

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



**“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA FORTALECER LA IMAGEN  
INSTITUCIONAL DEL DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSGRADO DE LA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SAN  
CARLOS DE GUATEMALA”**

**MABYL VERAS SIGUENZA**

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**GUATEMALA, OCTUBRE 2018**

## **Consejo Directivo**

### **Director**

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

### **Representantes Docentes**

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trujillo

### **Representantes Estudiantiles**

Gabriela Eugenia Menegazzo

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

### **Representante de Egresados**

M.A. Jhonny Michael González Batres

### **Secretaria**

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

### **Coordinador de EPS Licenciatura**

Lic. Luis Arturo Pedroza Gaytán

### **Supervisores de EPS Licenciatura**

Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



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



Guatemala, 10 de agosto de 2018  
Of. Postgrado 299-2018

Lic. Luis Pedroza  
**Coordinador**  
*Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura*  
**Escuela de Ciencias de la Comunicación**  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

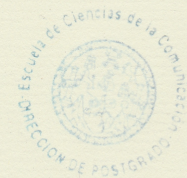
Por medio de la presente, hacemos constar que: **Mabyl Veras Sigüenza** con número de **carné: 200716079** y **CUI: 1578676680101**; el estudiante(a) epesista de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y, previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en el "*Departamento de Estudios de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala*" cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del *14 de mayo* al *16 de julio* del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: "*Estrategias de Comunicación Externa para Fortalecer la Imagen Institucional del Departamento de Estudios de Posgrado*" entregando el material respectivo, debidamente recibido por nuestra institución.

En este sentido, manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista y para los usos subsecuentes 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.

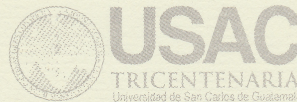
Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Mtro. Gustavo Adolfo Morán Portillo  
Director Depto. Estudios de Postgrado



c.c. archivo



"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"  
OLVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810  
[www.comunicacion.usac.edu.gt](http://www.comunicacion.usac.edu.gt)



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

Guatemala, 10 de octubre de 2018

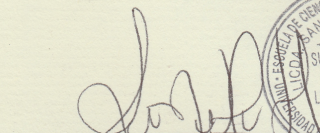
Estudiante  
Maby! Veras Siguenza  
Carné: 200716079  
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

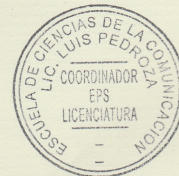
De mi consideración:

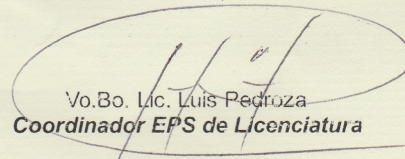
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final de su Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA FORTALECER LA IMAGEN INSTITUCIONAL DEL DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSGRADO DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SAN 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**



**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](http://www.comunicacionusac.org)



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

## **DEDICATORIA**

**A DIOS, A LA VIDA  
Y AL UNIVERSO:**

Por sus abundantes bendiciones.

**A MI MADRE:**

Myriam Sigüenza, por su amor, dedicación y apoyo en cada etapa de mi vida.

**A MI PADRE:**

Manuel Cojolón, quién me ha guiado y brindado lecciones de vida.

**A MIS HERMANOS:**

Por ser el soporte en el que siempre puedo apoyarme.

**A MIS AMIGOS Y AMIGAS:**

Por su apoyo incondicional y amistad.

## **AGRADECIMIENTOS**

A la **UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**, por ser mi casa de estudios.

A la **ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**, por brindarme buenas experiencias, docentes y amigos.

Al **M.Sc. SERGIO MORATAYA**, por su amistad y brindarme la oportunidad de desarrollarme como profesional.

Al **M.Sc. GUSTAVO MORÁN** por su amistad y todo el apoyo brindado durante el Ejercicio Profesional Supervisado.

Al **M.A. CESAR URÍZAR** por su apoyo durante el Ejercicio Profesional Supervisado.

A la **LICENCIADA ALEJANDRA CHICAS** por todo el apoyo y amistad invaluable durante el Ejercicio Profesional Supervisado.

Al **LICENCIADO LUIS PEDROZA**, por la oportunidad de realizar el Ejercicio Profesional Supervisado en el Departamento de Estudios de Posgrado.

Al **LICENCIADO JOSUE ANDRADE**, a la **LICENCIADA SANDRA HERNÁNDEZ** y al **LICENCIADO FERNANDO FLORES** por su asesoría y apoyo.

A mi asesor personal **CHRISTIAN ZEA** y a mis compañeras epesistas **ERICKA BARILLAS, MARISELA HERNÁNDEZ** por su ayuda.

A Nina, Yeliza, Daniela, María Lucía, Diego y Pablo por brindarme su amistad y apoyo en esta etapa.



# ÍNDICE

RESUMEN .....	I
INTRODUCCIÓN .....	II
JUSTIFICACIÓN.....	III

## CAPÍTULO I

<b>1. DIAGNÓSTICO.....</b>	<b>1</b>
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO .....	1
1.1.1. Objetivo General.....	1
1.1.2. Objetivos Específicos.....	1
1.2. DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSGRADO.....	1
1.2.1. Ubicación geográfica .....	1
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 .....	10
1.2.6. Visión.....	10
1.2.7. Objetivos Institucionales .....	10
1.2.8. Público Objetivo.....	11
1.2.9. Organigrama.....	11
1.3. METODOLOGÍA.....	11
1.3.1. Descripción del Método.....	11
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección .....	12
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico .....	13
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS.....	14
1.4.1. Ficha de las entrevistas.....	15
1.4.2. Resultado de las entrevistas .....	17
1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados.....	18
1.4.4. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas.....	19
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA .....	31

## **CAPÍTULO II**

<b>2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....</b>	<b>32</b>
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	32
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	33
2.2.1. Objetivo General.....	33
2.2.2. Objetivos específicos.....	33
2.3. PÚBLICO OBJETIVO.....	33
2.4. MENSAJE.....	34
2.5. ESTRATEGIAS Y ACCIONES.....	34

## **CAPÍTULO III**

<b>3. INFORME DE EJECUCIÓN.....</b>	<b>40</b>
3.1. PROYECTO DESARROLLADO.....	40
3.1.1. Financiamiento:.....	40
3.1.2. Presupuesto:.....	40
3.1.3. Beneficiarios:.....	41
3.1.4. Recursos Humanos.....	42
3.1.5. Área geográfica de acción:.....	43
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES.....	43
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	50
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO.....	51
CONCLUSIONES.....	52
RECOMENDACIONES.....	53
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	54
BIBLIOGRAFÍA.....	57
E GRAFÍA.....	57
ANEXOS.....	58
Transcripción completa de las Entrevistas.....	58
Modelo y vaciado de las encuestas.....	61
Guías de observación.....	66
Fotografías.....	71
Guión técnico.....	72
OTROS.....	74

## RESUMEN

- **Nombre de la Institución:**

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

- **Nombre del Proyecto:**

*“Estrategias de Comunicación Externa para Fortalecer la Imagen Institucional Departamento de Estudios de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala”*

- **Objetivos del Proyecto:**

**General:**

Desarrollar las estrategias proyectadas dentro del plan de comunicación externa para dar a conocer al Departamento de Estudios de Posgrado (DEP) y sus programas.

**Específicos:**

- Posicionar los programas del Departamento de Estudios de Posgrado
- Elaborar material visual y audiovisual.
- Realizar trabajo de Community Manager, manejo y seguimiento de redes sociales.
- Generar una base de datos con nuevos contactos de potenciales alumnos.

**Sinopsis:**

La implementación del plan de comunicación externa en el Departamento de Estudios de Posgrado, presenta estrategias de comunicación que fortalecen la imagen institucional. Para la obtención de mejores resultados, se ejecutaron estrategias; a través de acciones y materiales visuales y audiovisuales que captaron el interés de estudiantes y egresados o nuevos contactos de potenciales alumnos.

## INTRODUCCIÓN

La comunicación externa es una parte vital para establecer y fortalecer las relaciones entre las empresas e instituciones con sus públicos. De acuerdo a los avances tecnológicos, los canales que podemos utilizar para transmitir la información cada vez son más, por tal razón, es necesario realizar el aprovechamiento de las diferentes formas existentes para comunicar efectivamente.

Cada día el involucramiento de diferentes usuarios con los medios digitales es mayor, por lo que éstos se convierten en medios estratégicos esenciales para transmitir la información necesaria de manera dinámica, funcional y efectiva, además de ser el puente que permita comunicar de forma directa, personalizada y generar identidad y confianza con los interesados en el producto o servicio.

El presente informe de EPS de Licenciatura muestra un compilado de las diferentes fases de este proyecto (Diagnóstico, Plan, Ejecución y Resultados), por consiguiente, este informe permite conocer las estrategias de comunicación externa desarrolladas para el Departamento de Estudios de Posgrado durante el Ejercicio Profesional Supervisado para informar y llamar la atención de los interesados sobre su oferta académica.

## JUSTIFICACIÓN

La utilización de canales digitales es una forma rápida de comunicación que se ha vuelto efectiva tanto para empresas como para instituciones pública y privadas. Al realizar el presente proyecto, en el marco del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura, en el DEP -Departamento de Estudios de Posgrado- de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se logró detectar, a través de un diagnóstico comunicacional, las oportunidades de mejora en la comunicación externa de la institución.

La segunda fase del proyecto, el plan de comunicación, permitió plantear estrategias para erradicar la problemática sobre la falta de interés y desconocimiento del público sobre los programas de posgrado, así como la falta de actualización de la información en los diferentes canales digitales, permitiendo ejecutar acciones que mejoren el nivel de posicionamiento, presencia y generación de negocios de la institución.

Se realizó una sinergia entre los canales digitales, (Canal de YouTube, apartados de maestrías y del doctorado de la página web de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, redes sociales y correo electrónico) para divulgar de forma consecuente sobre los programas de posgrado reflejando una imagen renovada, actualizada, profesional y estandarizada a través de todos los medios.

El propósito del presente informe es detallar aspectos relevantes en cada una de las etapas de este esquema de trabajo, que aporten en la Comunicación, tanto del Departamento de Estudios de Posgrado, como en instituciones similares.

# **CAPÍTULO I**

## **1. DIAGNÓSTICO**

### **1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO**

#### **1.1.1. Objetivo General**

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

#### **1.1.2. Objetivos Específicos**

- Analizar la imagen institucional del Departamento de Posgrados
- Examinar los canales de comunicación externa
- Verificar la utilización de las herramientas digitales

### **1.2. DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSGRADO**

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

#### **1.2.1. Ubicación geográfica**

Actualmente el Departamento de Posgrados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se localiza en el Campus Central, zona 12 de la ciudad de Guatemala y cuenta con un área Administrativa con 3 Maestrías y 1 Doctorado. El área Administrativa y una de las Maestrías se encuentra en el edificio de Bienestar Estudiantil (primer y segundo nivel respectivamente); mientras que las otras 2 Maestrías se llevan a cabo en el primer nivel del edificio M2, en los salones Ana María Pedroni y Nery García. El Doctorado en Comunicación Estratégica y Social también se lleva a cabo en el en los mismos salones previamente mencionados del Edificio M2, únicamente en distinto horario.

### **1.2.2. Integración y alianzas estratégicas**

A la fecha el Departamento no presenta algún acuerdo estratégico. Como parte de la alianza realizada en el 2016 por medio de la Escuela de Ciencias de la Comunicación con la empresa Google; el Departamento de Postgrados también ya cuenta con el acceso y usuarios para los estudiantes de los programas de Posgrados.

De conformidad con el Normativo de Estudios de Postgrados la integración se conforma de la siguiente manera: 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**

La actual historia de la Escuela de Ciencias de la Comunicación se remonta a 1947 con la creación de la Escuela Centroamericana de Periodismo, que fue aprobada por el Consejo Superior Universitario, pero fue hasta 1951, que con motivo de la realización de un Congreso Centroamericano de Periodista en Sal Salvador, en el que participó una delegación de la Asociación de Periodistas de Guatemala; se planteó la necesidad impostergable de poner en marcha un centro regional de esta naturaleza. Los delegados de la APG obtuvieron la aprobación para que la sede fuera en Guatemala.

La Escuela Centroamericana de Periodismo –ECAP- inició sus actividades académicas en agosto de 1952, adscrita a la Facultad de Humanidades de la Universidad de San Carlos, autorizada para conceder el título de Periodista Profesional en la carrera intermedia de tres años y el grado académico de Licenciado en Periodismo después de cinco años de estudio.

En 1975 se realizó un Congreso de transformación que señaló la urgencia de dotar a la Escuela de mayor rigor científico, una estrecha vinculación de la teoría y la práctica, un serio conocimiento del país, así como de las más eficaces y modernas técnicas pedagógicas. Como resultado de estos planteamientos, se produjo la separación de la Facultad de Humanidades 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 mencionadas.

Los Estudios de Postgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación tienen su base legal en lo preceptuado en los artículos 60 y 63 del Estatuto de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en el Punto Décimo Primero del Acta 34-2000, de sesión celebrada por el Consejo Superior Universitario de fecha 11 de octubre de 2000 y en el Acta 001-2012 de fecha 25 de enero 2012. Punto 8. Inciso 8.2. Los estudios de postgrado en la Escuela de Ciencias de la Comunicación se fundamentan en el Acta Extraordinaria 51-04, Punto Único, del 11 de noviembre de 2004 y el Punto Décimo Primero del Acta 54-04 del 29 de noviembre de 2004.

El Departamento de Estudios de Postgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, es la entidad académico-administrativa encargada de proponer, organizar, promover, ejecutar y administrar los estudios de Postgrado de alto nivel en el campo de la comunicación para coadyuvar al desarrollo social, económico y político del país. Promueve además, la investigación científica a nivel nacional, a través de sus programas de postgrado, con aplicación en empresas, instituciones, organismos, entidades públicas, privadas, ONG, nacionales y extranjeras, donde los egresados podrán aportar y aplicar sus conocimientos. 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.

El Consejo Académico de Postgrado CAP- de la Escuela de Ciencias de la Comunicación 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. (Normativo de Estudios de Postgrado, 2014).



#### **1.2.4. Departamentos o dependencias:**

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

(Normativo de Estudios de Postgrado, 2014)

El nombramiento de los miembros del Consejo Académico de Postgrado -CAP- dependerá del Consejo Directivo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación a propuesta de la Dirección de la misma. Las funciones del Consejo Académico de Postgrado CAP – de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, establecidas en el Artículo 10 del Normativo de Estudios de Postgrados son:

- a. Establecer las políticas, estrategias y actividades de desarrollo de los estudios de postgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, en consonancia con las políticas generales de la Universidad a nivel de postgrado y las necesidades de desarrollo del país y proponerlos al Consejo Directivo de la Escuela para su conocimiento y aprobación.
- b. Resolver los asuntos presentados por el Director (a) de Estudios de Postgrado.
- c. Conocer y avalar las propuestas de programas de postgrado que presente el Director.

- d. Conocer, analizar y aprobar en primera instancia, los proyectos curriculares de los estudios de postgrado, someterlos a consideración del Consejo Directivo de la Escuela y posteriormente trasladarlos para su aprobación del Sistema de Estudios de Postgrado de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- e. Actualizar constantemente el normativo de Estudios de Postgrado de la Escuela, para buscar la aprobación por parte del Consejo Directivo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y el Consejo Directivo del SEP.
- f. Conocer y velar por el aprovechamiento óptimo de los recursos de postgrado y de los convenios que pudieran suscribirse con otros organismos y universidades nacionales y extranjeras.
- g. Conocer y resolver los asuntos especiales en materia de postgrado, que no estén contemplados en los normativos del Departamento de Postgrado de la ECC.
- h. Velar por el funcionamiento de los estudios de postgrado en lo académico y financiero.
- i. Aprobar en primera instancia el presupuesto de ingresos y gastos del Departamento, propuesto por la dirección de postgrado.
- j. Conocer y dictaminar sobre los expedientes y solicitudes de reconocimiento de estudios de postgrado obtenidos en universidades extranjeras, con base en el análisis y opinión realizados por la Dirección del Departamento de Estudios de Postgrado.
- k. Conocer y avalar el plan de trabajo e informe anual que la Dirección del Departamento de Estudios de Postgrado presente al Consejo Directivo de la ECC.
- l. Evaluar sistemáticamente los planes y programas de estudios de postgrado, así como, a los profesionales docentes de los programas de conformidad con lo dictado sobre la materia en la Universidad y a las normas internas derivadas.
- m. Conocer y avalar el dictamen al finalizar el proceso de selección de los estudiantes aspirantes a cada programa de postgrado.
- n. Conocer, avalar y proponer al Consejo Directivo, la contratación de profesores (as) para cada uno de los programas de postgrado.
- o. Conocer y dictaminar de manera pertinente sobre asuntos estudiantiles relacionados con los programas, proyectos de investigación, cooperación nacional e

internacional, prórrogas para la presentación del informe final de tesis, integración de tribunales examinadores y otros asuntos no previstos.

- p. Evaluar y proponer el cierre temporal o definitivo de los programas de postgrado.
- q. Conocer y avalar las evaluaciones de cada uno de los programas y las propuestas de actualizaciones curriculares que se hicieren.
- r. Aprobar los proyectos de investigación de tesis presentados por los estudiantes de Doctorado en Comunicación Social. Asimismo, los trabajos de graduación presentados por los estudiantes de la Maestría, ante la coordinación del Programa.
- s. Nombrar al asesor y al tribunal examinador de tesis de Doctorado a propuesta de la coordinación de cada programa específico.
- t. Nombrar al tribunal examinador de los trabajos de graduación de la maestría en Artes a propuesta de la coordinación.
- u. Conocer y trasladar al Consejo Directivo de la ECC, los casos no previstos en este normativo.

Establecido en el Artículo 11 del Normativo de Estudios de Postgrado concerniente a las Reuniones constituye lo siguiente: “El Consejo Académico de Postgrado se reúne cada 15 días o cuando fuere necesario, convocará a reuniones extraordinarias a solicitud de cualquiera de sus miembros, para tratar temas de interés y de urgencia académico-administrativa”, por lo tanto, de conformidad con el Artículo 12 del mismo Normativo, respecto a las Convocatorias se establece de la siguiente forma: “La Dirección del Departamento de Estudios de Postgrado es el ente encargado de convocar a las sesiones ordinarias y extraordinarias del Consejo Académico de Postgrado, por la vía escrita o electrónica estableciendo día, hora y lugar, así como la agenda respectiva. La convocatoria debe efectuarse con tres días de anticipación como mínimo para las sesiones ordinarias y en el caso de las reuniones extraordinarias, por razón justificada, sin previo aviso.”

El artículo 13 del Director (a) insta lo siguiente: “El Director (a) del Departamento de Estudios de Postgrado es el funcionario (a) responsable de ejecutar las políticas, planes y programas con la aprobación del Consejo Académico de

Postgrado. Evalúa las actividades académicas de los programas y establece relaciones con distintas Escuelas, Departamentos o Programas de Estudios de Postgrado que funcionan en las Unidades Académicas de la Universidad y con otras instituciones ajenas a la misma pero de la misma naturaleza.” y su nombramiento será realizado por el Consejo Directivo de la E.C.C.

El artículo 16 de las Atribuciones del Director (a) del Departamento de Estudios de Postgrado concreta:

Además de lo estipulado en el artículo 66, del Reglamento del Sistema de Estudios de Postgrado, el Director (a) debe cumplir con las siguientes atribuciones.

- a. Planificar y funcionamiento Departamento de Estudios de Postgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- b. Proponer ante el Consejo Académico de Postgrado previo a elevarlo al Consejo Directivo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, las políticas, lineamientos y estrategias para el desarrollo del Departamento.
- c. Presentar ante el Consejo Académico de Postgrado, antes de elevarlo al Consejo Directivo de la ECC, el proyecto de presupuesto y el plan de trabajo del Departamento.
- d. Elaborar la memoria anual del
- e. Departamento de Estudios de Postgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- f. Proponer al Consejo Directivo las contrataciones del personal docente.
- g. Solicitar ante el Consejo Directivo de la ECC, la suspensión temporal o definitiva de los programas, que conjuntamente con el Consejo Académico de Postgrado se ha analizado efectuar.
- h. Solicitar al Consejo Directivo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, la autorización de los gastos inherentes al funcionamiento del Departamento de Postgrado
- i. Proponer al Consejo Directivo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, para su aprobación las modificaciones de los proyectos curriculares y las nuevas propuestas de programas de postgrado previo análisis y aprobación del Consejo

Académico, para su aprobación y posterior traslado al Sistema de Estudios de Postgrado.

- j. Proponer al Consejo Directivo el nombramiento de coordinadores de programas
- k. Promover y facilitar los procesos de autoevaluación de los programas del Departamento.
- l. Supervisar el desarrollo de los programas de cursos y el desempeño de los profesores (as) de conformidad con la normativa universitaria.
- m. Establecer y mantener relaciones académicas con los directores o coordinadores de otros programas del Sistema de Estudios de Postgrado.
- n. Resolver en primera instancia, los problemas inherentes a la docencia y otros que se presenten en los programas que dirige.
- o. Coordinar los trámites administrativos y contables a través del personal administrativo o de apoyo asignado.
- p. Resolver los casos de su competencia que no estén previstos en este normativo.

De conformidad con el Artículo 20 de las Atribuciones de los Coordinadores(as) de Programas, se estipula:

- a. Convocar y presidir las reuniones con los profesores del programa correspondiente.
- b. Programar y coordinar los cursos para cada semestre o trimestre según el caso.
- c. Proponer a la Dirección del Departamento, la modificación de los programas que coordina, cuando fuere necesario.
- d. Dirigir, promover y facilitar la realización de los procesos de auto-evaluación de sus respectivos programas.
- e. Elaborar y proponer los presupuestos de los programas a su cargo.
- f. Promover e incentivar la búsqueda de financiamiento o convenios académicos cooperativos para el buen funcionamiento de sus programas.
- g. Promover y coordinar las actividades de docencia e investigación dentro del programa de postgrado que dirige, manteniendo un alto nivel académico en el desarrollo y evaluación de los mismos.

- h. Promover la elaboración de trabajos de investigación de los estudiantes y los profesores del programa a su cargo y propiciar su divulgación.
- i. Velar porque los trabajos de graduación y de tesis se enmarquen dentro de las disposiciones normadas para el efecto.
- j. Rendir los informes anuales respectivos y su plan de trabajo, a la dirección del Departamento de Estudios de Postgrado, quien los traslada al Consejo Académico de Postgrado.
- k. Realizar actividades académicas que fortalezcan y promuevan la especialidad.
- l. Velar por el buen funcionamiento de las instalaciones y equipo asignado al programa.
- m. Proponer ante la Dirección del Departamento, la suspensión del programa que coordina, con plena justificación.
- n. Facilitar la gestión de recursos para la publicación de productos de investigaciones.
- o. Propiciar y gestionar la divulgación por los distintos canales y medios, del programa que dirige.
- p. Administrar y supervisar lo relacionado con los procesos de control administrativo y presupuestario a nivel estudiantil y docente del programa que dirige.
- q. Solucionar los problemas inherentes al programa que dirige.

Las funciones del Personal Administrativo estipuladas en el Artículo 28 del Normativo de Estudios de Postgrado de la ECC son:

- a. Brindar el apoyo logístico suficiente para el buen desarrollo del Departamento y de sus programas.
- b. Cumplir con las normas y procedimientos de acuerdo a su cargo.
- c. Elaborar informes administrativos que le sean requeridos y presentados puntualmente.

### **1.2.5. Misión**

A la fecha el Departamento de Postgrados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, no presenta su Misión.

### **1.2.6. Visión**

Actualmente el Departamento de Postgrados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, no muestra su Visión.

### **1.2.7. Objetivos Institucionales**

De conformidad con el Normativo de Postgrados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala establecido en el mes de abril del 2014, se constituyen los siguientes objetivos.

#### **Objetivo General:**

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.

#### **Objetivos Específicos:**

- 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**

Estudiantes de los últimos semestres de Licenciatura, así como Egresados dentro y fuera de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

### **1.2.9. Organigrama**

En la actualidad el organigrama del Departamento de Postgrados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, no se encuentra disponible

## **1.3. METODOLOGÍA**

### **1.3.1. Descripción del Método**

Los enfoques durante una investigación pueden ser Cuantitativo, Cualitativo. Cada uno con sus características, procesos, y bondades. Las características del enfoque Cuantitativo son los planteamientos acotados, mide fenómenos, utiliza estadística, prueba de hipótesis y teoría; su proceso es deductivo, secuencial, probatorio, y analiza la realidad objetiva, entre sus bondades se encuentran la generalización de resultados, el control sobre fenómenos, la precisión, la réplica y predicción. Por el contrario, las características del enfoque Cualitativo son los planteamientos más abiertos que van enfocándose, se conduce básicamente en ambientes naturales, los significados se extraen de los datos y no se fundamenta en la estadística, su proceso es inductivo, recurrente, analiza múltiples realidades subjetivas y no tiene secuencia lineal, sus bondades son la profundidad de significados, amplitud, riqueza interpretativa, contextualiza el fenómeno. Sin embargo, puede existir la combinación de ambos enfoques, en dado caso, tiene el nombre de enfoque Mixto. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

La empleabilidad de los distintos enfoques permite conocer desde distintas perspectivas que otorgan planteamientos acotados, medibles y la obtención de datos estadísticos, así como también planteamientos más abiertos que brindan amplitud a la investigación.



### **1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección**

La técnica, como indica Piloña (2016), es el conjunto de reglas y operaciones para el manejo de la investigación. Son las herramientas que permiten resolver el problema metodológico. A través de la técnica del Fichaje, se registran los datos de la observación o la descripción de un relator. (p. 59) “También llamadas fichas de trabajo (o de campo), en la que se definen espacios o “campos” de clasificación e información que serán procesados manual o mecánicamente con posterioridad.” (Piloña, 2016, p.79).

Por medio de esta técnica, nombrada Guía de Observación (Ver Esquema en Punto 7.1/Recopilación de Datos), se documentó la información obtenida visual o verbalmente durante las visitas o conversaciones sostenidas con el personal de la institución que brindaron los primeros indicios del estado comunicacional.

Los rasgos esenciales de la técnica se orientan hacia acciones como: Instrumentalizar la recolección, concentración y conservación de datos. (Fichas, cuestionarios, boletas, guías de entrevista, etc. Así como aplicar métodos y sistemas de las ciencias técnicas como matemáticas, estadística, informática, etc., para cuantificar, medir y correlacionar datos. La encuesta es la técnica mediante la cual se adquiere información de un grupo o parte de la población a la que se le denomina muestra. Su instrumento es el cuestionario. (Piloña, 2016, p.59)

Los instrumentos utilizados para la elaboración del diagnóstico fueron: La Encuesta y la Entrevista.

“La Entrevista: 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, 2016, p.82)



Se realizaron dos entrevistas tipo Focalizada, una para la persona encargada de divulgar el material de comunicación externa y otra para estudiantes de los actuales Programas de Postgrado, para poder recabar información con más amplitud al respecto.

### 1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES							
Actividad	Mes	Enero			Febrero		
	Semana	1	2	3	1	2	3
Propedéutico EPSL 2018		■					
Búsqueda de institución para realizar EPSL			■				
Confirmación de institución a Epesista				■			
Presentación de Epesistas a personal administrativo de la institución					■		
Elaboración de la primera Guía de Observación					■		
Primer entrevista con asesora de EPSL					■		
Elaboración de la segunda Guía de Observación						■	
Recopilación de datos del Departamento de Posgrados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación						■	
Primera revisión del Diagnóstico con asesora de EPSL						■	
Redacción de objetivos del Diagnóstico Comunicacional						■	
Selección de Metodología/Técnicas e Instrumentos						■	
Elaboración de instrumentos							■
Segunda revisión del Diagnóstico Comunicacional con asesora de EPSL							■
Realización de encuestas y entrevistas							■
Análisis de datos obtenidos por medio de los instrumentos							■
Tercera revisión del Diagnóstico Comunicacional con asesora de EPSL							■
Entrega del Diagnóstico Comunicacional Plataforma Classroom							■

Fuente: <http://tugimnasiacerebral.com/sites/default/files/como-hacer-graficas-de-gantt.jpg>

## 1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

 <b>GUIA DE OBSERVACION</b> 	
<b>INSTITUCION:</b>	Departamento de Postgrados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala
<b>TEMA DE INVESTIGACION:</b>	Diagnóstico de Comunicación
<b>NOMBRE DEL INVESTIGADOR(A):</b>	Mabyl Veras
<b>FECHA:</b>	
<b>LUGAR:</b>	1er Nivel, Edificio Bienestar Estudiantil, Departamento de Postgrados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala
<b>HORA:</b>	
<b>DATOS DE LA FUENTE:</b> (Edad, Sexo, Ocupación, algún otro dato de referencia)	
<b>OBSERVACIONES:</b>	

### 1.4.1. Ficha de las entrevistas



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



Nombre:  
Cargo:  
Fecha:

1. **¿Qué acción se ha implementado previamente en las redes sociales para divulgar la información sobre los Programas de Estudios de Postgrado?**
2. **¿Qué labor se ha realizado en medios tradicionales (TV, Radio y Periódico Universidad) y medios impresos para divulgar la información sobre los Programas de Estudios de Posgrado?**
3. **¿Qué respuestas o reacciones ha recibido por cada acción implementada?**
4. **De acuerdo a las labores que se han implementado para divulgar la información de los Programas de Postgrado ¿Tiene alguna evidencia o cantidad de personas que se interesaron por cada una de las acciones?**
5. **¿Ha implementado algún instrumento de medición para evaluar el impacto de las acciones?**
6. **¿Conoce alguna otra red social en la que se haya divulgado información sobre los Programas de Postgrado? Explicar que resultado se obtuvo**
7. **¿Qué acción sugeriría realizar en redes sociales o medios virtuales para que la divulgación de la información del Departamento de Postgrado fuera más efectiva?**

Tipo de Entrevista: Focalizada

Objetivo(s): 1) Examinar los canales de comunicación externa 2) Verificar las herramientas digitales empleadas.



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



Nombre: (Estudiantes de Programas de Postgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación)

Nombre del programa de posgrado que cursa:

Fecha:

- 1. ¿Cómo se enteró de la Maestría o Doctorado que está cursando?**
- 2. Al momento ¿Cuál es la percepción que tiene sobre el Programa de Postgrado que está estudiando?**
- 3. Como parte de su actualización académica ¿Le gustaría cursar alguna otra Maestría y/o Doctorado del programa estudios de la Escuela de Ciencias de la Comunicación? Explicar ¿Por qué?**
- 4. ¿Sigue o le interesaría seguir la página oficial del Departamento de Postgrados en alguna red social? Especificar ¿Cuál?**

Tipo de Entrevista: Repetida

Objetivo: 1) Determinar la Imagen Institucional del Departamento de Postgrados. 2) Examinar los canales de Comunicación Externa

## **1.4.2. Resultado de las entrevistas**

### **Entrevistas al personal del Departamento de Estudios de Posgrado**

#### **a. Entrevista al Director del Departamento / Fecha: 23/02/2018**

Inicialmente se colocaban afiches pero se detectó que se informa más sobre los programas de posgrado a través de las redes sociales. Es muy caro para el Departamento realizar publicidad en los medios de TV y prensa. En Facebook se ha tenido alcance de aproximadamente 15 mil personas de las cuales bastantes personas han requerido información. Se ha consultado a los estudiantes para evaluar los canales de comunicación y el resultado ha arrojado que la orientación debe realizarse a través de las redes sociales. Es importante divulgar la información del DEP (Departamento de Estudios de Posgrado) al grupo del EPS a través de charla informativa.

#### **b. Entrevista a la Secretaria del Departamento / Fecha: 26/02/2018**

La información de los programas de posgrado ha sido pautada en Facebook, por lo que bastantes interesados han consultado sobre el Pensum. No se maneja Instagram y en la página de la Escuela hay cierta información publicada pero no está completa. Se sugiere que se actualice la información de la página de la Escuela.

#### **c. Entrevista al Coordinador del Departamento / Fecha: 26/02/2018**

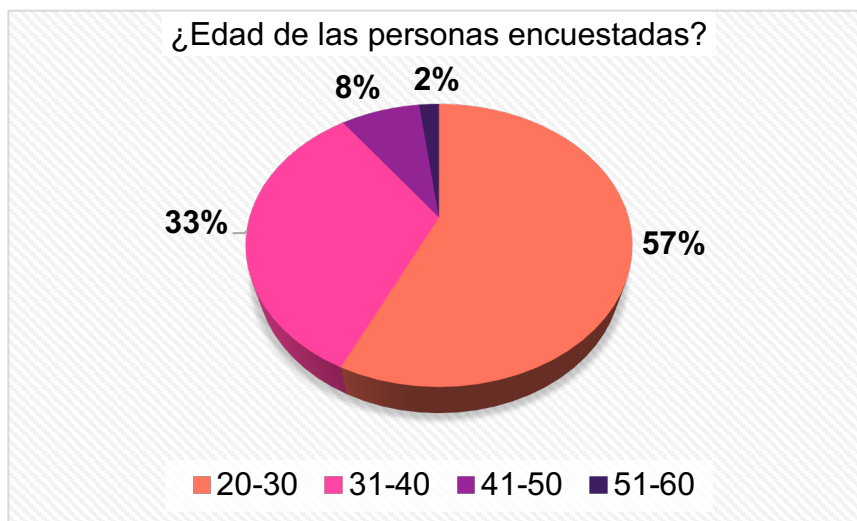
Se han utilizado prácticamente todos los medios que han estado al alcance. Se han utilizado mantas vinílicas, banners, volantes, también se ha divulgado información por correo electrónico, las publicaciones realizadas a través del SEP (Sistema de Estudios de Posgrado) han sido útiles, pero la comunicación a través de Facebook ha funcionado más. El aprovechamiento de las personas que realizan el EPS este año para brindar charlas informativas es importante. Se ha consultado a los estudiantes que tomaron el curso propedéutico en 2017 la forma en que se enteraron del DEP y se ha evidenciado que un 34% de los encuestados se enteró por Facebook, un 20% a través de Banners y un 17% por medio de la página web de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

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

	Puntos de Encuentro	Puntos de Disenso
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Uso de TV, Radio, Periódico previamente.</li> <li>-Efectividad de Facebook ha sido mayor, así como la página web de la ECC.</li> <li>-Información en página web de la ECC no está completa.</li> <li>-Se ha divulgado información por correo electrónico.</li> <li>-Importancia de charla informativa a grupo del EPS 2018.</li> <li>-Conocimiento por Facebook y por compañeros.</li> <li>-Percepción de la maestría es buena.</li> <li>-Interés por cursar el doctorado.</li> <li>-Conocimiento de maestrías por charla informativa durante EPS 2016.</li> <li>-Interés por cursar otra maestría.</li> <li>-Por factor económico y de tiempo no cursaría otro programa de posgrado.</li> <li>-Conocimiento de maestría a través de ex docente universitaria para posterior búsqueda en página web de la ECC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Se ha utilizado previamente medios impresos y/o tradicionales, pero se enfatiza sobre la efectividad de Facebook para divulgar la información del DEP.</li> <li>-Es importante informar a través de una charla al grupo del EPS 2018.</li> <li>-Conocimiento de la maestría a través de amigos y/o familiares.</li> <li>-Percepción satisfactoria acerca del programa de posgrado cursado.</li> <li>-Interés manifestado por continuar otra maestría y/o doctorado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Necesidad de actualizar o completar la información en la página web.</li> <li>-Conocimiento de la maestría a través de charla informativa durante el EPS 2016, redes sociales, banners y página web.</li> <li>-Por factor económico y/o de tiempo no continuaría estudiando otra maestría o el doctorado.</li> </ul>

#### 1.4.4. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas

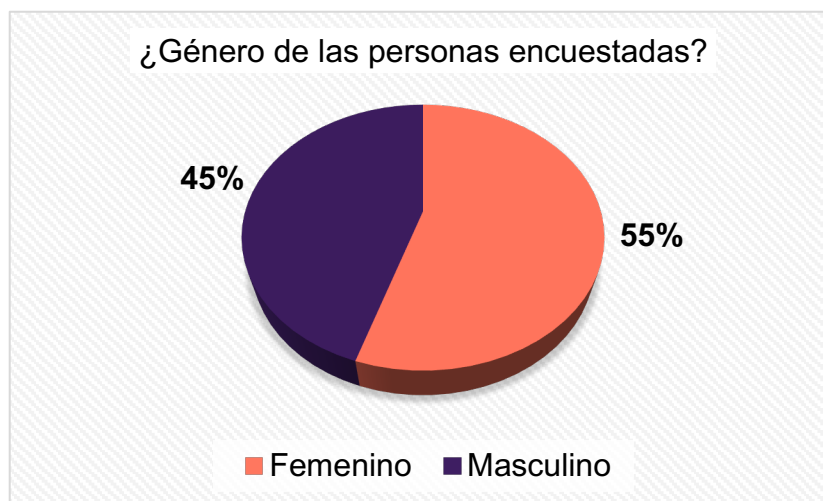
Gráfica 1



Fuente: Epesista Mabyly Veras Sigüenza, Febrero 2018.

**Interpretación:** El 57% de las personas se encuentra entre el rango de edad de 20 a 30, el 33% de 31 a 40, un 8% de 41 a 50 y un 2% de 51 a 60 años de edad.

Gráfica 2

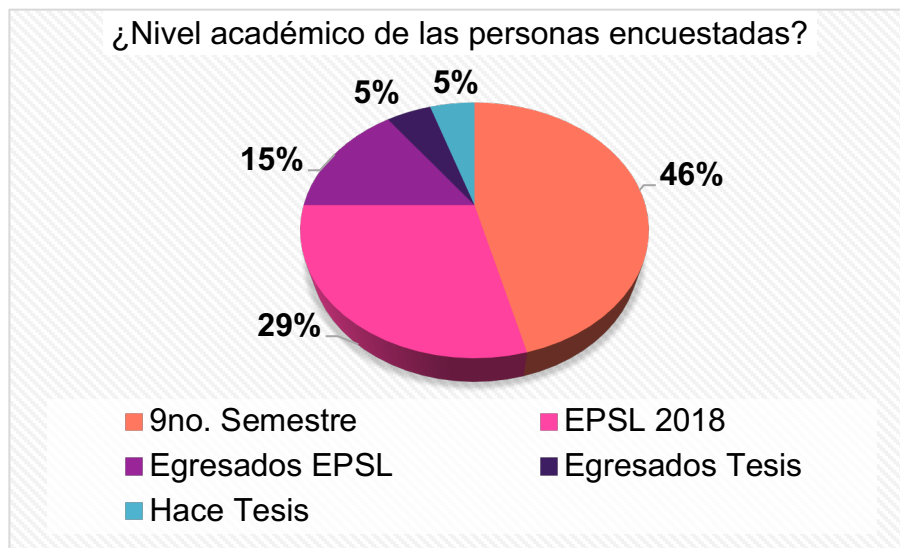


Fuente: Epesista Mabyly Veras Sigüenza, Febrero 2018.

**Interpretación:** El 55% de las personas pertenece al género femenino y un 45% pertenece al género masculino.



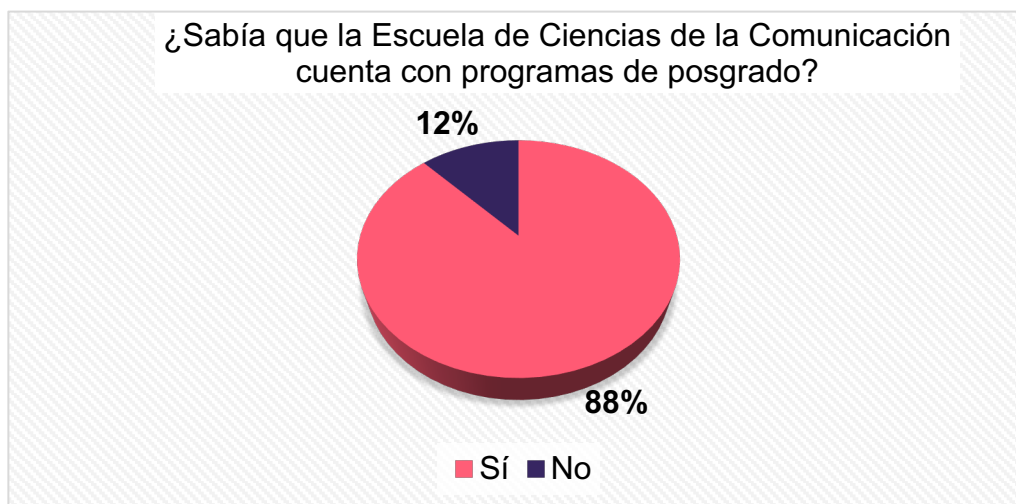
**Gráfica 3**



Fuente: Epesista Mabyly Veras Sigüenza, Febrero 2018.

**Interpretación:** El 46% de las personas a los estudiantes del noveno semestre de Licenciatura, un 29% al grupo de EPSL 2018, un 15% a Egresados a través de EPS, el 5% son Egresados que realizaron tesis y otro 5% a estudiantes que realizan tesis.

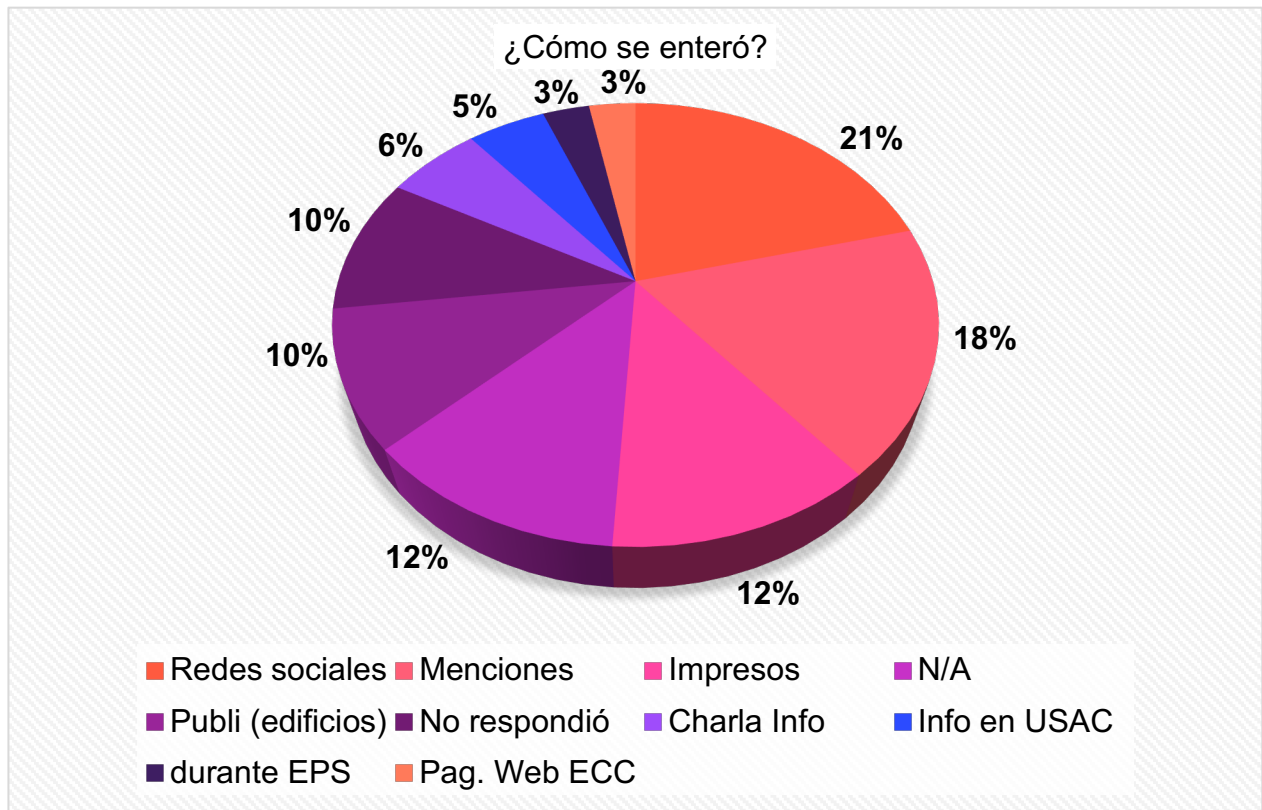
**Gráfica 4**



Fuente: Epesista Mabyly Veras Sigüenza, Febrero 2018.

**Interpretación:** A la pregunta sobre el conocimiento que el estudiante tiene sobre la existencia de los programas de posgrado de la ECC un 88% respondió que sí conoce y el 12% respondió que no conoce.

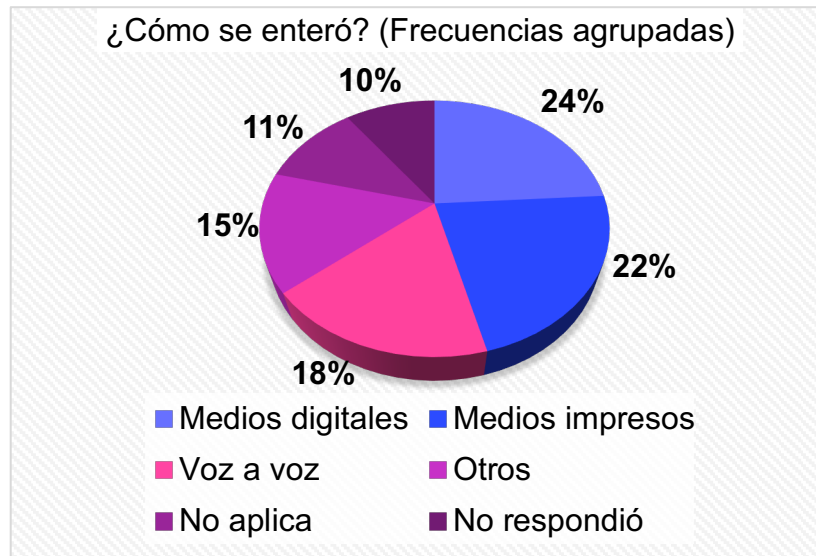
Gráfica 5



Fuente: Epesista Mabyll Veras Sigüenza, Febrero 2018.

**Interpretación:** A la pregunta sobre la forma en que las personas se enteraron de los programas de posgrado respondieron: El 21% a través de redes sociales (Facebook), el 18% a través de menciones de compañeros y/o Docentes, el 12% por medios impresos (Afiche, Banner, Manta vinilica, folleto gráfico -conocido como trifoliar-), un 12% N/A (No aplica) puesto que respondió No a la pregunta anterior, un 10% hizo referencia a Publicidad en el M2 y/o Bienestar, otro 10% no especificó o no respondió, un 6% indicó charla informativa, un 3% durante el EPS, otro 3% por la página web de la ECC y un 5% indicó información en la USAC.

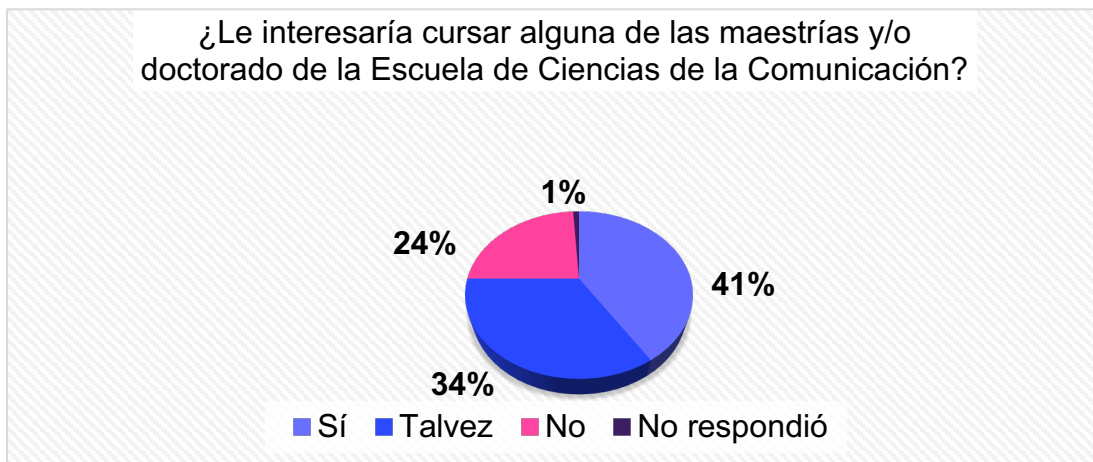
**Gráfica 6**



Fuente: Epesista Mabyly Veras Sigüenza, Febrero 2018.

**Interpretación:** Al agrupar las frecuencias mostradas en la gráfica anterior los resultados corresponden de la siguiente forma: Un 24% a medios digitales (Página web y Facebook), 22% a medios impresos (Afiche, banner, folleto gráfico, entre otros), 18% a la comunicación de voz en voz (Menciones de compañeros y docentes), 15% corresponde a otros (Charla informativa, durante EPS, información en la ECC), un 11% N/A (No aplica puesto que respondió No a la pregunta anterior) y un 10% no especificó o no respondió.

**Gráfica 7**



Fuente: Epesista Mabyly Veras Sigüenza, Febrero 2018.

**Interpretación:** Respecto al interés de los encuestados por cursar alguna de las maestrías y/o doctorado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, un 41% respondió sí, un 34% respondió tal vez, el 24% respondió no y un 1% no respondió.

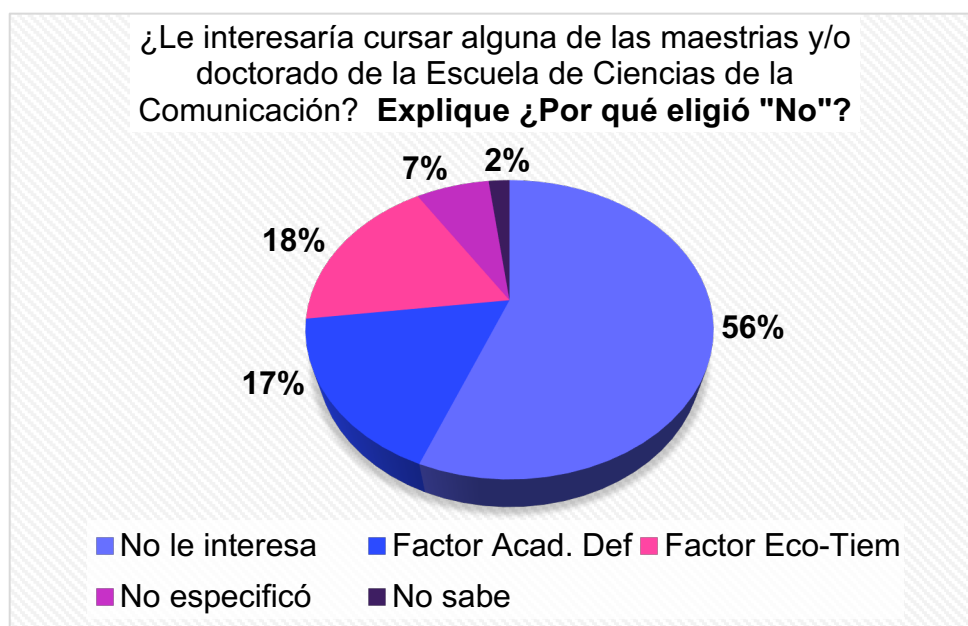
**Gráfica 8**



Fuente: Epesista Mabyly Veras Sigüenza, Febrero 2018.

**Interpretación:** Sobre el 42% de interesados(as) en cursar un programa de posgrado de la ECC, un 18% lo haría para contar con una especialización, un 16% para ampliar conocimientos, otro 16% por crecimiento profesional y personal, un 14% por su desarrollo académico, el 14% para mejorar las oportunidades laborales, otro 14% indicó que se adecúa a sus intereses, un 6% no especificó y un 2% indicó que le gustaría conocer más sobre las opciones.

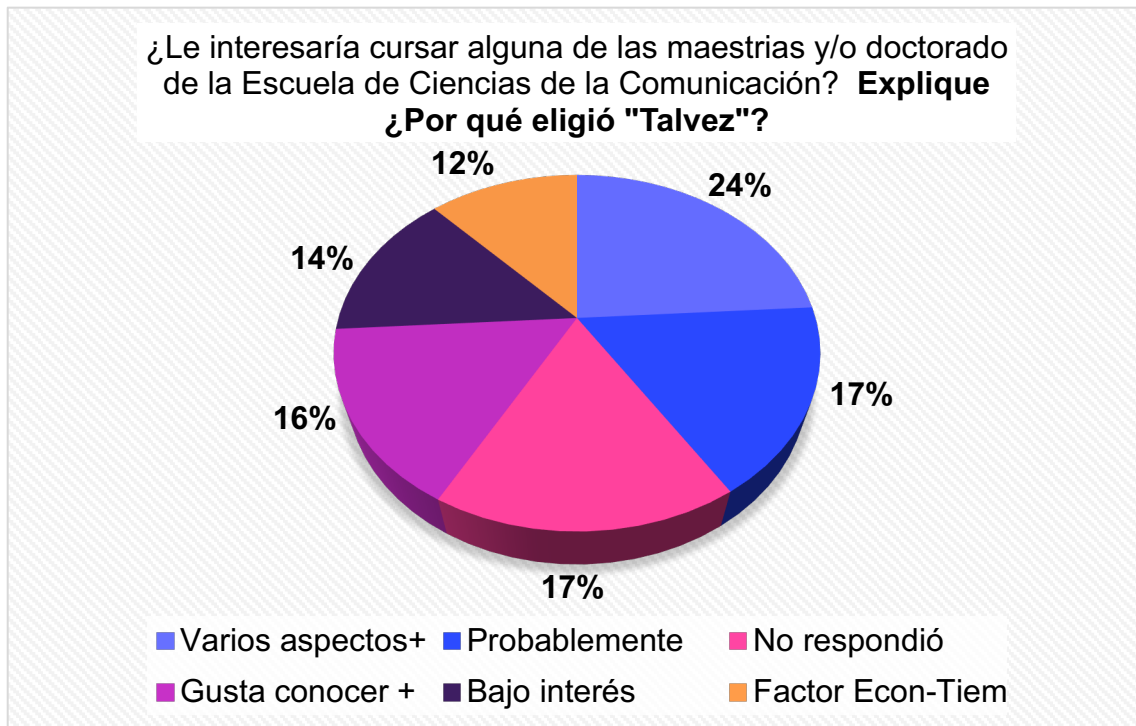
**Gráfica 9**



Fuente: Epesista Mabyly Veras Sigüenza, Febrero 2018.

**Interpretación:** En cuanto al 24% de personas No interesadas en cursar algún programa de posgrado de la ECC; un 56% respondió que No se adecúa a sus intereses debido a el enfoque, pocas opciones, a la competitividad, a la calidad, a los procesos tardados o complicados y la preferencia de estudiar en el extranjero, el 18% por Factor económico, tiempo o tiene interés en otro campo o unidad académica (6% por cada uno), el 17% se refirió al Factor académico deficiente (Contenido, docentes, percepción negativa que tienen de la carrera técnica y de la licenciatura, el método de enseñanza), un 7% No especificó y un 2% no sabe.

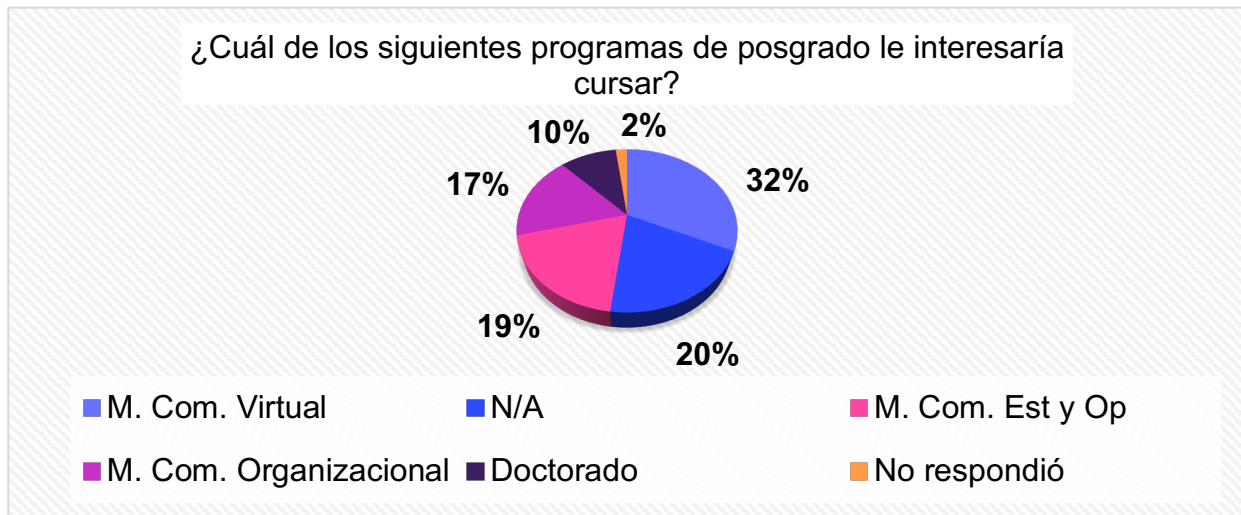
Gráfica 10



Fuente: Epesista Maby Veras Sigüenza, Febrero 2018.

**Interpretación:** En relación al 34% de personas Talvez interesadas en cursar algún programa de posgrado; un 24% respondió varios aspectos positivos como ampliar conocimientos, crecimiento profesional/personal y mejorar oportunidades, un 17% “probablemente” ya que depende si son de su interés (Los factores que influyen son: El nivel académico, el docente, el pensum, el horario). Otro 17% no respondió o no sabe, a un 16% le gustaría conocer más sobre las opciones, un 14% manifestó poco interés debido a un factor académico deficiente (Contenido, docentes, percepción negativa sobre la carrera técnica y de la licenciatura, el método de enseñanza) y un 12% hizo referencia al factor económico y de tiempo.

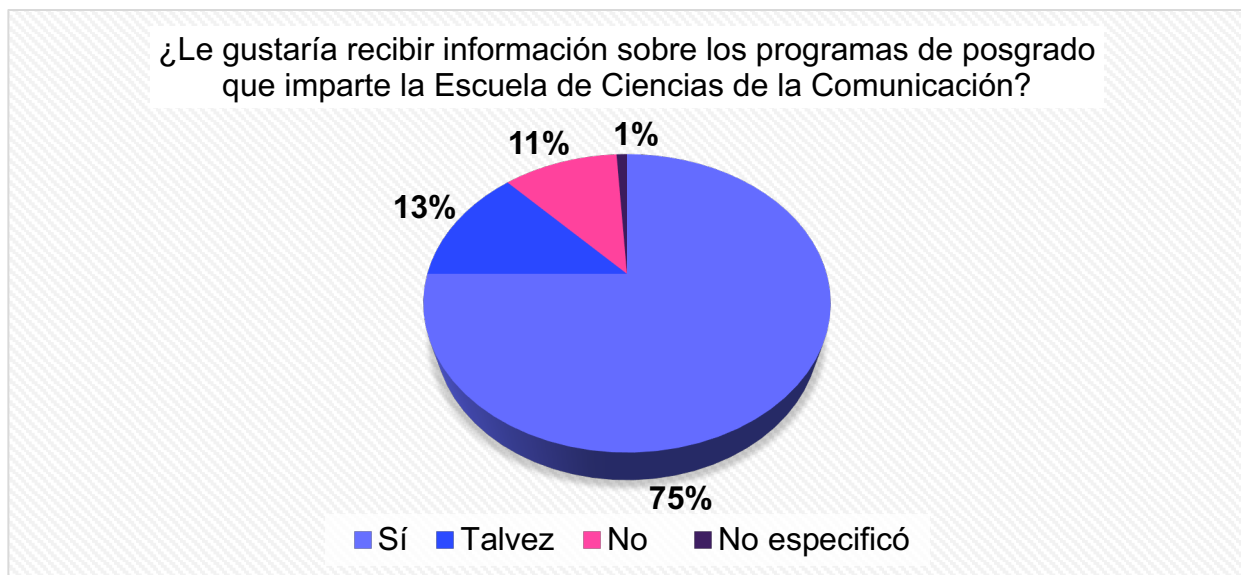
**Gráfica 11**



Fuente: Epesista Mabyly Veras Sigüenza, Febrero 2018.

**Interpretación:** En relación a la preferencia por cada programa de posgrado, los encuestados respondieron: 32% optaría por la Maestría en Comunicación Virtual, el 20% N/A (No aplica porque respondió No previamente), un 19% prefiere la Maestría en Comunicación Estratégica y Opinión Pública, un 17% se inclina por la Maestría Organizacional, un 10% por el Doctorado en Comunicación Estratégica y Social, mientras que el 2% no respondió.

**Gráfica 12**



Fuente: Epesista Mabyly Veras Sigüenza, Febrero 2018.

**Interpretación:** En relación al interés de los encuestados para recibir información sobre los posgrados, el 75% respondió sí, el 13% respondió Talvez, el 11% respondió No y el 1% No especificó o no respondió.

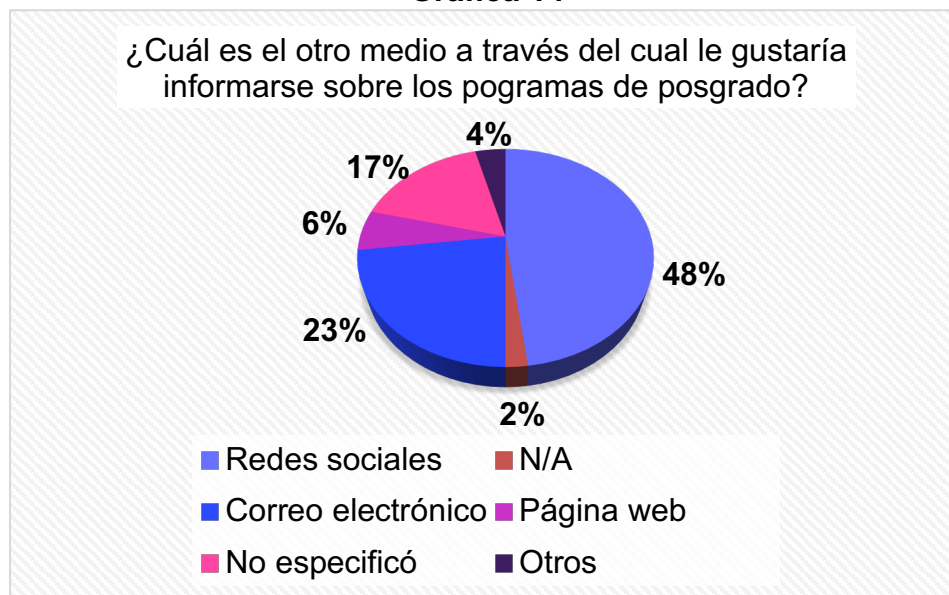
**Gráfica 13**



Fuente: Epesista Mabyly Veras Sigüenza, Febrero 2018.

**Interpretación:** A la pregunta sobre el medio a través del cual los encuestados les gustaría enterarse sobre los programas de posgrado respondieron: 69% otro, el 12% seleccionó la TV (televisión), el 11% Prensa, el 7% Radio, y el 1% No respondió.

**Gráfica 14**

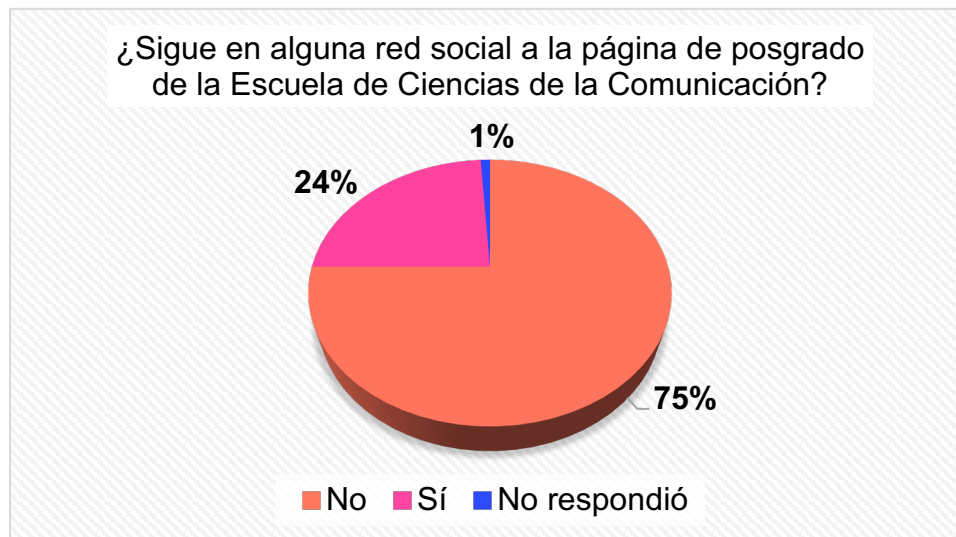


Fuente: Epesista Mabyly Veras Sigüenza, Febrero 2018.

**Interpretación:** Un 48% por Redes sociales, el 23% por correo electrónico, el 17% No especificó, el 6% por la Página web, el 4% por Otros (Classroom, Vía telefónica, Boletín informativo, Charlas informativas, Comunicación interna) y 2% N/A (No aplica porque respondieron previamente no estar interesados).



**Gráfica 15**



Fuente: Epesista Maby Veras Sigüenza, Febrero 2018.

**Interpretación:** El 75% indicó que No sigue en alguna red social a la página de Posgrado, el 24% respondió Sí, mientras que el 1% No respondió.

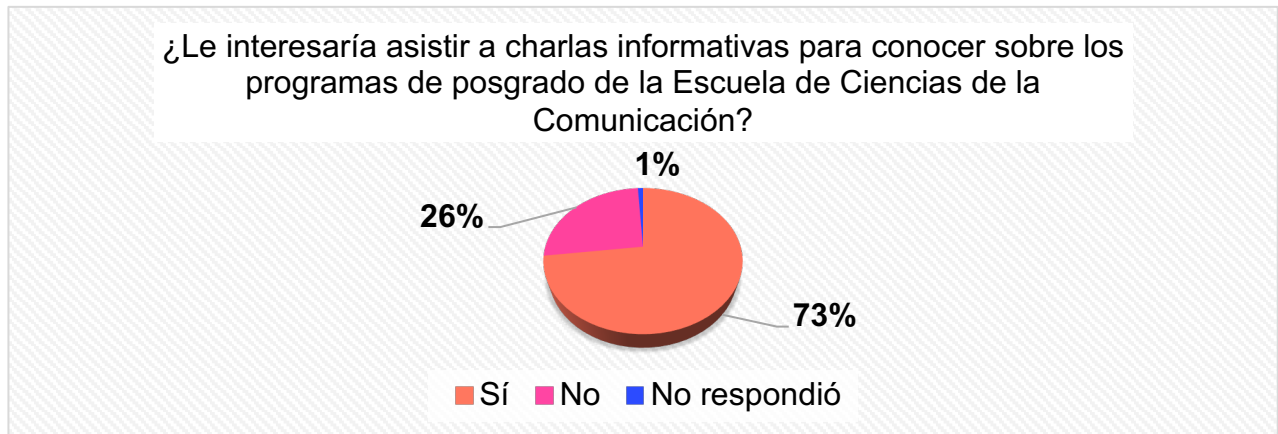
**Gráfica 16**



Fuente: Epesista Maby Veras Sigüenza, Febrero 2018.

**Interpretación:** Respecto a la preferencia de la red social para obtener más información, un 86% seleccionó Facebook, el 6% eligió Instagram, otro 6% Twitter y un 2% No respondió.

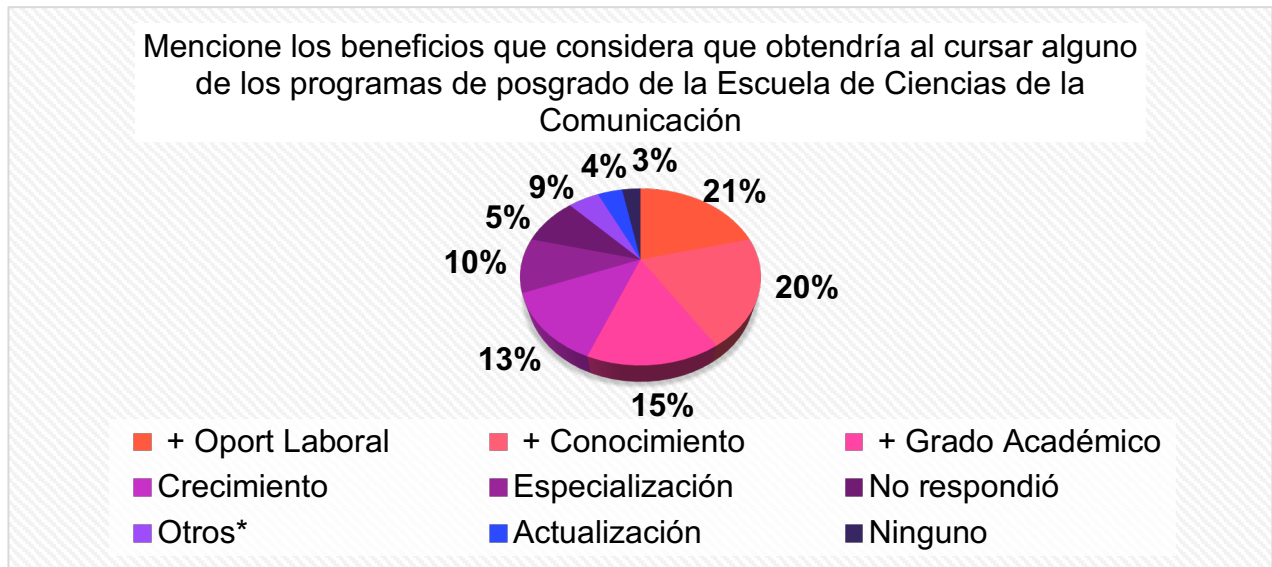
**Gráfica 17**



Fuente: Epesista Mabyly Veras Sigüenza, Febrero 2018.

**Interpretación:** En relación al interés de los encuestados para asistir a charlas informativas, un 73% respondió sí, el 26% respondió no, mientras que el 1% no respondió.

**Gráfica 18**

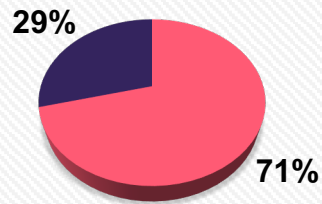


Fuente: Epesista Mabyly Veras Sigüenza, Febrero 2018.

**Interpretación:** Los beneficios que los encuestados consideran que obtendrían por cursar algún programa de posgrado son: El 21% mejorar las oportunidades laborales, un 20% para ampliar sus conocimientos, el 15% para desarrollarse académicamente, un 13% por crecimiento laboral y personal, un 10% para especializarse, el 9% No respondió, un 5% corresponde a Otros (Satisfacción con la calidad de la ECC, bajos costos, para enriquecer el currículum Vitae, por la conciencia social que se adquiere, el prestigio, para obtener beca en el extranjero), un 4% por la actualización y un 3% indicó ninguno.

**Gráfica 19**

Gracias por su ayuda. Deje su dirección de correo electrónico para brindarle más información sobre los programas de posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación



■ Brindó E-mail ■ No brindó E-mail

Fuente: Epesista Maby Veras Sigüenza, Febrero 2018.

**Interpretación:** El 71% de las personas encuestadas brindó su correo electrónico para recibir información sobre los programas de postgrado, mientras que el 29% No respondió o no lo brindó.

## **1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA**

### **Fortalezas**

- Agradable lugar de trabajo
- Personal servicial con buena apertura para brindar información
- Innovación en los procesos educativos por implementación de la plataforma de Classroom

### **Oportunidades**

- Costos bajos
- Programas llamativos
- Flexibilidad de horarios
- Docentes capacitados
- Implementación de tecnología para facilitar procesos educativos

### **Debilidades**

- Falta de actualización y divulgación de la información de posgrados en los canales digitales.
- Falta de presencia en la red social Instagram.
- Bajo nivel de interés de las personas hacia los programas de posgrado.
- Falta de manejo de base de datos.
- Falta de personal administrativo que genere contenido, elabore los materiales para dar seguimiento a los canales digitales y brindar servicio al cliente a través de las redes sociales.

### **Amenazas**

- Facultades de Ciencias de la Comunicación de Universidades privadas
- Programas de Postgrados de otras unidades académicas
- Falta de actualización de las herramientas tecnológicas y/o digitales
- Pocas opciones de Programas

## **CAPÍTULO II**

### **2. PLAN DE COMUNICACIÓN**

#### **2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES**

Los estudios de posgrado en la Escuela de Ciencias de la Comunicación se fundamentan en el Acta Extraordinaria 51-04, Punto Único, del 11 de noviembre de 2004 y el Punto Décimo Primero del Acta 54-04 del 29 de noviembre de 2004. (Normativo de Estudios de Postgrado, 2014).

La oferta académica en materia de posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación es:

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

La maestría en Comunicación Estratégica y Opinión Pública está diseñada para cubrir necesidades de formación en el campo de la comunicación estratégica, tanto en ambientes públicos como en el sector privado y social. (Propuesta de Maestría en Artes Maestría en Comunicación Estratégica y Opinión Pública, 2016)

El proyecto de Maestría en Comunicación Virtual es una propuesta académica para cubrir la necesidad que existe en la formación de recurso humano altamente capacitado para insertarse en el campo laboral con competencias en tecnología de la información y la comunicación –TIC-.

La cultura organizacional de las instituciones actualmente demanda personal más capacitado en el ámbito de la comunicación virtual, dado que muchos procesos de producción se efectúan de esta manera. Cada vez los procesos analógicos y manuales están siendo sustituidos por la cultura virtual. (Propuesta de Maestría en Artes Maestría en Comunicación Virtual, 2016)

## **2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN**

### **2.2.1. Objetivo General**

Crear un plan de comunicación externa para dar a conocer el Departamento de Estudios de Posgrado (DEP) y sus programas, en el desarrollo del Ejercicio Profesional Supervisado (EPSL) 2018.

### **2.2.2. Objetivos específicos**

- Elaborar material visual y audiovisual
- Posicionar los programas del Departamento de Estudios de Posgrado
- Desarrollar el trabajo de Community Manager, manejo y seguimiento de redes sociales.
- Generar una base de datos con nuevos contactos de potenciales alumnos.

## **2.3. PÚBLICO OBJETIVO**

Los alumnos del décimo semestre de Licenciatura de las tres jornadas, estudiantes que actualmente realizan el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL) y tesis, egresados a través de EPSL y tesis en 2017. Seguidores de las páginas oficiales en las redes sociales.

### **Aspectos demográficos:**

Estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación que se encuentren inscritos, que deseen adquirir más conocimientos y mejorar sus oportunidades.

### **Aspectos Psicográficos:**

Dentro de un rango de 20 a 60 años de edad. Estudiantes, epesistas, solteros, casados y padres de familia, con el interés de estudiar los sábados y con la aspiración de especializarse.

## Aspectos Geográficos:

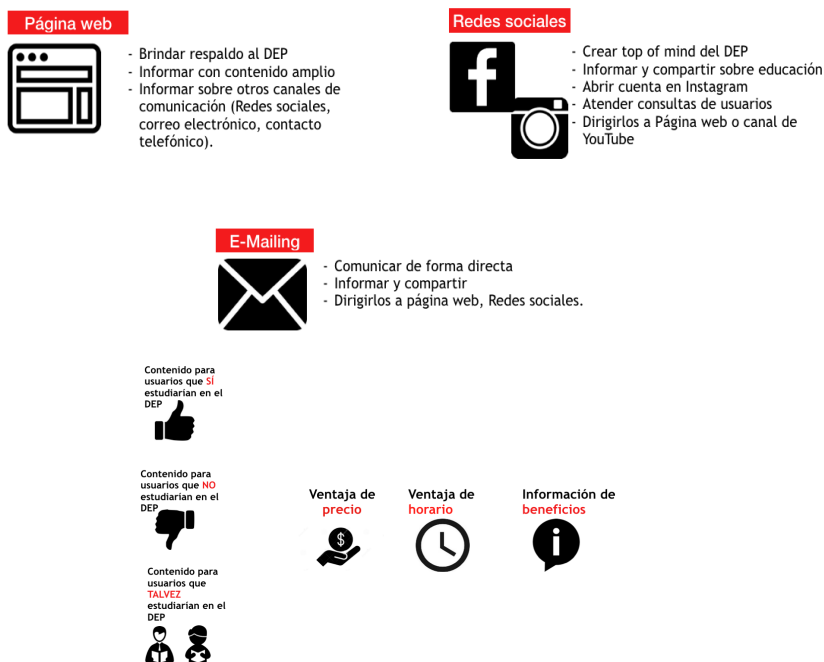
Estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala, sede central, ubicada en zona 12 de la ciudad capital, Guatemala.

### 2.4. MENSAJE

El mensaje que comunicará la campaña es: "Posgrado = Más Conocimiento = Más Oportunidades = Más Especialización", aunado a las ventajas de los programas y sus estrategias para que el grupo objetivo se interese por los Programas de Estudios de Posgrado.




### 2.5. ESTRATEGIAS Y ACCIONES

#### Elementos de la estrategia y su rol:



Fuente: Epesista Mabyly Veras Sigüenza, Abril 2018.

Acción 1	
A qué estrategia responde la acción	Campaña Informativa
Problema	Falta de actualización y divulgación de la información de posgrados en los canales digitales, bajo nivel de interés de las personas hacia los programas.
Producto	Videos informativos de los programas del Departamento de Estudios de Posgrado en los canales digitales. (Boceto de guion técnico)
Objetivo Comunicacional	Dar a conocer los programas de posgrado reflejando una imagen renovada para captar más interesados.
Tipo de Mensaje	Informativo.
Público Objetivo	Externo. Clientes potenciales que busquen información en Google y redes sociales.
Medio de difusión	Redes sociales, Canal de YouTube de la ECC, página web.

Introducción con logos. / Voz en OFF: Mabyl Veras	Información sobre Metodología, horarios, etc. / Voz en OFF: Mabyl Veras	Información sobre programas de Posgrado. / Voz en OFF: Mabyl Veras	Estrategia formativa, , curso propedéutico / Voz en OFF: Mabyl Veras, música de fondo
			

Proyecto: Pre producción, producción y post producción (Guion técnico, grabación de imágenes y edición de video. A cargo de epesista Mabyl Veras, Abril 2018.

Acción 2	
A qué estrategia responde la acción	Campaña Informativa.
Problema	Falta de presencia en Instagram. Falta de actualización y divulgación de la información de posgrados en los canales digitales.
Producto	Creación de nueva cuenta en la red social Instagram para el Departamento de Estudios de Posgrado.
Objetivo Comunicacional	Divulgar los programas de posgrado, a través de una imagen renovada y actualizada, para crear presencia y divulgar la información de los programas.
Tipo de Mensaje	Informativo
Público Objetivo	Externo. Interesados en continuar estudios de Posgrado.
Medio de difusión	Instagram



Acción 3	
A qué estrategia responde la acción	Campaña Informativa
Problema	Falta de actualización y divulgación de la información de posgrados en los canales digitales y bajo nivel de interés de las personas hacia los programas.
Producto	Materiales visuales ( <b>Bocetos</b> )
Objetivo Comunicacional	Divulgar la información de los programas de posgrado en los canales digitales, proyectando la imagen renovada, actualizada, profesional y estandarizada del Departamento de Estudios de Posgrado para mejorar el nivel de interés de las personas hacia éstos.
Tipo de Mensaje	Informativo.
Público Objetivo	Externo. Interesados que busquen información en internet.
Medio de difusión	Página web, redes sociales y correo electrónico



Proyecto: Página web: Diseño de pensum y cintillo con información de contacto. A cargo de epesista Maby Veras Sigüenza, Abril 2018



Proyecto: Contenido para redes sociales para personas interesadas en cursar algún programa de posgrado. A cargo de epesista Maby Veras, Abril 2018.



Proyecto: Contenido para redes sociales para personas que **No y Talvez** estarían interesadas en cursar algún programa de posgrado. A cargo de epesista Maby Veras, Abril 2018.



Proyecto: Portada para Facebook para sección de “Nuestra Historia”. A cargo de epesista Maby Veras, Abril 2018



Proyecto: Catálogo digital o convocatorias de los programas de posgrado para los canales digitales. A cargo de epesista Maby Veras, Abril 2018.

Acción 4	
A qué estrategia responde la acción	Campaña Informativa.
Problema	Falta de actualización y divulgación de la información de posgrados en los canales digitales. Bajo nivel de interés de las personas hacia los programas. Falta de manejo de base de datos. Falta de personal administrativo que genere contenido y que brinde servicio al cliente a través de las redes sociales.
Producto	Community Manager, manejo de redes sociales (creación de contenido, programación de publicaciones*), servicio al cliente, elaboración de base de datos.
Objetivo Comunicacional	Divulgar la información de los programas de posgrado y contenido amplio a través de una imagen renovada para alcanzar nuevos contactos de alumnos potenciales.
Tipo de Mensaje	Informativo
Público Objetivo	Seguidores de las páginas oficiales.
Medio de difusión	Redes sociales



Fuente: Facebook Departamento de Estudios de Posgrado ECC USAC.

Proyecto: Transmisión en vivo de charla informativa. A cargo de epesista MabyI Veras.

Acción 5	
A qué estrategia responde la acción	Campaña Informativa.
Problema	Falta de actualización y divulgación de la información de posgrados en los canales digitales. Bajo nivel de interés de las personas y falta de manejo de base de datos.
Producto	Correos electrónicos masivos.
Objetivo Comunicacional	Informar de forma amplia y directa.
Tipo de Mensaje	Informativo
Público Objetivo	Externo. Alumnos del último año de Licenciatura de las tres jornadas, estudiantes que actualmente realizan el EPSL y tesis. Egresados a través de EPSL y tesis en 2017.
Medio de difusión	Correo electrónico

To Base de datos generada durante EPS Postgrados

cc / BCC



DEP - Conoce las Maestrías de la ECC

Estimado(a) estudiante y/o Licenciado(a),



Proyecto: Aprovechamiento de la base de datos generada durante la fase del Diagnóstico). A cargo de epesista Mabyll Veras Sigüenza, Abril 2018.

**CAPÍTULO III**  
**3. INFORME DE EJECUCIÓN**

**3.1. PROYECTO DESARROLLADO**

“Estrategias de Comunicación Externa para Fortalecer la Imagen Institucional Departamento de Estudios de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala”

**3.1.1. Financiamiento:**

Los gastos incurridos durante la ejecución de la estrategia comunicacional se financiaron en un 100% por parte de la epesista.

**3.1.2. Presupuesto:**

El presupuesto utilizado para la ejecución de la estrategia de comunicación se describe a continuación:

<b>Descripción de producto o servicio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costos</b>
Asesoría Comunicacional	1	Q8,000.00	Q 8,000.00
Diseño gráfico	2	Q3,000.00	Q 6,000.00
Creatividad	2	Q1,000.00	Q 2,000.00
Elaboración de audiovisuales	2	Q1,000.00	Q 2,000.00
Grabación con drone para video	1	Q 1,100.00	Q 1,100.00
Community Manager (Mensual)	1	Q1,000.00	Q 1,000.00
Plan de datos (móvil)	2	Q 199.00	Q 398.00
Once pautas en Facebook / total US\$26.35	1	Q 197.37	Q 197.37
Canva Premium (Diseño) USD\$12.95	1	Q 97.00	Q 97.00
<b>MONTO TOTAL</b>	-----	-----	<b>Q20,792.37</b>

### 3.1.3. Beneficiarios:

<b>Beneficiarios</b>		<b>Beneficio</b>
<b>Primarios</b>	Personas interesadas en cursar un programa de posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.	Divulgación de los programas de posgrado e incentivación a personas interesadas a través de productos visuales y audiovisuales con la imagen renovada.
<b>Secundarios</b>	Personal administrativo del DEP	Productos y servicios en los canales digitales que denotaron la imagen renovada y captaron la atención de seguidores actuales de Facebook y nuevos contactos de potenciales alumnos.
	Coordinadores de Maestrías y del Doctorado	
	Director del Departamento de Estudios de Posgrado	

### 3.1.4. Recursos Humanos

<b>Personal</b>	<b>Cargo</b>	<b>Actividad</b>
M.A. Sergio Morataya	Director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación	Aprobación de materiales para página web de la ECC (Apartados de Maestría y Doctorado).
M.Sc. Gustavo Moran	Director del DEP (Departamento de Estudios de Posgrado)	Aprobación y apoyo con gestiones realizadas durante EPSL.
M.A. Cesar Urizar	Coordinador de Maestrías del DEP	Aprobación y apoyo con gestiones realizadas durante el EPSL.
Licda. Alejandra Chicas	Secretaria del DEP	Apoyo con gestiones realizadas durante el EPSL, coordinación de reuniones, proveyendo la información necesaria .
Lic. Luis Pedroza	Coordinador de EPSL	Apoyo durante el EPSL 2018.
Licda. Sandra Hernández	Asesora de EPSL 2018	Supervisión de las etapas del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura.
M.A. Pablo Dávila	Personal Administrativo de ECC	Apoyo con página web y canal de YouTube de la ECC.
M.A. Allan López	Personal Administrativo de ECC	Apoyo con página web de la ECC.
Lic. César Chavarría	Editor, Productor y Creador de contenidos	Grabación de video con drone en Campus Central USAC.
Mtra. Iveth Soto	Docente del DEP	Apertura a toma de fotografías y brindando la información académica y laboral para publicaciones de perfiles docentes en redes sociales.
Mtro. David Arias	Docente del DEP	
Mtra. Elisabeth Avalos Castañeda	Docente del DEP	
Mtro. Marco Tulio Aldana	Docente del DEP	
Mtra. Mariela Román	Docente del DEP	
Mtro. Rolando Baldizón	Docente del DEP	

### **3.1.5. Área geográfica de acción:**

La ejecución de la estrategia de comunicación se realizó en el Departamento de Estudios de Posgrado, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Ciudad Universitaria, Zona 12 en el Primer Nivel del edificio de Bienestar Estudiantil, oficina de Posgrado.

## **3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES**

- **Estrategia:**

Videos informativos, de los Programas del Departamento de Estudios de Posgrado, en los canales digitales.

### **Objetivo Comunicacional:**

Dar a conocer los programas de posgrado.

### **Descripción:**

Se realizaron videos con información sobre la metodología, horarios, duración, sede o lugar de desarrollo de los programas, curso propedéutico, creado con imágenes propiamente elaboradas, imágenes y música descargada, libre de derechos de autor con uso para fines comerciales y con grabaciones con dron.

### **Acciones desarrolladas:**

Se crearon 2 videos informativos sobre los programas de posgrado: El primero, de más de 2 minutos subido al canal de YouTube de la ECC (Visualizado a su vez en los apartados de maestrías y del doctorado en la página web de la ECC) y el segundo, de 19 segundos con información concisa y breve sobre los programas de posgrado, difundidos a través de redes sociales.



Canal de YouTube	Facebook
	
Página web	Instagram
	

Fuente: Audiovisuales en los canales digitales del DEP

- **Estrategia:**

Creación de nueva cuenta en la red social Instagram para el Departamento de Estudios de Posgrado.

**Objetivo Comunicacional:**


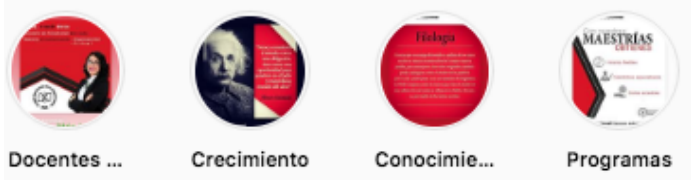
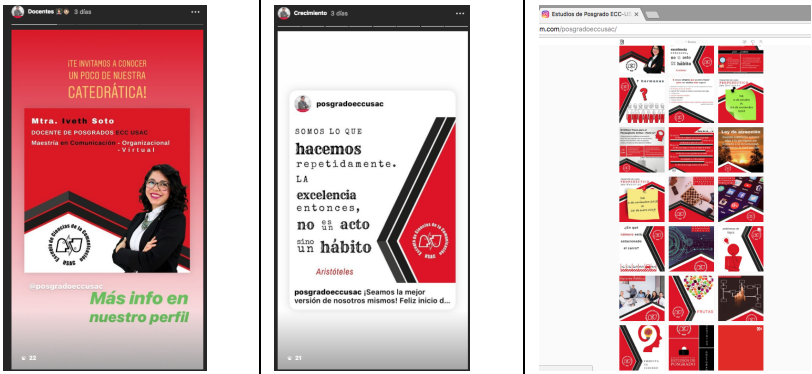
Divulgar los programas de posgrado, a través de una imagen renovada y actualizada, para crear presencia y divulgar la información de los programas.

## Descripción:

Se creó una cuenta nueva en Instagram para generar presencia en esa red social y divulgar la información de los programas de posgrado para elevar el nivel de interés de las personas hacia éstos.

## Acciones desarrolladas:

Se creó una nueva cuenta en la red social Instagram donde se difundió la información sobre los programas del Departamento de Estudios de Posgrado, generando contenido variado, historias diarias e historias destacadas, proyectado la imagen renovada, actualizada y profesional.

<b>Nueva cuenta de Instagram</b>	
<b>Creación de historias destacadas</b>	
<b>Contenido Generado</b>	

Proyecto a cargo de epesista MabyI Veras. Imágenes de la cuenta de Instagram del DEP.

- **Estrategia:**  
Materiales visuales para canales digitales.

**Objetivo Comunicacional:**

Divulgar la información de los programas de posgrado.

**Descripción:**

Se crearon materiales visuales divulgados a través de la página web, redes sociales y correo electrónico, elaborados en Photoshop y Canva Premium proyectando la imagen renovada, actualizada, profesional y estandarizada para mejorar el nivel de interés de las personas hacia éstos.

**Acciones desarrolladas:**

Se diseñó el Pensum y cintillo con información de contacto para el sitio web. Para las redes sociales se generó contenido para personas que “sí, no y talvez” estudiarían algún programa de Posgrado. Se elaboró una foto de portada de “Nuestra Historia” para Facebook. Para el correo electrónico se diseñó una imagen para el cuerpo del mensaje invitando a abrir el catálogo de los programas de posgrado, que a su vez fue diseñado para ser difundido en la página web y redes sociales.

Pensum y cintillo para página web	Contenido para redes sociales
	

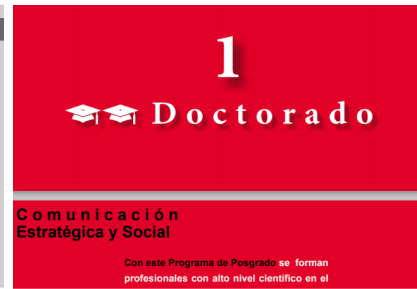
## Contenido para redes sociales



### Imagen para cuerpo del mensaje de correo electrónico



### Catálogos



- **Estrategia:**

Community Manager. Manejo de las redes sociales.

### Objetivo Comunicacional:

Divulgar la información de los programas de posgrado y contenido amplio a través de las redes sociales para alcanzar nuevos contactos de alumnos potenciales y responder a los interesados con altos estándares de servicio para generar confianza con los usuarios.

## Descripción:

Se generó contenido reflejando la imagen renovada del Departamento de Estudios de Posgrado, programando publicaciones y gestionando pautas a través de Facebook e Instagram, brindando servicio al cliente de alta calidad y generando base de datos de alumnos potenciales.

## Acciones desarrolladas:

Se diseñaron imágenes con el fin de llamar la atención e informar sobre los programas de posgrado, para obtener la interacción de los usuarios a través de las redes sociales para generar presencia y obtener nuevos contactos. También se transmitió en vivo la charla informativa brindada a grupo de EPSL 2018.

### Contenido generado para redes sociales



### Transmisión en vivo de charla informativa a través de Facebook



### Base de datos generada durante la Fase de Ejecución

Base de datos													
No	Nombre o Usuario de Facebook/Instagram	Correo electrónico	Post Publicación	Forma de Publicación	Red Social	Solicitud	Forma de Solicitud	Programa de interés	Fecha	Hora	Respuesta	Fecha	Hora Interacción
108	No se especificó	anamababat@NA	NA	NA	Info	Verificación Bienestar	No se especificó		30.07.2018	PM	Convocatoria enviada por correo	31.07.2018	09:04
109	Hugo David Morales Garcia	h.morales@NA	NA	NA	Info	Ch. Directo	Correo e	DOCTORADO	30.07.2018	20:11	Convocatoria enviada por correo	31.07.2018	09:17
110	Estelita Alcántara	estelita@NA	NA	NA	Info	Via inbco	ECC Inbco	DOCTORADO	30.07.2018	00:26	Convocatoria enviada por inbco	31.07.2018	09:51
111	Ignacio Luis Ladrón de Guebara	ladrondg@gmail.com	NA	NA	Info			DOCTORADO					
112	Celeste Meca	celeste@NA	NA	NA	Info	Ch. Directo	Correo e	Maestrías	01.08.2018	11:26	Convocatoria enviada por correo	01.08.2018	16:13
113	Kelly Marcel Flores Estrada	kelly@NA	NA	NA	Info	Ch. Directo	Correo e	Maestrías	04.08.2018	3:56	Convocatoria enviada por correo	04.08.2018	12:13
114	Rita	rita@NA	NA	NA	Info	Ch. Directo	Correo e	Maestrías	03.08.2018		Convocatoria enviada por correo	04.08.2018	12:30
115	Jose Antonio Hernandez	joahernandez@NA	NA	NA	Info	Ch. Directo	Correo e	Maestrías	06.08.2018	12:06	Años para profundizar información de M. Com. Est. y Op. Pub.	07.08.2018	11:57
116	Hazel Hernandez	hazeldg@NA	NA	NA	Info	Ch. Directo	Correo e	Maestrías	06.08.2018	23:50	Convocatoria enviada por correo	07.08.2018	02:09
117	Luis Carlos Espinosa Samayoa	luis@NA	NA	NA	Info	Ch. Directo	Correo e	Maestrías	07.08.2018		Convocatoria enviada por correo	08.08.2018	11:20
118	Miguel Carosa	miguel@NA	NA	NA	Info	Via inbco		Maestrías	08.08.2018	09:00	Convocatoria enviada por correo	08.08.2018	11:23
119	Diego Urzua	diego@NA	NA	NA	Info	Via inbco		Maestrías	07.08.2018		Convocatoria enviada por correo	08.08.2018	11:41
120	Yolimar	yolimar@NA	NA	NA	Info	Via inbco		Maestrías	08.08.2018	04:27	Convocatoria enviada por correo	08.08.2018	11:23
121	Zulma Amaris Alvarez	zavarez@NA	NA	NA	Info	Ch. Directo	Correo e	Maestrías	05.08.2018	11:24	Convocatoria enviada por correo	05.08.2018	12:35
122	Isidro Alvarez	isidro@NA	NA	NA	Info	Maestrías			09.08.2018	8:56	Convocatoria enviada por inbco	10.08.2018	12:18
123	Carla Mata	carla@NA	NA	NA	Info	Verificación Bienestar		DOCTORADO	09.08.2018		Convocatoria enviada por correo	10.08.2018	14:42
124	Ricardo Rodríguez Bufo	ricardo@NA	NA	NA	Info	Ch. Directo	Correo e	DOCTORADO	11.08.2018	9:34	Convocatoria enviada por correo	14.08.2018	09:40
125	Yolimar Pareda	yolimar@NA	NA	NA	Info	Via inbco		Maestrías	11.08.2018	22:55	Convocatoria enviada por correo	14.08.2018	02:17
126	Roberto Pirez	roberto@NA	NA	NA	Info	Via inbco		DOCTORADO	14.08.2018	17:50		14.08.2018	
127	Roberto Pirez	roberto@NA	NA	NA	Info	Via inbco		Maestrías	14.08.2018	18:43		14.08.2018	
128	No se especificó	carla@NA	NA	NA	Info	Verificación Bienestar		Maestrías	14.08.2018	PM	Convocatoria enviada por correo	14.08.2018	15:03

- **Estrategia:**

Comunicación masiva a través de correo electrónico.

**Objetivo Comunicacional:**

Informar de forma amplia y directa sobre los programas de posgrado a través del correo electrónico.

**Descripción:**

Se divulgó la información de posgrado a través de correos electrónicos masivos aprovechando la base de datos generada durante la fase del Diagnóstico del EPSL.

**Acciones desarrolladas:**

Haciendo uso de la base de datos generada en la primera fase del EPSL, se enviaron correos masivos con imágenes llamativas que invitaron a los interesados a abrir el archivo adjunto con toda la información de los programas de posgrado.



### 3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES												
Actividades por mes y semanas	MAYO				JUNIO				JUNIO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Inicio de fase de ejecución de EPSL												
Elaboración de guión técnico, grabaciones, selección de fotografías, diseño de imágenes, compra y elaboración de materiales para grabación de introducción de video. Grabación con drone, pre aprobación, modificaciones y aprobación final del video.												
Gestión con personal administrativo de ECC para subir materiales a canal de YouTube y página web												
Diseño, modificación, aprobación de materiales para canales digitales.												
Manejo de redes sociales (programación y gestión de pautas), servicio al cliente, elaboración de base de datos.												
Finalización de fase de ejecución de EPSL												
Entrega de informe final de ejecución												

Fuente: <http://tugimnasiacerebral.com/sites/default/files/como-hacer-graficas-de-gantt.jpg>

### 3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

Estrategia	<b>Materiales audiovisuales para canales digitales</b>	
Objetivo	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
Actualizar y divulgar información de posgrado.	Reproducciones de video: -320 YouTube/Página web. - 407 Facebook. - 25 Instagram.	Imagen renovada, forma rápida y llamativa de comunicar para ser visualizada en cualquier momento por las personas interesadas.

Estrategia	<b>Creación de nueva cuenta en la red social Instagram</b>	
Objetivo	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
Divulgar los programas de posgrado en nueva red social.	72 seguidores (a la fecha).	Presencia y posicionamiento del DEP, imagen renovada y actualizada.

Estrategia	<b>Materiales visuales para canales digitales</b>	
Objetivo	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
Actualizar y divulgar la información de posgrados en los canales digitales.	Diseño de imágenes: 38 Facebook, 37 adaptaciones Instagram, 6 página web, 1 correo electrónico, dos catálogos de 20 páginas cada uno, 204 nuevos "Me gusta" y 205 nuevos seguidores en Facebook.	Imagen renovada, actualizada y estandarizada. Nuevos seguidores en las redes sociales. Obtención de nuevos contactos de alumnos potenciales.

Estrategia	<b>Community Manager. Manejo de las redes sociales</b>	
Objetivo	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
Divulgar la información de los programas de posgrado con contenido amplio.	Publicación pagada, con más alcance: 2.823. Publicación orgánica, alcance más alto: 3.407. Base de datos con 129 nuevos contactos, nuevos "Me gusta" 204 y nuevos "Seguidores en Facebook: 205. Alto índice de respuesta alcanzado, 468 reproducciones de video por transmisión en vivo en Facebook. (Ver imágenes en Anexos)	Actualización y divulgación de la información. Incremento de seguidores en redes sociales. Obtención de nuevos contactos de alumnos potenciales.

Estrategia	<b>Comunicación masiva a través de correo electrónico</b>	
Objetivo	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
Informar amplia y directamente.	110 correos enviados	Correos masivos enviados a contactos de de la base de datos generada durante el Diagnóstico con imagen renovada y actualizada.



## CONCLUSIONES

- Los materiales visuales y audiovisuales, divulgados en los canales digitales del Departamento de Estudios de Posgrado, posicionaron los programas a través de la imagen renovada, actualizada, profesional y estandarizada que informó y continuará informando ampliamente a las personas interesadas.
- Se generó presencia en una nueva red social, Instagram.
- A través del trabajo de Community Manager se logró generar contenido amplio y llamativo, brindando un buen y rápido servicio al cliente que alcanzó un índice de respuesta alto y logró la obtención de nuevos contactos de alumnos potenciales.
- La comunicación masiva a través de correo electrónico, permitió comunicar de forma más directa, aprovechando la base de datos generada en la fase del diagnóstico comunicacional del EPSL.

## RECOMENDACIONES

- Asignar a una persona que se encargue de la comunicación externa, que recabe información con la que genere contenido (Material visual y audiovisual) para divulgar a través de los canales digitales
- Pautar los materiales publicados durante este proyecto en las redes sociales, para continuar atrayendo más seguidores, potenciales alumnos y continuar generando presencia y posicionamiento.
- Acceder a plataformas con planes de pago asequibles que faciliten el diseño de los materiales a divulgar en los medios virtuales.
- Brindar más información, presencial y virtual (video-conferencias en línea), con los catedráticos de los programas de posgrado para ampliar la información y atraer aún más a los interesados a través de la participación de los especialistas.
- Implementar el uso de plataformas que generen bases de datos y respuestas automáticas, para realizar comunicaciones masivas adaptadas a dispositivos electrónicos, dar seguimiento directo a través de correo electrónico y hacer uso de las dos bases de datos generadas durante las fases de este proyecto (Diagnóstico y Ejecución del EPSL 2018) para fidelizar a los clientes potenciales.

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Acción:** Ejercicio de la posibilidad de hacer. Resultado de hacer. Efecto que causa un agente sobre algo.

**Beneficiario:** Dicho de una persona: Que resulta favorecido por algo.

**Canal:** m. Ling. Conducto físico por el que circula el mensaje.

**Canales digitales:** Composición de plataformas como la página web, estrategia en las redes sociales, correo electrónico y aplicaciones para móviles.

**Ciente:** Persona que compra en una tienda, o que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa.

**Comunicación:** Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor. Medio que permite que haya comunicación (unión) entre ciertas cosas.

**Correo electrónico:** Sistema de transmisión de mensajes por computadora a través de redes informáticas.

**DEP:** Departamento de Estudios de Posgrado.

**Diagnóstico:** El diagnóstico (del griego diagnostikós, a su vez del prefijo día-, "a través", y gnosis, "conocimiento" o "apto para conocer") alude, en general, al análisis que se realiza para determinar cualquier situación y cuáles son las tendencias. Esta determinación se realiza sobre la base de datos y hechos recogidos y ordenados sistemáticamente, que permiten juzgar mejor qué es lo que está pasando.

**Digital:** Dicho de algunos medios de comunicación, especialmente de prensa, que se publican en internet o en un formato electrónico.

**ECC:** Escuela de Ciencias de la Comunicación.

**Encuesta:** Conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa de grupo sociales para averiguar estados de opinión o conocer otras cuestiones que les afectan.

**Ejecución:** Ejecutar, llevar a la práctica, realizar.

**EPSL:** Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

**Estrategia:** Una planificación de algo que se propone un individuo o grupo.

**Financiamiento:** m. Acción y efecto de financiar.

**Financiar:** tr. Sufragar los gastos de una actividad, de una obra, etc.

**Interesado(a):** Que tiene interés en algo.

**Método:** Modo de decir o hacer con orden.

**Metodología:** Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica o en una exposición doctrinal.

**Observar:** Mirar con atención y recato.

**Observación:** Acción y efecto de observar.

**Organigrama:** Sinopsis o esquema de la organización de una entidad, de una empresa o de una tarea.

**Oportunidades:** Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

**Página web:** Conjunto de informaciones de un sitio web que se muestran en una pantalla y que puede incluir textos, contenidos audiovisuales y enlaces con otras páginas.

**Plan:** Modelo sistemático de una actuación pública o privada, que se elabora anticipadamente para dirigirla o encauzarla.

**Plataforma:** Entorno informático determinado, que utiliza sistemas compatibles entre sí.

**Proyecto:** Designio o pensamiento de ejecutar algo. Primer esquema o plan de cualquier trabajo que se hace a veces como prueba antes de darle forma definitiva.

**Red social:** Plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a gran número de usuarios.

**USAC:** Universidad de San Carlos de Guatemala.

## BIBLIOGRAFÍA

- Departamento de Estudios de Postgrado de la Escuela de Ciencias de Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala. (2014). Normativo de Estudios de Postgrado. Recuperado del Archivo del Departamento de Posgrado.
- Departamento de Estudios de Postgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. (2016). Propuesta de Maestría en Artes en Comunicación Estratégica y Opinión Pública y Virtual. Recuperado del Archivo del Departamento de Posgrado.
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, M. P. (2014) Metodología de la Investigación Sexta Edición. Ciudad de México, México. Editorial MC GRAW HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Piloña, G. A. (2016) Guía Práctica sobre Métodos y Técnicas de Investigación Documental y de Campo. Ciudad de Guatemala, Guatemala. Editorial Litografías CIMGRA, Centro de Impresiones Gráficas.

## E GRAFÍA

- Diccionario de la Real Academia Española (Fecha de consulta: agosto de 2018). Disponible en: <http://www.rae.es/>
- Historia de la de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC. (Fecha de consulta: febrero de 2018). Disponible en: <http://comunicacion.usac.edu.gt/quienes-somos/>
- Significado de “Diagnóstico” en Wikipedia (Fecha de consulta: Agosto de 2018). Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Diagn%C3%B3stico>
- Nuevas Tecnologías “Los Canales Digitales en una Empresa” (Fecha de consulta: agosto de 2018). Disponible en: <http://www.legaltoday.com/gestion-del-despacho/nuevas-tecnologias/articulos/los-canales-digitales-en-una-empresa>

## ANEXOS

### Transcripción completa de las Entrevistas



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



**Entrevista No. 1** al personal del DEP -Departamento de Estudios de Posgrado- de la Escuela de Ciencias de la Comunicación

Nombre del Entrevistado: Director del Departamento / Fecha: 23/02/2018

“Inicialmente se colocaban papeles (afiches) en los diferentes edificios de la Universidad y el CUM pero se detectó que se da a conocer más sobre los programas de posgrado a través de las redes sociales. Es muy caro para el Departamento, que además funciona sólo con la Secretaria-Contadora y yo, realizar publicidad en los medios de TV y prensa, sin embargo, a través de Nuestro Diario se han realizado esfuerzos publicando información de las maestrías del DEP. Con Facebook se ha tenido alcance de aproximadamente 15 mil personas de las cuales bastantes personas han requerido información. También se ha realizado Publicidad a través del Colegio de Humanidades comunicando por correo electrónico. Se ha consultado a los estudiantes para evaluar los canales de comunicación y el resultado ha arrojado que la orientación debe realizarse a través de las redes sociales.”

Nombre de la entrevistada: Secretaria del Departamento / Fecha: 26/02/2018

“Se ha pautado información de los programas de posgrado en Facebook, en la que bastantes interesados consultaban sobre el Pensum. Se ha realizado publicidad a través del Periódico de la Universidad, se han colocado banners cuando se acerca la fecha del curso propedéutico. Un par de personas se han enterado por Radio Universidad y/o a través de una persona conocida. También se ha divulgado la información a través del Facebook del Colegio de Humanidades, a veces inician el curso propedéutico pero ya no lo continúan. Muchas veces las personas llaman para solicitar más información. No se maneja Instagram y la página de la Escuela hay cierta información publicada pero no está completa. Se sugiere que se actualice la información de la página de la Escuela.”

Nombre del entrevistado: Coordinador de Maestrías del Departamento / Fecha: 26/02/2018

“Se han utilizado prácticamente todos los medios que han estado al alcance, entre estos, Radio Universidad, Radio Nuevo Mundo y Emisoras Unidas. En televisión, principalmente a los programas de mañaneros. Se han utilizado mantas vinílicas, banners, volantes, también se ha divulgado información por correo electrónico, las publicaciones realizadas a través del SEP (Sistema de Estudios de Posgrado) han sido útiles, pero la comunicación a través de Facebook ha funcionado más, el caso contrario, sería el radio, que es lo que menos ha funcionado. El aprovechamiento de las personas que realizan el EPS este año para brindar charlas informativas es importante.” Posterior a la entrevista el Licenciado César Urizar brindó por correo electrónico el informe con la medición que se ha tenido respecto al conocimiento o interés sobre los programas de posgrado de personas que cursaron el curso propedéutico 2017. Los resultados evidenciaron que un 34% de los encuestados se enteró por Facebook, seguido de un 20% que se enteró a través de Banners y un 17% por medio de la página web de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, arrojando también que a Maestría de mayor interés para los encuestados es a de Comunicación Virtual en un 44%, Comunicación Organizacional en un 32% y Estratégica y Opinión Pública en un 24%.

**Entrevista No. 2** a estudiantes de la Maestría en Comunicación **Estratégica y Opinión Pública** / Fecha: 24/02/2018

Nombre: Rosemary González

“Me enteré de la maestría por la página de Facebook y algunos compañeros comenzaron a compartir la información. La maestría ha estado bastante organizada, los catedráticos tienen el conocimiento y percepción de lo que actualmente está pasando y principalmente sobre la opinión pública y quienes han hecho trabajo de campo, han estado excelentes este año. Tengo entendido que hay un Doctorado en Comunicación, sin embargo, no tengo mucha información, pero sí me llamaría la atención cursarlo. No sigo la página de Facebook, pero la voy a buscar, creo que en esta red social funcionaría bien para transmitir la información.”



Nombre: Mynor Ramírez

Me enteré de la maestría a través de charlas informativas durante el EPS 2016. La maestría me parece buena, muy certera, considero que está encajada con la realidad o que brinda bastante el contexto de la realidad. Sí, me gustaría cursar otra maestría, podría decir que optaría por la de Comunicación Organizacional.

Nombre: Mirla Azucena López

Me enteré de la maestría a través de una amiga, después busqué información en redes sociales. El programa de posgrado que curso me parece muy completa, el pensum me pareció muy bueno al momento de seleccionar la maestría y considero que está más relacionada al tema de investigación, usando más herramienta, conociendo técnicas para mejorar la investigación, lo cual me parece que está muy acertado. Al momento por tema económica y por tiempo no cursaría el Doctorado y sí, sigo la página de Facebook, de seguirla en otra red podría ser Twitter como opción para vincular con Facebook.

**Entrevista No. 2** a estudiantes de la Maestría en Comunicación **Virtual** / Fecha: 24/02/2018

Nombre de entrevistado(a): Amner Aguilar

Me enteré de la maestría a través de una amiga que vio un banner y luego se dirigió a las redes sociales y contacto telefónico. Sí, seguiría la red social de Facebook al generar contenido de valor, es decir, no sólo publicar cuando son las inscripciones o cuando se vence una fecha de algún tipo de pago, sino compartiendo información, por ejemplo: “¿Cómo ser un mejor comunicador digital?”, dar consejos a los profesionales, que los hagan reforzar su imagen.

Nombre de entrevistada: Sigrid Pérez

Me enteré de la maestría a través de mi mamá quien era docente de la Universidad, ingresé a la página web de la ECC y bajé el pensum. La experiencia de cursar la maestría ha sido una experiencia bastante enriquecedora, al momento no he visto que alguien se haya retirado, el grupo está completo, considero que es porque ha llenado en cierto punto las expectativas del grupo. Sigo Facebook del DEP, aunque he notado que no tienen muchas actualizaciones.

## Modelo y vaciado de las encuestas



Este cuestionario fue elaborado con 2 fines: A) Determinar la Imagen Institucional del Departamento de Posgrados B) Examinar los canales de Comunicación Externa utilizados



Edad  Género: M

Actualmente  
Curso último año de Licenciatura  Jornada: Vespertina  Nocturna   
Sabatina

Realizo EPS de Licenciatura  Soy Egresado / Realicé EPS   
Realizo Tesis  Soy Egresado / Realicé Tesis

1.- ¿Sabía que la Escuela de Ciencias de la Comunicación cuenta con Programas de Posgrado?

Sí  No

2.- ¿Cómo se enteró?

---

(Si su respuesta anterior fue No, favor continuar con la siguiente pregunta)

3.- ¿Le interesaría cursar alguna de las maestrías y/o doctorado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?

Sí  No  Talvez

3.1 Explique ¿Por qué?

---

4.- ¿Cuál de los siguientes programas de posgrado le interesaría cursar?

(Si su respuesta anterior fue No, favor continuar con la siguiente pregunta)

Maestría en Comunicación Organizacional

Maestría en Comunicación Estratégica y Opinión Pública

Maestría en Comunicación Virtual

Doctorado en Comunicación Estratégica y Social

**5.- ¿Le gustaría recibir información sobre los programas de posgrado que imparte la Escuela de Ciencias de la Comunicación?**

Sí  No  Talvez

**6.- ¿A través de qué medio le gustaría informarse sobre los programas de posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?**

Radio  TV  Prensa

Otro \_\_\_\_\_  
Especificar

**7.- ¿Sigue en alguna red social a la página de posgrados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?**

Sí  No

**8.- ¿Cuál de las siguientes redes sociales la resulta más práctica para obtener información?**

Facebook  Instagram  Twitter

**9.- ¿Le interesaría asistir a charlas informativas para conocer los programas de posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?**

SI  NO

**10.- Mencione los beneficios que considera que obtendría al cursar alguno de los Programas de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.**

---

**Gracias por su ayuda. Deje su dirección de correo electrónico para brindarle más información sobre los programas de Posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.**

---

Gráfica 1. ¿Edad de las personas encuestadas?

Edad	Cantidad
20-30	124
31-40	72
41-50	18
51-60	4
<b>Total</b>	<b>218</b>

Gráfica 2. ¿Género de las personas encuestadas?

Género	Cantidad
Masculino	120
Femenino	98
<b>Total</b>	<b>218</b>

Gráfica 3. ¿Nivel académico de las personas encuestadas?

Estatus Académico	Cantidad
9no. Semestre	100
EPSL 2018	63
Egresados EPSL	33
Egresados Tesis	11
Hace Tesis	11
<b>Total</b>	<b>218</b>

Gráfica 4. ¿Sabía que la Escuela de Ciencias de la Comunicación cuenta con programas de posgrado?

Respuesta	Cantidad
Sí	192
No	26
<b>Total</b>	<b>218</b>

Gráfica 5. ¿Cómo se enteró?

Respuestas	Cantidad
Redes sociales	46
Menciones	40
Impresos	26
N/A	26
Publicidad (edificios)	22
No respondió	22
Charla Info	13
Info en USAC durante EPS	6
Pag. Web ECC	6
<b>Total</b>	<b>218</b>

Gráfica 6. ¿Cómo se enteró? (Frecuencias agrupadas)

Respuestas	Cantidad
Redes sociales	52
Menciones	48
Impresos	39
N/A	33
Publicidad en edificios	24
No respondió	22
<b>Total</b>	<b>218</b>

Gráfica 7. ¿Le interesaría cursar alguna de las maestrías y/o doctorado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?

Respuesta	Cantidad
Sí	90
Talvez	74
No	52
No respondió	2
<b>Total</b>	<b>218</b>

Gráfica 8. ¿Le interesaría cursar alguna de las maestrías y/o doctorado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación? Explique ¿Por qué eligió "Sí"?

Respuestas	Cantidad
Especialización	39
Conocimientos	36
Crecimiento	36
Des. Académico	30
Oportunidad Laboral	30
Se adecúa	30
No especificó	13
Conocer más	4
<b>Total</b>	<b>218</b>

Gráfica 9. ¿Le interesaría cursar alguna de las maestrías y/o doctorado? Explique ¿Por qué eligió "No"?

Respuestas	Cantidad
No le interesa	122
Factor Acad. Def	37
Factor Eco-Tiem	40
No especificó	15
No sabe	4
<b>Total</b>	<b>218</b>

Gráfica 10. ¿Le interesaría cursar alguna de las maestrías y/o doctorado? Explique ¿Por qué eligió "Talvez"?

Respuestas	Cantidad
Varios aspectos positivos	53
Probablemente	37
No respondió	37
Gusta conocer más	35
Bajo interés	30
Factor Econ-Tiem	26
<b>Total</b>	<b>218</b>

Gráfica 11. ¿Cuál de los siguientes programas de posgrado le interesaría cursar?

Respuestas	Cantidad
M. Com. Virtual	70
N/A	44
M. Com. Est y Op	41
M. Com. Organizacional	37
Doctorado	22
No respondió	4
<b>Total</b>	<b>218</b>

Gráfica 12. ¿Le gustaría recibir información sobre los programas de posgrado que imparte la Escuela de Ciencias de la Comunicación?

Respuesta	Cantidad
Sí	164
Talvez	28
No	24
No especificó	2
<b>Total</b>	<b>218</b>

Gráfica 13. ¿A través de qué medio le gustaría informarse sobre los programas de posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?

Respuestas	Cantidad
Otro	151
No respondió	2
TV	26
Prensa	24
Radio	15
<b>Total</b>	<b>218</b>

Gráfica 14. ¿Cuál es el otro medio a través del cual le gustaría informarse sobre los programas de posgrado?

Respuestas	Cantidad
Redes sociales	105
N/A	4
Correo electrónico	50
Página web	13
No especificó	37
Otros	9
<b>Total</b>	<b>218</b>

Gráfica 15. ¿Sigue en alguna red social a la página de posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?

Respuesta	Cantidad
No	164
Sí	52
No respondió	2
<b>Total</b>	<b>218</b>

Gráfica 16. ¿Cuál de las redes sociales le resulta más práctica para obtener información?

Respuesta	Cantidad
Facebook	188
No respondió	4
Instagram	13
Twitter	13
<b>Total</b>	<b>218</b>

Gráfica 17. ¿Estaría interesado en asistir a charlas informativas para conocer sobre los programas de posgrado?

Respuesta	Cantidad
Sí	159
No	57
No respondió	2
<b>Total</b>	<b>218</b>



Gráfica 18. Mencione los beneficios que considera que obtendría al cursar alguno de los programas de posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación

Respuestas	Cantidad
Más Oport Laboral	46
Más Conocimiento	43
Incrementar Grado Académico	33
Crecimiento	28
Especialización	22
No respondió	20
Otros*	11
Actualización	9
Ninguno	6
<b>Total</b>	<b>218</b>

Gráfica 19. Gracias por su ayuda. Deje su dirección de correo electrónico para brindarle más información sobre los programas de posgrado.

Respuesta	Cantidad
Brindó E-mail	155
No brindó E-mail	63
<b>Total</b>	<b>218</b>

## Guías de observación

 <b>GUIA DE OBSERVACION</b> 	
<b>INSTITUCION:</b>	Departamento de Estudios de Postgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala
<b>TEMA DE INVESTIGACION:</b>	Diagnóstico de Comunicación
<b>NOMBRE DEL INVESTIGADOR(A):</b>	Mabyl Veras
<b>FECHA:</b>	Jueves, 1ero de febrero del 2018
<b>LUGAR:</b>	1er Nivel, Edificio Bienestar Estudiantil, Departamento de Postgrados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala
<b>HORA:</b>	16:00 horas
<b>DATOS DE LA FUENTE:</b> (Edad, Sexo, Ocupación, algún otro dato de referencia)	Master Gustavo Morán Director del Departamento de Postgrados
<b>OBSERVACIONES:</b>	Presentación de Epesistas a Institución - Primer Acercamiento
	para Elaboración de Diagnóstico de Comunicación
	Durante esta reunión el Master Gustavo Morán brindó la siguiente información:
	A) Breves datos históricos del Departamento de Postgrados.
	B) Integrantes del Departamento
	C) Programas de Postgrado: 3 maestrías y 1 Doctorado. Las Maestrías son: 1. Comunicación Virtual, 2. Comunicación Estratégica y Opinión Pública. 3. Comunicación Organizacional así
	como del Doctorado de Comunicación Estratégica y Social.
	D) Se hizo referencia a la necesidad de trabajar en la Misión y Visión propias del área de Postgrados.
	E) Es preciso atraer a las personas dentro y fuera de la Universidad de San Carlos hacia
	los programas de postgrados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.



## GUIA DE OBSERVACION



<b>INSTITUCION:</b>	Departamento de Estudios de Postgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala
<b>TEMA DE INVESTIGACION:</b>	Diagnóstico de Comunicación
<b>NOMBRE DEL INVESTIGADOR(A):</b>	Mabyl Veras
<b>FECHA:</b>	Jueves, 1ero de febrero del 2018
<b>LUGAR:</b>	1er Nivel, Edificio Bienestar Estudiantil, Departamento de Postgrados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala
<b>HORA:</b>	16:30 horas
<b>DATOS DE LA FUENTE:</b> (Edad, Sexo, Ocupación, algún otro dato de referencia)	Licenciado César Urizar Coordinador del Departamento de Postgrados
<b>OBSERVACIONES:</b>	Presentación de Epesistas a Institución - Primer Acercamiento
	para Elaboración de Diagnóstico de Comunicación - PARTE 1/2
	Durante esta reunión, el licenciado Cesar Urizar hizo mención de lo siguiente:
	A) Necesidad de contar con una persona que gestione y maneje todo lo relacionado a las redes sociales directamente del Departamento de Postgrados.
	B) Requerimiento de Publicidad de las Maestrías en las Redes Sociales.
	C) Necesidad de trabajar en la Misión y Visión del Departamento
	D) Actos informativos sobre los Programas de Maestría que se han realizado, sin embargo, es necesario captar la atención del grupo objetivo para que asistan a dichas charlas.
	E) Se sugirió la revisión de la Tesis del Lic. Bayron García realizada durante el año 2017 para examinar debilidades, oportunidades de mejora y estrategia de comunicación organizacional propuesta para el Departamento de Postgrados.
	F) Gestión y/o seguimiento de las publicaciones solicitadas por el Departamento de postgrados con la persona encargada en la Escuela de Ciencias de la Comunicación para la divulgación
	1/2





### GUIA DE OBSERVACION



<b>INSTITUCION:</b>	Departamento de Estudios de Postgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala
<b>TEMA DE INVESTIGACION:</b>	Diagnóstico de Comunicación
<b>NOMBRE DEL INVESTIGADOR(A):</b>	Mabyl Veras
<b>FECHA:</b>	Jueves, 1ero de febrero del 2018
<b>LUGAR:</b>	1er Nivel, Edificio Bienestar Estudiantil, Departamento de Postgrados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala
<b>HORA:</b>	16:30 horas
<b>DATOS DE LA FUENTE:</b> (Edad, Sexo, Ocupación, algún otro dato de referencia)	Licenciado César Urizar Coordinador del Departamento de Postgrados
<b>OBSERVACIONES:</b>	Presentación de Epesistas a Institución - Primer Acercamiento
	para Elaboración de Diagnóstico de Comunicación - PARTE 2/2
	directa en Facebook u otras redes sociales.
	G) Se requiere también la elaboración del material impreso como volantes, banners, así como
	spot radial para transmitir por Radio Universidad. Elaboración de anuncios para
	publicación en el Periódico de la Universidad. Sin embargo, se indicó que se ha notado
	una mayor respuesta de las personas al publicar a través de Facebook.



## GUIA DE OBSERVACION



<b>INSTITUCION:</b>	Departamento de Estudios de Postgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala
<b>TEMA DE INVESTIGACION:</b>	Diagnóstico de Comunicación
<b>NOMBRE DEL INVESTIGADOR(A):</b>	Mabyl Veras
<b>FECHA:</b>	Miércoles 7 de febrero del 2018
<b>LUGAR:</b>	1er Nivel, Edificio Bienestar Estudiantil, Departamento de Postgrados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala
<b>HORA:</b>	15:00 horas
<b>DATOS DE LA FUENTE:</b> (Edad, Sexo, Ocupación, algún otro dato de referencia)	Master Gustavo Morán/Director Lic. César Urizar/Coordinador, Alejandra Chicas - Asistente-Contadora
<b>OBSERVACIONES:</b>	Segundo Acercamiento para Elaboración de Diagnóstico de Comunicación - Segundo Acercamiento para Elaboración de Diagnóstico de Comunicación - Parte 1/2
	La reunión proporcionó nuevos datos y eliminó necesidades planteadas durante la primera
	reunión. La información recopilada fue la siguiente:
	A) La necesidad de trabajar en la Misión y Visión ya no es necesaria, pues ya está siendo elaborada y en proceso de aprobación a través de la gestión de Alejandra Chicas.
	B) La Tesis elaborada por el Licenciado Bayron García referenciada durante la reunión del primer acercamiento, sugiere realizar la gestión de un organigrama que contenga el Departamento
	de Postgrados, sin embargo, no se requiere que el epesista la elabore y/o gestione.
	C) Se requiere que el enfoque del Diagnóstico de Comunicación sea externo, para que la gestión del investigador sea sobre la comunicación externa, en especial, los medios virtuales.
	D) Se confirmó nuevamente que el Departamento necesita que las personas o grupo objetivo conozca y se interese por los programas de Postgrados.
	E) Blog, manejado por el Lic. Fernando Flores; es necesario desarrollarlo y destinar información concerniente al Departamento.
	1/2



### GUIA DE OBSERVACION



<b>INSTITUCION:</b>	Departamento de Estudios de Postgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala
<b>TEMA DE INVESTIGACION:</b>	Diagnóstico de Comunicación
<b>NOMBRE DEL INVESTIGADOR(A):</b>	Mabyl Veras
<b>FECHA:</b>	Miércoles 7 de febrero del 2018
<b>LUGAR:</b>	1er Nivel, Edificio Bienestar Estudiantil, Departamento de Postgrados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala
<b>HORA:</b>	15:00 horas
<b>DATOS DE LA FUENTE:</b> (Edad, Sexo, Ocupación, algún otro dato de referencia)	Master Gustavo Morán/Director Lic. César Urizar/Coordinador, Alejandra Chicas/Asistente-Contadora
<b>OBSERVACIONES:</b>	Segundo Acercamiento para Elaboración de Diagnóstico de Comunicación - Segundo Acercamiento para Elaboración de Diagnóstico de Comunicación - Parte 2/2
	F) La posibilidad de hacer Publicidad sobre los Programas de Postgrado en el Programa de Nuestro Mundo por la Mañana, sin embargo, se mencionó que no ha sido efectiva o no ha generado una reacción. Se mencionó la probabilidad que el grupo objetivo no se encuentra en este medio de comunicación, específicamente en dicho programa.
	G) La necesidad de la Publicidad es atraer a personas que se interesen en los Programas de Postgrado en el 2019.

## Fotografías




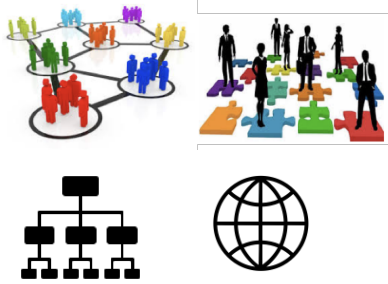

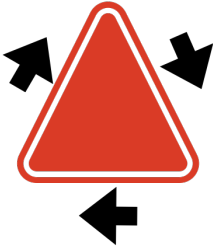

Fuente: Maby Veras Sigüenza, Encuestas, Febrero 2018.




## Realización de Entrevistas



Fuente: Maby Veras Sigüenza, Febrero 2018.

## Guion técnico

Escena	Imagen	Diálogo	Audio
*Pantalla de inicio		La Universidad de San Carlos de Guatemala, la Escuela de Ciencias de la Comunicación y el Departamento de Estudios de Posgrado agradecen su interés por nuestros Programas.	*Voz en OFF: Maby Veras *Música fondo.
*Pantalla principal del video informativo		Actualmente contamos con 4 Maestrías en: - Comunicación Organizacional, -Comunicación Estratégica y Opinión Pública - Comunicación Virtual y nuestra más reciente Maestría en Comunicación Publicitaria. Además de 1 Doctorado en Comunicación Estratégica y Social	*Voz en OFF: Maby Veras *Música fondo.
*Pantalla principal del video informativo.		La metodología de nuestros programas es a distancia, con momentos presenciales, alternando los días. Sábados de 8 a 13:30 horas para Maestrías, a excepción de la Publicitaria de 9 a 14:30 horas, con una duración de 2 años, mientras que para el Doctorado de 7 a 9 horas con una duración de 3 años.	*Voz en OFF: Maby Veras *Música fondo.
*Pantalla principal del video informativo		La estrategia formativa se fundamenta en tres ejes: teoría, práctica e investigación. una especie de unión o combinación –en tres vías– entendida como una praxis teorizada	*Música fondo.
*Pantalla principal del video informativo		Nuestros Programas de Postgrado aplican únicamente en el Campus Central, Edificios M2 y Bienestar Estudiantil, Ciudad Universitaria, zona 12.	*Voz en OFF: Maby Veras

*Pantalla principal del video informativo		Nuestras Maestrías están dirigidas a Licenciados en Ciencias de la Comunicación, Ciencias Sociales y afines.... También a estudiantes pendientes de graduación, Mientras que el Doctorado está dirigido a Maestros en cualquier disciplina.	*Música fondo.
*Pantalla principal del video informativo		<b>Propedéutico:</b> Es un curso preparatorio para todos los aspirantes de nuestros Programas de estudios de Postgrado, donde también se tratan las especificidades de cada uno de ellos que pretende brindar oportunidades educativas para mejorar las posibilidades de éxito en los estudios de ese nivel. No forma parte del pensum de estudios de nuestros Programas, pero es necesario cursar para optar por cualquiera de ellos.	*Voz en OFF: Mabyl Veras *Música fondo.
*Pantalla principal del video informativo		¿Para más información? Contáctenos.	*Voz en OFF: Mabyl Veras *Música fondo.

### Story Line

#### **PRODUCTO: Video Información General de Posgrado**

Este video brinda una bienvenida a los aspirantes de los programas del DEP (Departamento de Estudios de Posgrado) e informa sobre las opciones disponibles a cursar, seguido de la metodología, duración, horarios, estrategia formativa, sede o ubicación donde se desarrollan las maestrías y el doctorado, grupo a quienes están dirigidos los programas así como detalles breves del curso propedéutico, ser subido al canal oficial de la ECC en YouTube y enlazarlo en la página web de la ECC.

## OTROS

### Materiales visuales y audiovisuales en los canales digitales

Departamento de Estudios de Posgrado Ecc Usac  
320 visualizaciones

Página web ECC  
Publicado el 29 jun. 2018

La oferta académica en materia de posgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación es:  
— Maestría en Comunicación Estratégica y Opinión Pública  
— Maestría en Comunicación Organizacional

Siguiendo a posgradoeccusac

Escuela ciencias de la comunicación USAC  
CIRLANDO949  
3.2 mil visualizaciones

Comunicación efectiva | Mariela Gastelú Userralde L.  
10.7 mil visualizaciones

posgradoeccusac

posgradoeccusac Crece personal y profesionalmente. Más conocimiento = Más oportunidades #EccUsacEsAcademia #posgrado #comunicación #especialización #maestría #doctorado #ecc #usac

25 reproducciones  
3 DE JULIO

Video	Publicado	Minutos re...	Reproducciones ...
<p>Información de Maestrías</p>	<p>06/08/2018 16:35</p>	<p>470</p>	<p>468</p>
<p>Posgrados en Comunicación</p>	<p>03/07/2018 10:00</p>	<p>119</p>	<p>409</p>



**posgradoeccusac** Edita perfil 

30 publicaciones    72 seguidores    11 seguidos

**Estudios de Posgrado ECC-USAC**  
[comunicacion.usac.edu.gt/carreras/maestria](http://comunicacion.usac.edu.gt/carreras/maestria)

**Instagram**

**Presencia del DEP en la cuenta de la ECC**

**Historias Destacadas**



**ecc.institucional** Siguiendo ...

107 publicaciones    200 seguidores    10 seguidos

**ECC**  
[comunicacion.usac.edu.gt](http://comunicacion.usac.edu.gt)  
 freddyporaj, helmut\_ortiz, allanlopezgt y 6 más siguen a este usuario

**Historias Destacadas:**

- Fumigación...
- Posgrado ...
- Docentes ...
- Crecimiento
- Conocimie...
- Programas

**Crecimiento** 3 días

**posgradoeccusac**

SOMOS LO QUE  
**hacemos**  
 repetidamente.  
 LA  
**excelencia**  
 entonces,  
**no es un acto**  
 sino un **hábito**

*Aristóteles*

**posgradoeccusac** ¡Seamos la mejor versión de nosotros mismos! Feliz inicio d...



**Docentes** 3 días

¡TE INVITAMOS A CONOCER UN POCO DE NUESTRA CATEDRÁTICA!

**Mtra. Iveth Soto**  
 DOCENTE DE POSGRADOS ECC USAC  
 Maestría en Comunicación - Organizacional - Virtual



**@posgradoeccusac**  
**Más info en nuestro perfil**





Imágenes en Facebook:



Adaptaciones y algunos alcances en Instagram



## Foto de portada "Nuestra Historia" Facebook

Departmento de Estudios de Posgrados ECC USAC

M.Sc. Gustavo Moran  
Director de Departamento de Estudios de Posgrado ECC USAC

Especializaciones en Comunicación: 4 maestrías y 1 doctorado.

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSGRADO

¿Quieres ser un experto en el área de Comunicación?

Actualmente contamos con cuatro maestrías en:

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

1 borrador  
Modificado: martes, 14 de agosto a las 16:12. Ver borrador.

Información DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSGRADOS ECC USAC

Especializaciones en Comunicación: 4 maestrías y 1 ...

¿Quieres ser un experto en el área de Comunicación?

Actualmente contamos con cuatro maestrías en:

Ver más

## Correo electrónico

USAC

Correo Contactos Agenda Tareas Maletín Preferencias Fwd: S

Cerrar Responder Responder a todos Reenviar Archivo Eliminar Spam

Status Correos Masivos Enviados Base de Datos Generada en Fase de Diagn...

USAC

Correo Contactos Agenda Tareas Maletín Preferencias ¿List@ para más

Cerrar Responder Responder a todos Reenviar Archivo Eliminar Spam Acciones

¿List@ para más Oportunidades?

Convocatoria Ma...rías ECC-USAC.pdf (3.0 MB) Descarga | Maletín | Eliminar

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSGRADO

4 Maestrías en Comunicación:

- Organizacional
- Estratégica y Opinión Pública
- Virtual
- Publicitaria

Toda la información en el archivo adjunto

# Video

# Pensum

# Cintillo

## LA ESTRATEGIA FORMATIVA

La naturaleza del Doctorado en Comunicación Estratégica y Social es formar profesionales con alto nivel científico en el campo de la comunicación estratégica y social, capaces de usar la investigación científica y el análisis como herramientas para producir nuevos conocimientos en el ámbito de su competencia.

**Objetivos**  
 Generalizar conocimientos en el campo de la comunicación en general, la comunicación estratégica y la opinión pública en diferentes espacios sociales.  
 Investigar los fenómenos y procesos de la comunicación desde la visión estratégica y social, aplicando sus principios como herramienta para diseñar, ejecutar y evaluar campañas de diversa índole.  
 Aplicar los principios y herramientas de la comunicación estratégica y social para conducir y evaluar procesos de opinión pública en diferentes temas nacionales.

DOCTORADO EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y SOCIAL

PROPIEDAD: Se debe cursar para poder optar por cualquiera de los Programas de Estudios de Posgrado de la Escuela.

**PRIMER SEMESTRE**

- INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA
- LA INVESTIGACIÓN EN LA COMUNICACIÓN

**SEGUNDO SEMESTRE**

- SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN
- METODOLOGÍA DE LAS INVESTIGACIONES COMUNICACIONALES ESTRATÉGICAS

**TERCER SEMESTRE**

- TESTIMONIOS MENSUALES DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA
- TESIS DOCTORAL I

**CUARTO SEMESTRE**

- COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA
- TESIS DOCTORAL II

**QUINTO SEMESTRE**

- OPINIÓN PÚBLICA
- TESIS DOCTORAL III

**SEXTO SEMESTRE**

- TESIS DOCTORAL IV
- INVESTIGACIÓN, PRESENTACIÓN Y DEFENSA DE TESIS DOCTORAL

Mayor información para las maestrías, favor acercarse al primer nivel de Bienestar Estudiantil, Departamento de Posgrado de Comunicación o llamar al número de teléfono 2476-7728.

ESTUDIOS DE POSGRADO

(502) 2476-7728

facebook.com/estudiosdeposgrado



# Estadística de Facebook



## Alto índice de respuesta

Índice de respuesta: 100% tiempo de respuesta: 3 horas

Responde antes para activar la insignia

### Catálogos digitales

4

Maestrías en Comunicación

1

Doctorado

MAESTRÍAS

Organizacional    Publicitaria    Virtual    Estratégica

Comunicación Estratégica y Social

Con este Programa de Posgrado se forman profesionales con alto nivel científico en el

## Publicaciones pagadas en Facebook

¡Reserva tu espacio! \*Inscríbete\* al Doctorado en Comunicación Estratégica y Social del 1 de julio al 30 de septiembre.

Desarrollo del curso los días sábados de 7:00 a 09:00 de la mañana

#EccUsacEsAcademia

Desarrollo de curso  
**PROPEDÉUTICO**  
para Doctorado



Del  
6 de octubre  
al  
24 de noviembre  
2018

 2.823 personas alcanzadas

[Volver a promover](#)

### Actividad reciente

Promocionada el 23 de julio  
Público: Guatemala: Ciudad de Guatemala Guat...  
De Mai Veras · Finalizada

[Ver resultados](#)

  64

2 comentarios 18 veces compartido

Conoce más sobre nuestras especializaciones en Comunicación. Envíanos un inbox para más información #EccUsacEsAcademia

Con nuestras **MAESTRÍAS OBTIENES**

- Horarios flexibles
- Catedráticos especializados
- Cuotas accesibles

**Mejora la entrega de tus promociones**  
Reach more people with your next boost by removing or reducing the size of any logos and text on the image.

2.484 personas alcanzadas [Volver a promover](#)

Actividad reciente

Promocionada el 29 de ju...  
Público: Guatemala: Ciudad de Guatemala Gu...  
De Mai Veras - Finalizada

[Ver resultados](#)

50 comentarios 12 veces compartido

Adquiere competencias en tecnología de la información y comunicación.  
¡Incrementa tus oportunidades con nuestros programas de posgrado!  
Para más información, envíanos un inbox. #EccUsacEsAcademia

**MAESTRÍA en Comunicación VIRTUAL**

Departamento de Estudios de Posgrados  
**ECC USAC**  
Educación

2.591 personas alcanzadas [Volver a promover](#)

Actividad reciente

Promocionada el 13 de julio  
Público: Guatemala: Ciudad de Guatemala Gu...  
De Mai Veras - Finalizada

[Ver resultados](#)

Promocionada el 13 de julio  
Público: Guatem...  
De Mai Veras - F...

[Ver resultados](#)

43 comentarios 8 veces compartido

Para más información, envíanos un inbox.... Ver mas

**DOCTORADO EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y SOCIAL**

Departamento de Estudios de Posgrados  
**ECC USAC**  
Educación

2.110 personas alcanzadas [Volver a promover](#)

Actividad reciente

Promocionada el 19 de ju...  
Público: Guatemala: Ciudad de Guatemala Gu...  
De Mai Veras - Finalizada

[Ver resultados](#)

29 comentarios 8 veces compartido

Profundiza tus conocimientos con nuestro programa de posgrado  
#EccUsacEsAcademia

**MAESTRÍA en Comunicación Organizacional**

Departamento de Estudios de Posgrados  
**ECC USAC**  
Educación

1.362 personas alcanzadas [Volver a promover](#)

Actividad reciente

Promocionada el 11 de jul...  
Público: 23-40  
De Mai Veras - Finalizada

[Ver resultados](#)

17 comentarios 3 veces compartido

estrategica, en los sectores publicos, privados y las organizaciones sociales  
¡Continúa actualizándote profesionalmente con nuestros programas de posgrado!  
Envíanos un inbox para más información.... Ver más

**Comunicación Estratégica y Opinión Pública**

Departamento de Estudios de Posgrados  
**ECC USAC**  
Educación

2.006 personas alcanzadas [Volver a promover](#)

Actividad reciente

Promocionada el 12 de ju...  
Público: Guatemala: Ciudad de Guatemala Gu...  
De Mai Veras - Finalizada

[Ver resultados](#)

39 comentarios 5 veces compartido

Como un profesional de una ciudad...  
Para más información, envíanos un inbox.  
#EccUsacEsAcademia

**MAESTRÍA en Comunicación PUBLICITARIA**

Departamento de Estudios de Posgrados  
**ECC USAC**  
Educación







1.495 personas alcanzadas [Volver a promover](#)

Actividad reciente

Promocionada el 16 de ju...  
Público: Guatemala: Ciudad de Guatemala Gu...  
De Mai Veras - Finalizada

[Ver resultados](#)

48 comentarios 4 veces compartido

	<b>Publicación promocionada</b> ¡Especialízate hoy y aprende a responder a ... Promocionada por Mai Veras el Jul 11, 2018 Finalizada	1.060 Personas alcanza...	1 Conversaciones c...	\$2,00 Gasto total: \$2,00 <a href="#">Ver resultados</a>
	<b>Publicación promocionada</b> Échale un vistazo a la información de nuestr... Promocionada por Mai Veras el Jul 9, 2018 Finalizada	702 Personas alcanza...	-- Conversaciones c...	\$1,00 Gasto total: \$1,00 <a href="#">Ver resultados</a>
	<b>Publicación promocionada</b> Crece personal y profesionalmente. Más co... Promocionada por Mai Veras el Jul 3, 2018 Finalizada	1.155 Personas alcanza...	7 Conversaciones c...	\$2,00 Gasto total: \$2,00 <a href="#">Ver resultados</a>
	<b>Publicación promocionada</b> Conoce más sobre nuestras especializacio... Promocionada por Mai Veras el Jun 29, 2018 Finalizada	169 Personas alcanza...	14 Interacción con u...	\$0,35 Gasto total: \$1,00 <a href="#">Ver resultados</a>
	<b>Promoción de página</b> Conozca más sobre nuestras especializacio... Promocionada por Mai Veras el Jun 29, 2018 Finalizada	755 Personas alcanza...	23 Me gusta de la pá...	\$3,00 \$3,00 gastados p... <a href="#">Ver resultados</a>
	<b>Publicación promocionada</b> ¡Reserva tu espacio! *Inscríbete* al Doctora... Promocionada por Mai Veras el Jul 23, 2018 Finalizada	1.546 Personas alcanza...	99 Interacción con u...	\$3,00 Gasto total: \$3,00 <a href="#">Ver resultados</a>
	<b>Publicación promocionada</b> ¡Fórmate con un alto nivel científico en el c... Promocionada por Mai Veras el Jul 19, 2018 Finalizada	1.598 Personas alcanza...	12 Conversaciones c...	\$3,00 Gasto total: \$3,00 <a href="#">Ver resultados</a>
	<b>Publicación promocionada</b> ¡Obtén los conocimientos en el campo de la... Promocionada por Mai Veras el Jul 16, 2018 Finalizada	1.125 Personas alcanza...	76 Interacción con u...	\$3,00 Gasto total: \$3,00 <a href="#">Ver resultados</a>
	<b>Publicación promocionada</b> Adquiere competencias en tecnología de la ... Promocionada por Mai Veras el Jul 13, 2018 Finalizada	1.083 Personas alcanza...	5 Conversaciones c...	\$3,00 Gasto total: \$3,00 <a href="#">Ver resultados</a>
	<b>Publicación promocionada</b> Adquiere competencias en tecnología de la ... Promocionada por Mai Veras el Jul 13, 2018 Finalizada	1.140 Personas alcanza...	8 Conversaciones c...	\$3,00 Gasto total: \$3,00 <a href="#">Ver resultados</a>
	<b>Publicación promocionada</b> Con esta maestría obtienes los conocimient... Promocionada por Mai Veras el Jul 12, 2018 Finalizada	1.432 Personas alcanza...	16 Conversaciones c...	\$3,00 Gasto total: \$3,00 <a href="#">Ver resultados</a>

## Algunas publicaciones (sin pago)

¡No podemos dejar pasar por alto ni un solo dato, por eso te presentamos toda la información de Elisabeth Avalos!

Candidata a Doctora en Sociología y Ciencia Política, Maestra en Administración de Medios de Comunicación, Licenciada en Ciencias de la Comunicación, Periodista Profesional, Trabajadora Social, Postítulo en Negociación Estratégica, Diplomada en Estudios Estratégicos Nacionales.

Especialización como investigadora social Universidad... Ver más



3.407 personas alcanzadas

Promocionar publicación

80

24 comentarios  
11 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

Estamos contentos porque esta semana haremos un pequeño acercamiento a nuestros docentes 😊

Iveth Soto, es Licenciada en Ciencias de la Comunicación y Maestra en Comunicación Organizacional por la Universidad de San Carlos de Guatemala, Diplomada en Tutoría Virtual que se ha desempeñado como Coordinadora de Relaciones Públicas, Protocolo, Redes Sociales y Talleres de Actualización a Periodistas Departamentales.

Actualmente imparte cursos en las Maestrías en Comunicación Org... Ver más



Departamento de Estudios de Posgrados  
ECC USAC  
Educación

Enviar mensaje

2.175 personas alcanzadas

Promocionar publicación

Mai Veras, Leslie PS y 77 personas más 9 veces compartido

276

Reacciones, comentarios y veces que se compartió

119 Me gusta 55 En publicación 64 En contenido compartido

51 Me encanta 23 En publicación 28 En contenido compartido

7 Me asombra 4 En publicación 3 En contenido compartido

88 Comentarios 34 En publicación 54 En contenido compartido

11 Veces que se compartió 11 En publicación 0 En contenido compartido

455 Clics en publicaciones

95 Visualizaciones de fotos 0 Clics en el enlace 360 Clics de otro tipo

COMENTARIOS NEGATIVOS

0 Ocultar publicación 0 Ocultar todas las publicaciones

0 Reportar como spam 0 Ya no me gusta esta página

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones.

299

Reacciones, comentarios y veces que se compartió

177 Me gusta 54 En publicación 123 En contenido compartido

79 Me encanta 23 En publicación 56 En contenido compartido

1 Me divierte 1 En publicación 0 En contenido compartido

6 Me asombra 2 En publicación 4 En contenido compartido

1 Me enoja 1 En publicación 0 En contenido compartido

27 Comentarios 0 En publicación 27 En contenido compartido

10 Veces que se compartió 9 En publicación 1 En contenido compartido

639 Clics en publicaciones

83 Visualizaciones de fotos 1 Clics en el enlace 555 Clics de otro tipo

COMENTARIOS NEGATIVOS

0 Ocultar publicación 0 Ocultar todas las publicaciones

0 Reportar como spam 0 Ya no me gusta esta página

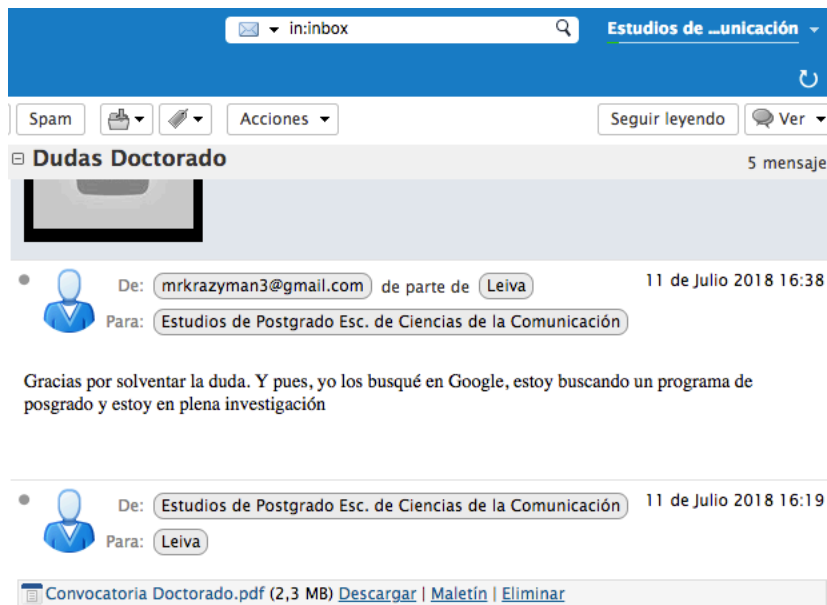
Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con



## Factura correspondiente al cobro del uso de plataforma de diseño CANVA



## Imágenes tomadas del correo electrónico institucional de Posgrado (ECC-USAC)



Buenas tardes Leiva,

Gracias por su interés por nuestro programa de Postgrado.

Con mucho gusto, sírvase encontrar en el adjunto la información del Doctorado en Comunicación Estratégica y Social (curso propedéutico, fechas de inicio, plan de estudios, costos, etc).

**Dudas Doctorado** 5 mensajes

De: mrkrazyman3@gmail.com de parte de Leiva 11 de Julio 2018 17:42  
Para: Estudios de Postgrado Esc. de Ciencias de la Comunicación

SI, me dirigí a la web y efectivamente vi el video! Incluir el pdf que me enviaron ayudaría! Gracias por la buena atención.

De: Estudios de Postgrado Esc. de Ciencias de la Comunicación 11 de Julio 2018 17:38  
Para: Leiva

Estimada Leiva,  
Nos alegra que nos haya encontrado en su búsqueda. ¿Eso la dirigió a nuestra página web correcto? Disculpe las consultas. Estamos analizando nuestros canales de comunicación.  
También la invitamos a visualizar el siguiente video en relación a nuestros programas.  
<https://www.youtube.com/watch?v=SrS8cDWg6Ys&t=1s>  
Tal cual podrá observar en el archivo que le enviamos en el correo anterior, "los alumnos que no cuenten todavía con su título de maestría, tendrán un año para obtenerlo".  
Cualquier duda y/o comentario, quedamos a la orden.  
Departamento de Estudios de Postgrado  
Teléfono: (502) 2476-7728  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Universidad de San Carlos de Guatemala

**Informacion de maestrias** 3 mensajes

De: Mario Morales 14 de Agosto 2018 21:24  
Para: Estudios de Postgrado Esc. de Ciencias de la Comunicación

muchas gracias por la pronta respuesta, la forma en la que me entere de ustedes fue por medio de la publicacion en Facebook de una amiga que esta actualmente cursando una de sus maestrias.

Estudios de Postgrado Esc. de Ciencias de la Cor 14 de Agosto 2018 15:26  
Estimado Lic. Morales, Gracias por escribirnos. Con gusto, sirvase encontra

De: Mario Morales 14 de Agosto 2018 15:12  
Para: postgradocomunicacion@usac.edu.gt

buen día, acabo de ver un video informativo que me enviaron acerca de las maestrias de la facultad de ciencias de la comunicacion, quisiera pedir mas informacion solicitando me puedan enviar los pesum de las maestrias, el costo y el inicio de los cursos preupedeuticos, de ante mano muy agradecido por la pronta respuesta.  
saludos cordiales,

Mario Morales

**Maestría en Comunicación** 4 mensajes

Estudios de Postgrado Esc. de Ciencias de la Com 7 de Agosto 2018 12:09  
Muchísimas gracias por su respuesta Licda. Hernandez, Nos alegra nos hay

De: Hizzel Hernandez 7 de Agosto 2018 12:04  
Para: Estudios de Postgrado Esc. de Ciencias de la Comunicación

Buen día,

Gracias por su respuesta, la manera en que me enteré fue a través de una búsqueda en Google, fue investigación mía más que todo.

Hizzel Hernández  
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Mostrar texto entre comillas - Responder - Responder a todos - Reenviar - Más acción

Estudios de Postgrado Esc. de Ciencias de la Com 7 de Agosto 2018 12:00  
Estimada Licda. Hernandez, Gracias por su interés por nuestros programas

De: Hizzel Hernandez 6 de Agosto 2018 23:51  
Para: postgradocomunicacion@usac.edu.gt

Buen día, soy licenciada en Ciencias de la Comunicación, egresada de la Universidad Católica de Honduras, me gustaría saber cual sera la oferta académica para las maestrías el otro año y los requisitos.

--  
Saludos Cordiales,

Hizzel Hernández  
Licenciada Ciencias de la Comunicación

**Información maestrías** 3 mensajes

De: Marco Reyes 20 de Julio 2018 16:47  
Para: Estudios de Postgrado Esc. de Ciencias de la Comunicación

Muchas gracias Maby!!

Me entere por medio del instagram y fb de la Escuela...

Estudios de Postgrado Esc. de Ciencias de la Com 20 de Julio 2018 15:13  
Estimado Lic. Reyes, Gracias por su interés por nuestros programas de P

De: Marco Reyes 20 de Julio 2018 14:28  
Para: postgradocomunicacion@usac.edu.gt

Estimados amigos de la ECC.

Reciban un cordial saludo esperando que todas sus actividades se desarrollen con éxito.

Mi nombre es Marco Antonio Reyes egresado de la Escuela como licenciado en ciencias de la comunicación

Quería molestarles con ampliar la información sobre las maestrías con horarios de las clases... Cuotas y papelería que se debe presentar, así como fechas de inscripción...

De antemano gracias!!!