación
- Mercadeo Social y Comercial en Redes Sociales
- Hardware y Software para Redes Sociales
- Proyecto de Graduación
- Administración de Redes Sociales
- Producción Audiovisual para Redes Sociales
- Redacción del Informe Proyecto de Graduación

5. Curso Propedéutico





REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

1. Fotocopia del DPI de ambos lados
2. Fotografía tamaño cédula
3. Llenar ficha de inscripción proporcionada en el Departamento de Posgrado
4. Original y fotocopia de la boleta de pago por Q 400.00 del primer mes.

Información:

 www.facebook.com/posgradosecusac/

 posgrado@comunicacion.usac.edu.gt

 <http://comunicacion.usac.edu.gt/carreras/maestria/>

 2476-7728

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSGRADO.

Curso Propedéutico

El curso propedéutico es requisito para acceder a cualquier Maestría

Los alumnos que no cuenten todavía con su título de Licenciatura tendrán un año para obtenerlo.





Propedéutico

Es un curso preparatorio para todos los aspirantes de los programas que pretende brindar oportunidades educativas para mejorar las posibilidades de éxito en los estudios de ese nivel.

DIRIGIDO A:

- Licenciados en Ciencias de la Comunicación
- Ciencias Sociales
- Afines
- Estudiantes de último año de Licenciatura

DURACIÓN:

- 3 meses
- Se requiere un 80% de asistencia en sesiones presenciales

Acreditación

Al final del curso se extiende una constancia que es requisito para inscribirse en esta Maestría.

COSTO:

- Q 400.00 mensuales.
- Q 1.200.00 por el curso

CONTENIDO:

- Del 03 de noviembre de 2018 al 26 de enero de 2019
- Uso de la plataforma educativa Classroom.
- Redacción de documentos técnicos y científicos.
- Teoría y práctica de la investigación social.

Por ser un programa autofinanciable, para iniciar la Maestría se requiere al menos 20 personas inscritas.

HORARIOS:

- 1er. grupo: Sábado de 8:00 a 10:00 horas.
- 2do. grupo: Sábado de 11:00 a 13:00 horas

METODOLOGÍA:

- Curso - Taller con momentos presenciales los sábados y apoyo virtual permanente.

6. Doctorado en Comunicación Estratégica y Social









REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

El curso propedéutico es requisito para acceder al Doctorado

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSGRADO.

1. Solicitud de ingreso en el formulario oficial, proporcionado por el Departamento de Estudios de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
2. Certificado de aprobación del curso propedéutico.
3. Original y dos fotocopias del DPI.
4. Fotocopia del título de Maestría. (Los alumnos que no cuenten todavía con título de Maestría, tendrán un año para obtenerlo).
5. Dos fotografías a color tamaño cédula, de estudio.
6. Currículum Vitae.
7. Carta de exposición de motivos para estudiar el Doctorado.
8. Carta de compromiso de pagos.
9. Sostener una entrevista con el director del Departamento de Estudios de Posgrado.
10. Estar legalmente inscrito en el Departamento de Registro y Estadística de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Por ser un programa autofinanciable, para iniciar el Doctorado se requiere al menos 20 personas inscritas.

Información:
 www.facebook.com/posgradosecusac/
 posgrado@comunicacion.usac.edu.gt
 <http://comunicacion.usac.edu.gt/carreras/maestria/>
 2476-7728

Doctorado

Comunicación Estratégica y Social









REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

El curso propedéutico es requisito para acceder al Doctorado

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSGRADO.

1. Solicitud de ingreso en el formulario oficial, proporcionado por el Departamento de Estudios de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
2. Certificado de aprobación del curso propedéutico.
3. Original y dos fotocopias del DPI.
4. Fotocopia del título de Maestría. (Los alumnos que no cuenten todavía con título de Maestría, tendrán un año para obtenerlo).
5. Dos fotografías a color tamaño cédula, de estudio.
6. Currículum Vitae.
7. Carta de exposición de motivos para estudiar el Doctorado.
8. Carta de compromiso de pagos.
9. Sostener una entrevista con el director del Departamento de Estudios de Posgrado.
10. Estar legalmente inscrito en el Departamento de Registro y Estadística de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Por ser un programa autofinanciable, para iniciar el Doctorado se requiere al menos 20 personas inscritas.

Información:
 www.facebook.com/posgradosecusac/
 posgrado@comunicacion.usac.edu.gt
 <http://comunicacion.usac.edu.gt/carreras/maestria/>
 2476-7728

Doctorado

Comunicación Estratégica y Social

7. Curso Propedéutico de Doctorado

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

1. Fotocopia del DPI de ambos lados
2. Fotografía tamaño cédula
3. Llenar ficha de Inscripción proporcionada en el Departamento de Posgrado
4. Original y fotocopia de la boleta de pago por Q 1,000.00 del primer mes.

El curso propedéutico es requisito para acceder al Doctorado

Los alumnos que no cuenten todavía con su título de Maestría tendrán un año para obtenerlo.



Información:
www.facebook.com/posgradosecucac/
posgrado@comunicacion.usac.edu.gt
<http://comunicacion.usac.edu.gt/carreras/maestria/>
2476-7728



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSGRADO.

Curso Propedéutico Doctorado



Propedéutico

Es un curso preparatorio para todos los aspirantes de los programas que pretende brindar oportunidades educativas para mejorar las posibilidades de éxito en los estudios de ese nivel.

DIRIGIDO A:

- Maestros en cualquier disciplina

DURACIÓN:

- 2 meses
- Se requiere un 80% de asistencia en sesiones presenciales y virtuales

COSTO:

- Q 1,000.00 mensuales.
- Q 2,000.00 por el curso

HORARIO:

- Sábado de 07:00 a 09:00 horas.

METODOLOGÍA:

- Curso - Taller con momentos presenciales los sábados y apoyo virtual permanente.

Contenido:

- Uso de la plataforma educativa Classroom.
- Redacción de documentos técnicos y científicos.
- Teoría y práctica de la investigación social.

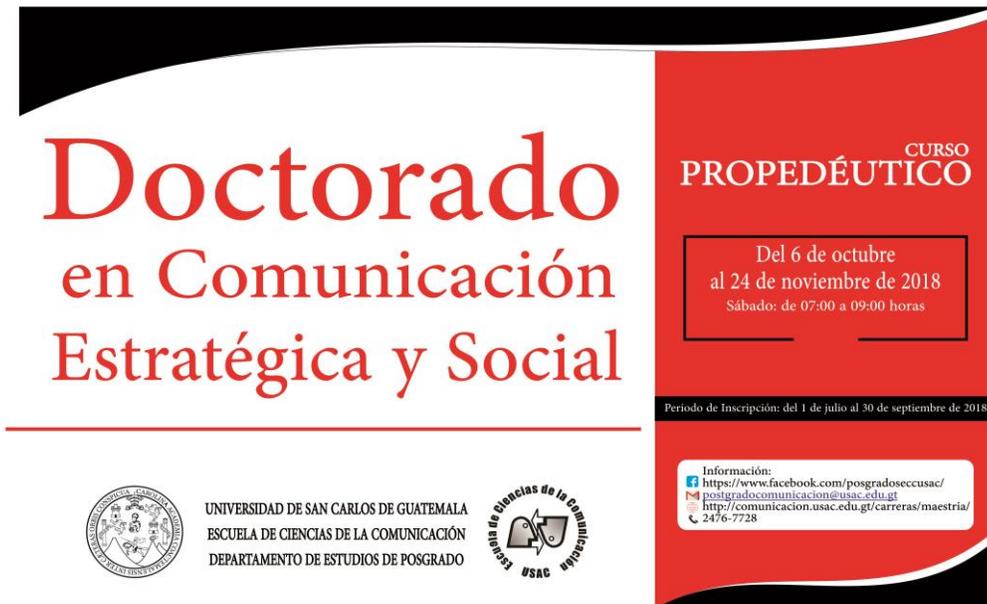
Acreditación

Al final del curso se extiende una constancia que es requisito para inscribirse en esta Maestría.

Por ser un programa autofinanciable, para iniciar el Doctorado se requiere al menos 20 personas inscritas.

Del 06 de octubre al 24 de noviembre de 2018

Anexo 6. Afiches (11x17 pulgadas)



Doctorado
en Comunicación
Estratégica y Social

CURSO
PROPEDÉUTICO

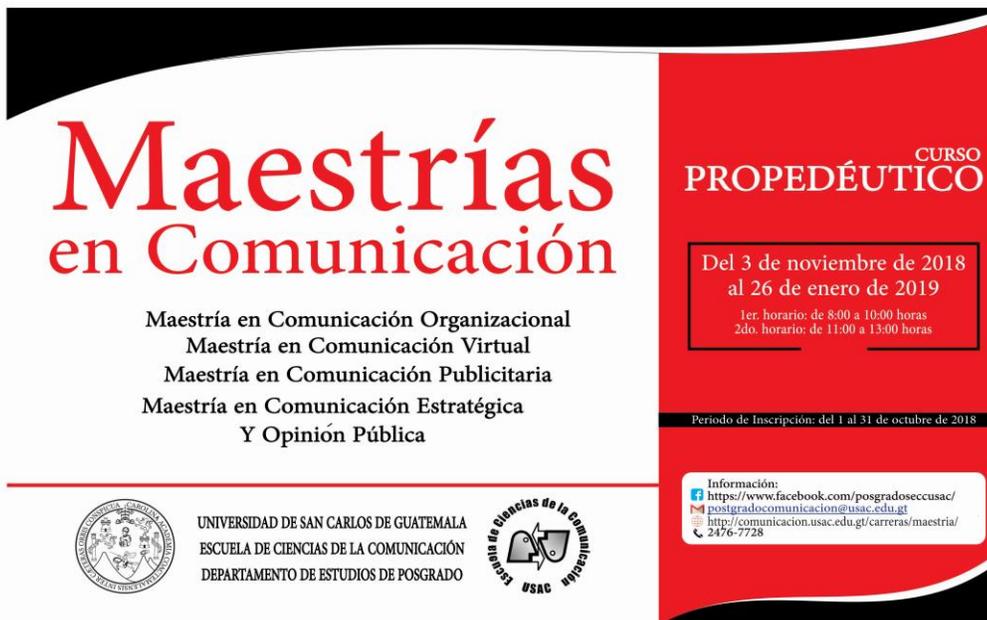
Del 6 de octubre
al 24 de noviembre de 2018
Sábado: de 07:00 a 09:00 horas

Periodo de Inscripción: del 1 de julio al 30 de septiembre de 2018

Información:
f <https://www.facebook.com/posgradoeccusac/>
✉ posgradocomunicacion@usac.edu.gt
http://comunicacion.usac.edu.gt/carreras/maestria/
☎ 2476-7728

 UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSGRADO





Maestrías
en Comunicación

Maestría en Comunicación Organizacional
Maestría en Comunicación Virtual
Maestría en Comunicación Publicitaria
Maestría en Comunicación Estratégica
Y Opinión Pública

CURSO
PROPEDÉUTICO

Del 3 de noviembre de 2018
al 26 de enero de 2019
1er. horario: de 8:00 a 10:00 horas
2do. horario: de 11:00 a 13:00 horas

Periodo de Inscripción: del 1 al 31 de octubre de 2018

Información:
f <https://www.facebook.com/posgradoeccusac/>
✉ posgradocomunicacion@usac.edu.gt
http://comunicacion.usac.edu.gt/carreras/maestria/
☎ 2476-7728

 UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSGRADO



Anexo 7. Banners (80x180 cms)



Doctorado Comunicación Estratégica y Social

Curso
Propedéutico

Del 6 de octubre al 24 de noviembre de 2018

Sábado: de 7:00 a 9:00 horas

Periodo de Inscripción: del 1 de julio al 30 de septiembre de 2018

Información:
 www.facebook.com/posgradoeccusac/
 postgradocomunicacion@usac.edu.gt
 <http://comunicacion.usac.edu.gt/carreras/maestria/>
 2476-7728



Maestrías en Comunicación

Curso
Propedéutico

Del 3 de noviembre de 2018
al 26 de enero de 2019

1er. horario: de 8:00 a 10:00 horas
2do. horario: de 11:00 a 13:00 horas

Periodo de Inscripción: del 1 al 31 de octubre de 2018

Maestrías:

Maestría en Comunicación Organizacional
Maestría en Comunicación Virtual
Maestría en Comunicación Publicitaria
Maestría en Comunicación Estratégica
Y Opinión Pública

Información:
 www.facebook.com/posgradoeccusac/
 postgradocomunicacion@usac.edu.gt
 <http://comunicacion.usac.edu.gt/carreras/maestria/>
 2476-7728



Maestría en Comunicación Publicitaria

Curso
Propedéutico

Del 3 de noviembre de 2018
al 26 de enero de 2019

Sábado: de 7:00 a 9:00 horas

Periodo de Inscripción: del 1 al 31 de octubre de 2018

Información:
 www.facebook.com/posgradoeccusac/
 postgradocomunicacion@usac.edu.gt
 <http://comunicacion.usac.edu.gt/carreras/maestria/>
 2476-7728

Anexo 8. Ficha de Registro de Prácticas



EPS
LICENCIATURA

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2018



Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Linda Rocío Estrada Barrios
No. Carné y DPI: 200722508 / 1694528160101
Jefe o Encargado (a): Mtro. Gustavo Adolfo Morán Portillo
Institución o Empresa: Departamento de Estudios de Posgrado, ECC USAC
Supervisora de EPSL: Licenciada Sandra Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 21 / Al: 26	Mayo	X	5	5	5	7	8	30 hrs.
2	Del: 28 / Al: 02	Junio	X	5	5	5	7	8	30 hrs.
3	Del: 04 / Al:09	Junio	X	5	5	5	7	8	30 hrs.
4	Del: 11 / Al: 16	Junio	X	5	5	5	7	8	30 hrs.
5	Del:18 / Al: 23	Junio	X	5	5	5	7	8	30 hrs.
6	Del: 25 / Al:30	Junio	X	5	5	5	7	8	30 hrs.
7	Del: 02 / Al:07	Julio	X	5	5	5	7	8	30 hrs.
8	Del: 09 / Al:14	Julio	X	5	5	5	7	8	30 hrs.
9	Del: 16 / Al:21	Julio	X	5	5	5	7	8	30 hrs.
10	Del: 23 / Al: 28	Julio	X	5	5	5	7	8	30 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA ACUMULADAS									300 hrs.

(f) 
Mtro. Gustavo Adolfo Morán Portillo
Director Depto. de Estudios de Postgrado

(f) 
Licenciada Sandra Hernández
Supervisora EPSL