

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



**“DIAGNÓSTICO Y PLAN DE COMUNICACIÓN
EN LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN,
DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

ANA SOPHÍA ALBIZUREZ CASTRO

CARNÉ: 201216957

Previo a optar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Septiembre de 2019

CONSEJO DIRECTIVO

Director:

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes:

M.A Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijilio

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

M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

M.A. Evelin Lisseth Hernández Mazariegos

Lic. Josue Othoniel Andrade de la Cruz

Licda. Krista María Ramírez Nájera



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

Guatemala, 20 de septiembre de 2019

M.A. Luis Pedroza

Coordinador

Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Maestro Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que la estudiante epesista **Ana Sophia Albizurez Castro** con número de carné: **201216957** 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 **Escuela de Ciencias de la Comunicación** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **06 de mayo** al **20 de julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: "**Diagnóstico y Plan de Comunicación en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala**" entregando el material respectivo y debidamente recibido por: **Escuela de Ciencias de la Comunicación**.

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

Atentamente,

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Director



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



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



Guatemala, 2 de octubre de 2019

Estudiante

Ana Sofía Albizurez Castro

Carné: 201216957


Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC


De mi consideración:

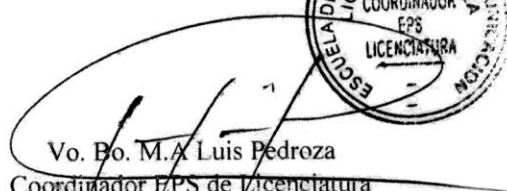
Por este medio informo a usted, que he revisado el informe final de su proyecto de EPS de Licenciatura con título: **“DIAGNÓSTICO Y PLAN DE COMUNICACIÓN EN LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA”**. El citado trabajo llena los requisitos del rigor del 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 del 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”


M.A. Evelin Hernandez
Supervisor EPS de Licenciatura




Vo. Bo. M.A Luis Pedroza
Coordinador EPS de Licenciatura



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

DEDICATORIA

A DIOS: Por la salud, fuerza y sabiduría que me ha brindado para alcanzar esta meta.

A MIS PADRES: Carlos y Ana por su esfuerzo, apoyo, amor y comprensión durante todo el camino.

A MIS HERMANOS: Alejandro, Karen y Pablo por su apoyo, comprensión y motivación.

A MIS SOBRINOS: Estefany, Javier, Diego, Andrea y Santiago que con su alegría e inocencia me daban un respiro he impulsaban a continuar.

A MIS AMIGOS: Por su motivación y paciencia tanto en los momentos felices y en los que sobró la desesperación.

A M.Sc. SERGIO

MORATAYA: Por su apoyo incondicional.

A M.A. LUIS

PEDROZA: Por su apoyo y orientación.

A LA ESCUELA DE CIENCIAS

DE LA COMUNICACIÓN: Por brindarme la formación académica y darme la oportunidad de realizar este proyecto.

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad de San Carlos de Guatemala, donde orgullosamente tuve la oportunidad y privilegio de formarme como Profesional.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación, por brindarme las herramientas y conocimientos para forjarme como profesional de la Comunicación.

A M.Sc. Sergio Morataya por brindarme el espacio en nuestra querida ECC, así mismo, su apoyo y orientación

A M.A. Luis Pedroza, agradecimiento especial por brindarme apoyo oportuno.

A M.A. Evelin Hernández, por su paciencia, dedicación y asesoría durante la realización del proyecto.

ÍNDICE

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

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO.....	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	1
1.1.1. Objetivo General.....	1
1.1.2. Objetivos Específicos.....	1
1.2. LA INSTITUCIÓN - ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.....	1
1.2.1 Ubicación Geográfica.....	1
1.2.2. Antecedentes.....	2
1.2.3. Departamentos.....	3
1.2.4. Misión.....	10
1.2.5. Visión.....	11
1.2.6. Objetivos Institucionales.....	11
1.2.7. Público Objetivo.....	12
1.2.8. Organigrama.....	12
1.3. METODOLOGÍA.....	12
1.3.1. Descripción del Método.....	13
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección.....	13
1.3.3. Cronograma del diagnóstico.....	14
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS.....	15
1.4.1. Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas.....	15
1.4.2. Ficha de observación.....	27
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN.....	28
1.5.1. Fortalezas.....	28
1.5.2. Oportunidades.....	28

1.5.3. Debilidades.....	28
1.5.4. Amenazas.....	28

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	29
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	29
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	29
2.2.1. Objetivo General.....	29
2.2.2. Objetivos Específicos.....	30
2.3. PÚBLICO OBJETIVO.....	30
2.4. MENSAJE.....	30
2.5. ESTRATEGIAS.....	30
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	31

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN.....	33
3.1. PROYECTO DESARROLLADO.....	33
3.1.1. Financiamiento.....	33
3.1.2 Presupuesto.....	33
3.1.3 Beneficiarios.....	34
3.1.4 Recursos Humanos.	35
3.1.5 Áreas Geográficas de Acción.	35
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS.	35
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.	43
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO.	44
CONCLUSIONES.	46
RECOMENDACIONES.	47
GLOSARIO DE TÉRMINOS.	48

BIBLIOGRAFÍA.51
E GRAFÍA.52
ANEXOS.53

RESUMEN

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

Nombre del Proyecto: “Diagnóstico y Plan de comunicación en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala”.

Objetivos del Proyecto:

➤ **Objetivo General**

- Realizar un Plan de Comunicación Estratégica para la Escuela de Ciencia de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

➤ **Objetivos Específicos**

- Optimizar el uso de las plataformas digitales institucionales.
- Fortalecer la comunicación interna de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Implementación de nuevas herramientas digitales.

Sinopsis del Proyecto: Se elaboró un Diagnóstico de Comunicación, el cual proporcionó datos importantes que permitieron el planteamiento de alternativas para optimizar el proceso de transmisión de información; así mismo, un Plan de Comunicación en el que se trazaron estrategias y acciones para solucionar los problemas comunicacionales que se evidenciaron en el Diagnóstico, mediante observación y realización de encuestas. Por último, se ejecutaron las propuestas, mediante la producción de contenido para las redes sociales institucionales y la implementación de nuevas herramientas digitales.

INTRODUCCIÓN

Considerando que una comunicación eficaz y asertiva es necesaria para el buen funcionamiento de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y para el desarrollo integral de los docentes, estudiantes y futuros profesionales que la forman, quienes se desarrollan en un mundo que está en constante evolución, se hizo necesario realizar un estudio que permitió desarrollar sistemas de comunicación para cubrir la necesidad de información dentro dicha Institución. Este estudio consiste en el Diagnóstico y Plan de Comunicación Interna de la Unidad Académica.

En el Diagnóstico antes mencionado, se describió, analizó e interpretó un problema comunicacional, lo cual hizo posible plantear la solución apropiada, para proporcionar información pertinente de forma eficaz. Así mismo, se puntualizan datos generales de dicha Unidad Académica, tal como: ubicación geográfica, historia, misión y visión, departamentos o dependencias, público objetivo y objetivos institucionales.

Es de gran importancia que el flujo de información se manifieste de manera eficiente para facilitar el alcance de objetivos y cumplimiento de metas, para así proyectar resultados positivos, en busca del desarrollo del estudiante, por lo tanto, el Diagnóstico se complementó con la realización del Plan de Comunicación Estratégica dentro de la ECC y su respectiva ejecución, mediante contenido para redes sociales institucionales, elaboración campañas e implementación nuevas herramientas digitales.

JUSTIFICACIÓN

La Comunicación como elemento imprescindible para la convivencia, desarrollo y organización en sociedad en un mundo tan competitivo como en el que vivimos, nos presenta grandes retos para desenvolvernó como individuos.

Un buen sistema de comunicación es esencial para las organizaciones e instituciones ya que por medio de transmisión de información se construye cultura organizacional e imagen institucional; siendo la Escuela de Ciencias de la Comunicación una institución de educación superior comprometida con la formación y desarrollo integral de profesionales, muestra debilidades y dificultades en la comunicación interna, debido a esto se llevó a cabo la realización del Diagnóstico y Plan de Comunicación interna que permitió el planteamiento de estrategias y acciones factibles para la solución de las insuficiencias en el sistema comunicacional.

El objetivo del presente Proyecto fue el análisis y detección de las barreras y debilidades comunicacionales que estuviesen perjudicando la organización de la Escuela de Ciencias de la Comunicación; este proporcionó información fehaciente que permitió el planteamiento de alternativas en el entorno comunicacional, para dar solución a las dificultades encontradas.

Así mismo, se proyectó optimizar el uso de redes sociales e implementación de nuevas herramientas digitales para renovar en la forma en que se transmite información a la comunidad de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, en relación a actividades, fechas de asignaciones y trámites, del mismo modo, alcanzar un nivel de interacción que fomente el flujo de comunicación apropiado para el desarrollo de la Institución.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

1.1. Objetivos del Diagnóstico

1.1.1. Objetivo General

Analizar mediante instrumentos de investigación un problema o necesidad comunicacional dentro del Plan Estratégico de Comunicación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Detectar las fortalezas y debilidades que tenga la Escuela de Ciencias de la Comunicación en el ámbito de comunicación interna e imagen institucional.
- Evaluar los procesos de comunicación dentro de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Analizar los canales de comunicación de la Unidad Académica.

1.2. Institución

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

1.2.1. Ubicación geográfica

La Escuela de Ciencias de la Comunicación se ubica en Ciudad Universitaria, Zona 12, Edificio M2 y Edificio de Bienestar Estudiantil, el último ubicado al oriente de la Biblioteca Central de la Universidad.

1.2.2. Antecedentes o Historia

Los estudios de periodismo a nivel universitario, se iniciaron en Guatemala en 1952 con la fundación de la Escuela Centroamericana de Periodismo.

Aunque la creación de una escuela de esta naturaleza fue aprobada por el Consejo Superior Universitario en 1947, no fue sino hasta 1951 que, con motivo de la realización de un Congreso Centroamericano de Periodistas en San Salvador, al que asistió una delegación de la Asociación de Periodistas de Guatemala; se planteó la necesidad impostergable de poner en marcha un centro regional de esa 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. (Escuela de Ciencias de la Comunicación, 2016-2018. Recuperado de: <http://comunicación.usac.edu.gt/quienes-somos/>)

1.2.3. Departamentos o Dependencias

Consejo Directivo

El consejo directivo de la escuela de ciencias de la Comunicación es el máximo órgano de dirección de la unidad académica, es la autoridad encargada de dirigir, administrar y regular todo lo concerniente al gobierno de la escuela aquí se toman las decisiones más importantes y trascendentes, relativas a las políticas académicas y administrativas, la emisión de acuerdos, nombramientos sanciones, promociones y destituciones del personal Docente y Administrativo, ejecución de presupuestos aprobación de tesis y temas de eximentes técnicos, cierres de currículo o equivalencias internas entre carreras, exámenes especiales e insuficiencia y extraordinarios, convenios de operación con instituciones afines, Autorización de Diplomados, talleres, cursos becas etc. (Valdez, 2017, p. 5)

Conformación del consejo Directivo.

- Director
- Secretaria
- 2 representantes docentes.
- 2 representantes estudiantiles
- 1 representante profesional egresado.

Dirección General de la ECC

Ubicación: Edificio M2, Segundo Nivel, Área de Coordinaciones.

Director Escuela de Ciencias de la Comunicación: M.Sc. Sergio Morataya.

La dirección de la Escuela de Ciencias de la Comunicación se elige cada 4 años, el candidato debe ser un profesional de origen guatemalteco, con tres años de carrera docente en la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Ser colegiado activo y estar en el pleno goce de sus derechos, quienes eligen al directo son 3 grupos, el consejo directivo, los docentes, los estudiantes.

El despacho del director actualmente define la política y reglamento interno, nombra el personal docente y administrativo, vela por elevar el nivel académico representa evaluó de la manera correcta y ordena el desempeño del personal docente y administrativo, se encarga de velar que se cumplan los reglamentos universitarios tanto externos como internos, dan continuidad a todos los tramites vigentes de los que ingresan y egresan de esta escuela con debido proceso de excelencia académica. (Valdez, 2017, p. 6)

Secretaría ECC

Ubicación: Edificio M2, Segundo Nivel, Secretaría Administrativa.

Secretaria Escuela de Ciencias de la Comunicación: M.Sc. Claudia Molina.

Tesorería

Ubicación: Edificio M2, Segundo Nivel.

Información: Rigoberto Rodas.

Departamento encargado de realizar gestiones contables, contratos, cobros para trámites de control académico. También se encarga de proporcionar suministros de oficina. Es el encargado de administrar y planificar toda el área financiera.

Control Académico

Departamento encargado de trámites académicos:

- Asignación de prueba específica.
- Apertura de expedientes (estudiantes de Primer Ingreso).
- Asignación de cursos (semestre, recuperación y escuela de vacaciones).
- Equivalencias.
- Certificación de cursos aprobados.
- Carrera simultánea.
- Cambio de carrera o jornada.

- Cierres de pensum.
- Impresión de títulos.
- Constancia de Cierre.
- Recepción de actas (semestre, recuperación y escuela de vacaciones).

Coordinación Académica

Ubicación: Edificio M2, Segundo Nivel

Coordinador Académico: Lic. Mario Campos.

La coordinación académica es la instancia para planificar y administrar las actividades de enseñanza aprendizaje conjuntamente con las direcciones de área, también coordinada conjuntamente las actividades que realiza el Sistema de Ubicación y nivelación para estudiantes de primer ingreso.

Coordinador de Publicidad: M.Sc. Gustavo Morán.

Coordinadora de Locución: M.A. Betsabé Ovando

Coordinador de Periodismo: M.A. Mario Toje.

Coordinación de Plan de Autoformación a Distancia

Ubicación: Edificio M2, segundo Nivel, Área PAD.

Coordinador del PAD: M.A. Luis Pedroza.

Surgió en 1997, con la aprobación del consejo superior universitario como un proyecto experimental que inició con dos primeros años de la carrera. En el año 2000 el programa completo todos los semestres, además posee una propia coordinación y cuerpo de catedráticos.

El Pensum de estudios es equivalente al de plan diario en las jornadas vespertina y nocturna, sin embargo su metodología es la educación a distancia, con la realización de

actividades de autoformación que realizan los estudiantes, así mismo el tiempo de enseñanza se reduce a reuniones semanales entre catedráticos y estudiantes.

Comisión de Extensión

Ubicación: Edificio M2, Segundo Nivel, área de Coordinaciones.

Información: M.A. Gustavo Bracamonte.

Es un Programa integral de docencia, investigación y servicio a través del conocimiento de la realidad para crear una conciencia que contribuya al desarrollo nacional. Dicha Comisión es la vinculación social de la Universidad, se concretiza con la cooperación activa, comprometida y auto determinada de todos los miembros de la misma.

En 1975, se produjo la transición de la Antigua Escuela Centroamericana de Periodismo a la que hoy conocemos como Escuela de Ciencias de la Comunicación; en el seno de este proceso, surge la Comisión de Extensión.

Comisión de Tesis

Ubicación: Edificio Bienestar Estudiantil, Segundo Nivel, Sala de Docentes.

Información: M.Sc. Aracelly Mérida.

Instancia encargada de asesorar a los estudiantes que elaboran su tesis de Licenciatura o texto didáctico, a fin de obtener el grado de Licenciado(a) en Ciencias de la Comunicación.

Departamento de Posgrados ECC

Ubicación: Edificio Bienestar Estudiantil, Primer Nivel.

Información: M.A. Gustavo Morán.

Instancia encargada de proporcionar información y asesoría entorno a las Maestrías autorizadas por el Sistema de Estudios de Posgrado. Actualmente se cuenta con cuatro maestrías: Comunicación Organizacional, Comunicación Estratégica y Opinión Pública, Comunicación Virtual y Comunicación Publicitaria, así mismo, el Doctorado en Comunicación Estratégica y Social.

Centro de Estudios de Comunicación –CEC-

Ubicación: Edificio Bienestar Estudiantil, Segundo Nivel.

Información: Dr. Wagner Díaz Choscó

Inicio como Comisión de Investigación en 1978. En la actualidad funciona como Centro de Estudios de Comunicación. Su función principal es proveer apoyo a la actividad académica de la Escuela en cuatro áreas específicas: lo científico, lo docente, lo administrativo y lo innovador.

Departamento de Planificación

Se encarga de la planificación anual, que permite el funcionamiento de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

EPS Técnico

Alternativa que sustituye al examen técnico privado, cuando el estudiante así lo requiere. Es un conjunto de actividades teóricas y prácticas a realizar, previo a optar por el título de carrera técnica respectiva. El mismo tiene una duración mínima de 992 horas de trabajo divididas en tres fases: fase de actualización y ejercitación interna, fase de servicio a la comunidad y por último la fase de Ejercicio Profesional.

EPS Locución Profesional

Ubicación: Edificio Bienestar Estudiantil, Segundo Nivel, Sala de Docentes.

Información: M.A. José María Torres.

Los estudiantes de la Carrera técnica de Locución Profesional, realizan un período de prácticas de aproximadamente diez meses. Como parte de sus objetivos, busca dar a conocer nuevos talentos de la locución como voces institucionales, doblajes, actores, locutores, productores, creadores y escritores.

EPS Periodismo Profesional

Ubicación: Edificio M2, Segundo Nivel

Información: Lic. César Paiz.

Los estudiantes de la Carrera técnica de Periodismo Profesional, realizan un período de prácticas con una duración aproximada de diez meses. El estudiante mostrará sólidos conocimiento en los fundamentos y dominio de los procesos y técnicas de información y comunicación contemporáneas, como profesional con la capacidad de integrarse en equipos de trabajo multidisciplinarios con habilidad para exponer oralmente sus ideas y elaborar mensajes visuales, capacitado para interpretar y comprender las situaciones que se generan en el mundo.

EPS Publicidad Profesional

Ubicación: Edificio M2, Segundo Nivel, área de Coordinadores.

Información: Lic. Hugo Nery Bach.

Los estudiantes de la Carrera técnica de Publicidad Profesional, realizan un conjunto de actividades que tiene una duración de aproximadamente diez meses. Durante realización del mismo, los estudiantes tendrán la oportunidad para proyectarse como asesores de

las ciencias de la comunicación en medio masivos, departamentos de comunicación, agencias de publicidad, y empresas e instituciones que así lo requieran.

EPS Licenciatura

Ubicación: edificio M2, segundo Nivel, Área PAD.

Información: Licenciado Luis Pedroza.

Alternativa que permite a estudiantes graduados de las Carreras Técnicas de Publicidad, Locución y Periodismo, con Pensum Cerrado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Tiene como finalidad la formación de profesionales integrales y competentes, que planteen y desarrollen proyectos de investigación de calidad, capaces de desenvolverse en los diferentes campos de las Ciencias de la Comunicación.

El Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura consiste en la realización de un proyecto comunicacional de alto impacto, que beneficie a la entidad o comunidad donde se desarrolle. El mismo se compone de cinco fases: fase propedéutica, realización de diagnóstico de comunicación, elaboración de Plan de Comunicación, ejecución y presentación de Informe Final.

Estudio de Televisión

Ubicación: Edificio Bienestar Estudiantil, Segundo Nivel.

Información: Lic. Luis Cano.

Proporciona apoyo didáctico a los docentes para la realización de técnicas de enseñanza-aprendizaje, acorde a las necesidades y exigencias de la población estudiantil.

Laboratorio de Ideas

Ubicación: Edificio M2, Primer Nivel.

Información: Lic. Hugo Nery Bach.

La Agencia de Publicidad “LaGencia”, actualmente conocida como “Laboratorio de ideas” fue creada con el propósito de capacitar a estudiantes pertenecientes del último semestre de la carrera técnica de Publicidad Profesional, principalmente aquellos que están por solicitar examen privado. En la actualidad efectúa estrategias de comunicación, campañas de comunicación y consultorías a ONG, Facultades de la Universidad de San Carlos y otras entidades.

ESU “El Sancarlista U”

Ubicación: Edificio M2, Primer Nivel.

Es una agencia de noticias de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Es coyuntura, trabajos especiales, deporte, arte y opinión. Informa a cerca de la Agenda Noticiosa de la Universidad y del país.

Biblioteca “Flavio Herrera”

Ubicación: Bienestar estudiantil, Segundo Nivel.

Fundada en el año 1987, con el propósito de contar con una biblioteca que contara con la bibliografía necesaria para sustentar las investigaciones de estudiantes y docentes dentro de la Unidad Académica. La Biblioteca fue nombrada en homenaje al primer Director de la Escuela Centroamericana de Periodismo, actualmente Escuela de Ciencias de la comunicación, por iniciativa del Licenciado Interiano en 1996.

1.2.4. Misión

La Escuela de Ciencias de la Comunicación, institución de educación superior articulada a la formación, investigación y la extensión de manera integral, participativa y propositiva, consolida de forma sostenible y estratégica con visión a largo plazo, la preparación profesional de sus estudiantes. Procura la pertinencia, competitividad y creatividad, mediante el

vínculo, el compromiso y la identificación con la sociedad, cuyo propósito es formar profesionales de alta calidad tanto a nivel de las carreras técnicas como de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y los posgrados con especialidad en la materia.

1.2.5. Visión

La Escuela de Ciencias de la Comunicación es una institución de educación superior encargada de la formación de comunicadores con un alto sentido profesional, ético y competitivo, que responda a la demanda de una formación moderna y humanista, comprometida con la búsqueda del desarrollo integral de la Universidad y del país.

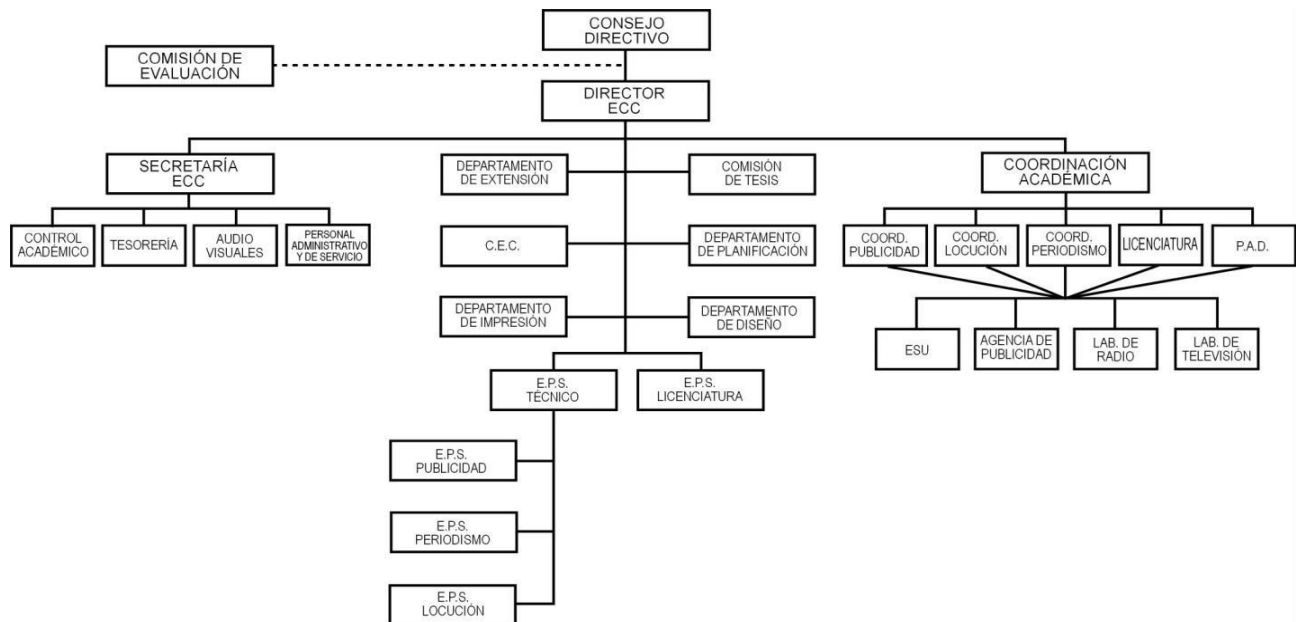
1.2.6. Objetivos Institucionales

- Formar profesionales de la Comunicación, capaces de intervenir humana, técnica y científicamente en el proceso de transformación del país.
- Formar profesionales de la comunicación que asuman objetivamente su papel de comunicadores y enlazadores entre los fenómenos sociales y la opinión pública.
- Promover la dinámica entre estudiantes y catedráticos, en los procesos tendentes a formar una conciencia crítica en torno a los problemas del subdesarrollo y proyectar su acción con miras de incorporar a la mayoría de la población en la búsqueda de soluciones para poder transformar nuestro país.
- Formar profesionales capaces de investigar, analizar e informar sobre diversos hechos sociales para que desarrollen una dinámica y eficiente función en la resolución de la problemática de la nación.

1.2.7. Público Objetivo

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

1.2.8. Organigrama



Fuente: Sitio Web. Escuela de Ciencias de la Comunicación.

1.3. Metodología

Etapa de la investigación científica que tiene como objeto elaborar, definir y sistematizar, el conjunto de técnicas y métodos que se deben seguir durante el desarrollo de un proceso de investigación. Consiste en un conjunto de procedimientos cuyo propósito fundamental es la implementación de sistemas de recolección, clasificación y validación de datos.

En esta fase se determina la forma en que se recaba, ordena y analizan los datos obtenidos, debido a que la función de esta es otorgarle validez y rigor científico a los resultados obtenidos durante el proceso estudio y análisis.

1.3.1. Descripción del método

Para la realización del presente diagnóstico se utilizó el método mixto. Sampieri, Fernández y Baptista (2014) afirman: “La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales” p. 532).

Enfoque mixto

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (Sampieri et al. 2014, p. 534)

Al involucrar ambos métodos, se amplían las alternativas en cuanto a la recolección de datos; entre estas: observación y realización de encuestas a docentes y estudiantes de los distintos semestres y jornadas de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección

Encuesta

Método de investigación y recopilación de datos, que implica solicitar a las personas información a través de un cuestionario. Tiene como objetivo obtener información sobre diversos temas, los resultados se presentan en forma de resúmenes, tablas y gráficos estadísticos. Sampieri et al. (2014) afirman que: “Generalmente utilizan cuestionarios que se aplican en diferentes contextos (entrevistas en persona, por medios electrónicos como correos o páginas web, en grupo, etc.)” p. 159.

El presente proyecto se realizó a través de un exhaustivo proceso de recolección de datos delimitado y enfocado en la comunidad de la Escuela de Ciencias de la Comunicación

utilizando como herramienta base una encuesta en la plataforma de Google, una para estudiantes y otra para docentes, constituidas de 10 preguntas cada una. . Esto con objetivo de sondear la realidad de la Unidad Académica y la percepción que se tiene tanto de la imagen institucional como del proceso de transmisión de información en la comunidad de la Escuela de Ciencias de la Comunicación; para la realización de la misma no se estableció una muestra debido a que se buscaba hacer un sondeo de cuántas personas respondían el mismo, y así poder observar si se utilizan los medio digitales que se emplean en la Unidad Académica

Observación

Es fundamental determinar con anticipación el objeto o fenómeno que interesa observar. La observación como método científico tiene la capacidad de describir y explicar comportamientos, conductas o cambios correspondientes a situaciones u objetos cabalmente identificados. Según Sampieri et al. (2014): “La observación cualitativa no es mera contemplación (“sentarse a ver el mundo y tomar notas”); implica adentrarnos profundamente en situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente. Estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones” p. 399).

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

Actividades	Enero			Febrero				
Semana	3	4	5	1	2	3	4	5
Propedéutico: Primera Fase								
Primera Reunión con Director ECC								
Observación y evaluación de Plan Estratégico de Comunicación								
Recopilación de información de la ECC								
Construcción y elaboración Del Diagnóstico de Comunicación								

Monitoreo de redes Sociales Institucionales								
Definición de metodología								
Elaboración de esquemas de entrevista y encuestas								
Realización de formulario Google para docentes y estudiantes								
Proceso de llenado de formularios por parte de estudiantes y docentes.								
Recopilación de datos								

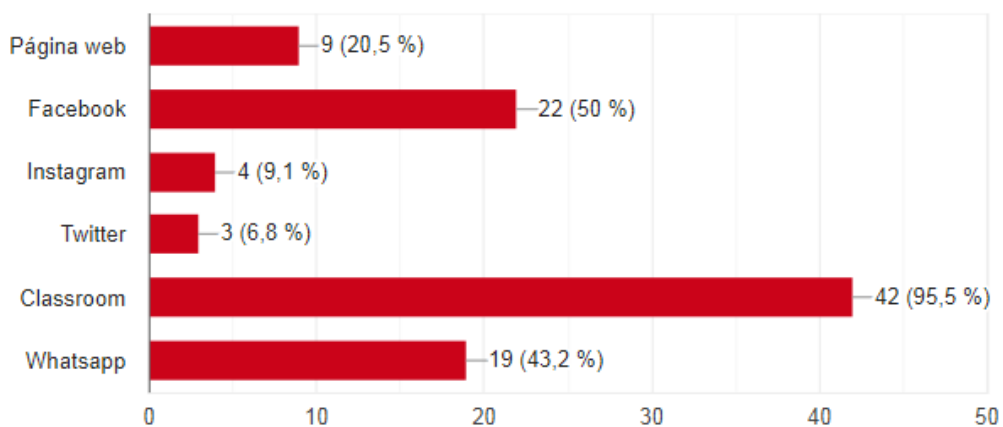
1.4. Recopilación de datos

1.4.1. Gráficas e interpretaciones

Encuesta dirigida a Docente

Gráfica No. 1

1. Como docente ¿Qué medios digitales utiliza para comunicarse con los estudiantes?

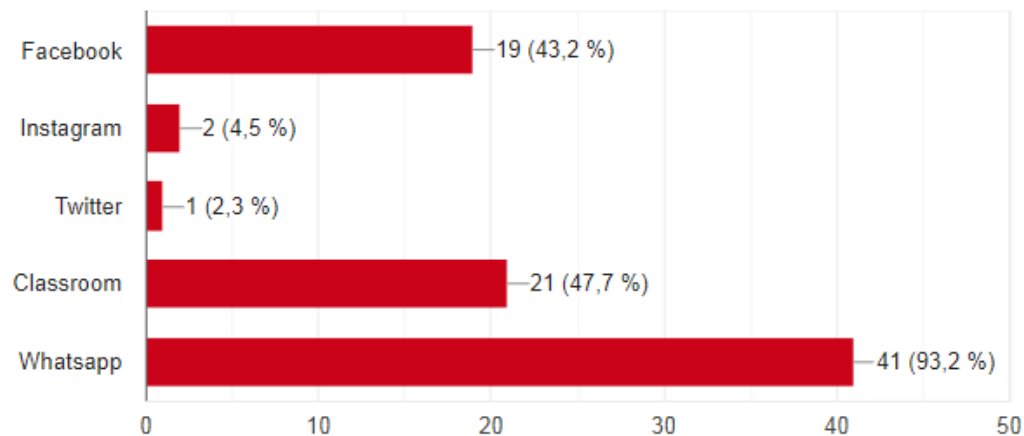


Fuente: Epesista, Sophía Albizurez 2019.

De los 44 Docentes encuestados, 42 utilizan la plataforma classroom para comunicarse con los estudiantes, de igual forma los medios digitales más utilizados por los Catedráticos para coordinación de sus clases, comunicación con estudiantes y resolución de dudas de sus respectivos cursos, son Facebook y whatsapp; mientras, un porcentaje muy reducido utiliza medios y plataformas muchísimo menos didácticas como twitter e instagram.

Gráfica No. 2

2. ¿Qué medios de comunicación utilizan entre el personal docente?

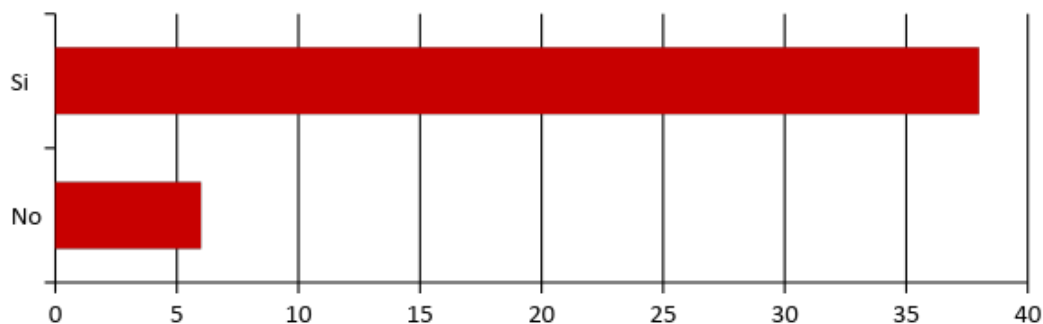


Fuente: Epesista, Sophía Albizurez 2019.

Una mayoría casi totalitaria de los Docentes utiliza el sistema de mensajería de Whatsapp para comunicarse con sus colegas y aproximadamente la mitad hace uso alternativo de la red social Facebook, siendo empleadas en menos porcentaje Instagram y Twitter.

Gráfica No. 3

3. ¿Considera que la comunicación entre estudiantes y docentes es eficaz?

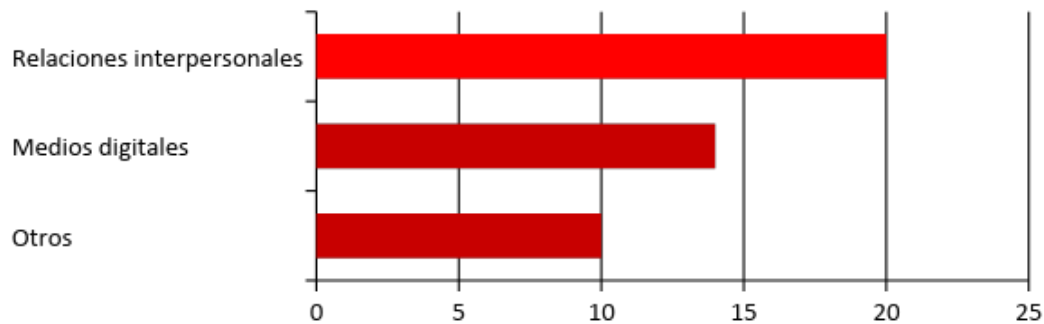


Fuente: Epesista, Sophía Albizurez 2019.

Casi la totalidad de los docentes considera que la comunicación con los estudiantes es eficaz y por el contrario hay un pequeño porcentaje que piensa que no lo es, debido a que aún se da el caso donde los estudiantes optan por ir a buscar a sus catedráticos pues les es difícil contactarles por otros medios.

Gráfica No. 4

4. Desde el punto de vista del campo de la docencia ¿qué sugeriría para mejorar la comunicación entre estudiantes y el personal docente y administrativo?

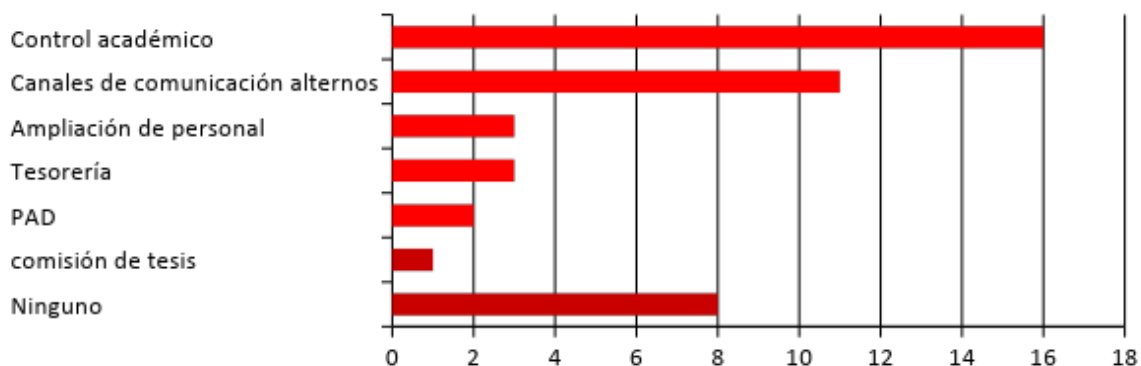


Fuente: Epesista, Sophía Albizurez, 2019.

Entre los 44 Docentes encuestados se dieron diversidad de opiniones, pero se presentó una coincidencia marcada de quienes proponen mejoras en el área de comunicación interpersonal, así como la implementación de un sistema de buzón de sugerencias o quejas.

Gráfica No. 5

5. En base a su experiencia como docente ¿cuál de los departamentos de la ECC necesita mejorar sus servicios? ¿Por qué?

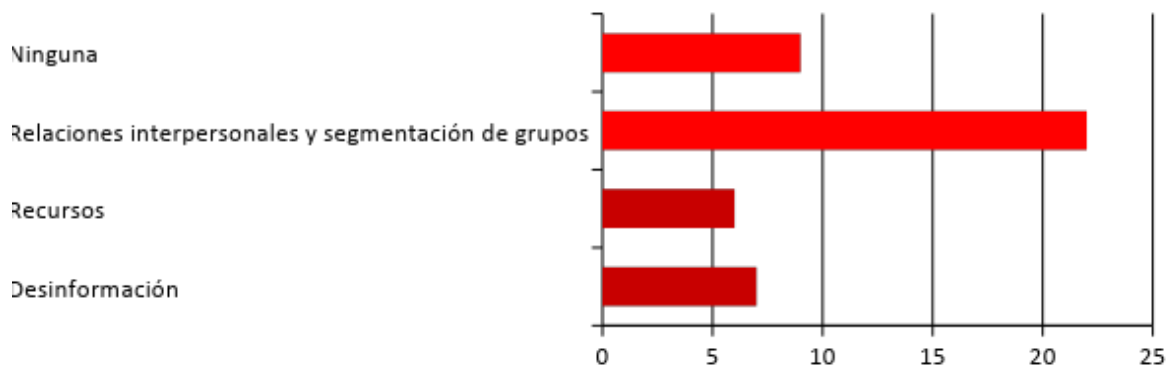


Fuente: Epesista, Sophía Albizurez, 2019.

La sugerencia más común entre los Docentes es que se necesitan mejoras notables en el Departamento de Control Académico, esto en relación a la agilización de trámites, atención tanto a estudiantes y catedráticos y mejorar la forma en que atienden las solicitudes y requerimientos en general.

Gráfica No. 6

6. ¿Cuál considera que es la principal debilidad en comunicación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?

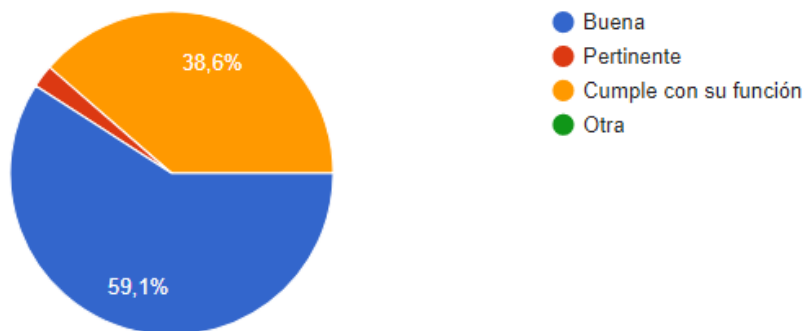


Fuente: Epesista, Sophía Albizurez 2019.

Un amplio porcentaje de catedráticos reiteran en que se deben implementar medidas para mejorar la comunicación interpersonal e incentivar el uso de los canales oficiales de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Gráfica No. 7

7. ¿Cómo evalúa la página web de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?

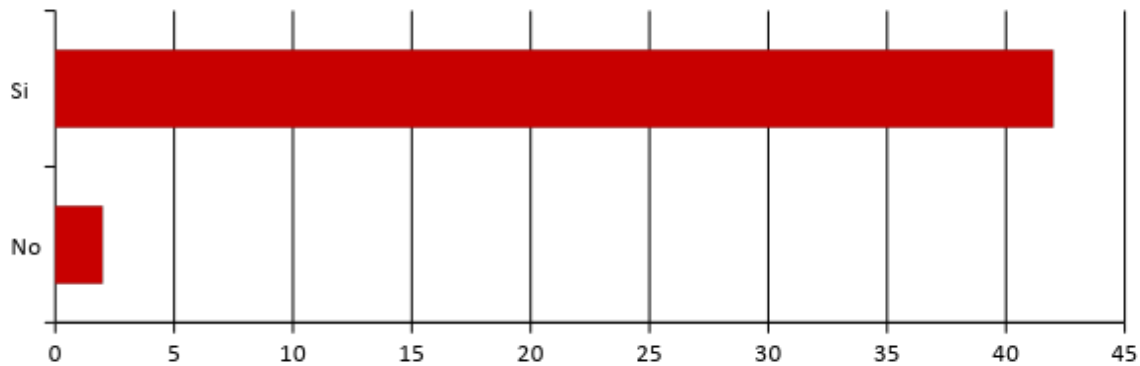


Fuente: Epesista, Sophía Albizurez 2019.

Gran proporción de docentes consideran que la Página web de la Escuela de Ciencias de la Comunicación es buena ya que contiene la información oficial necesaria, así mismo se evidencian posturas que consideran que es pertinente, en cuanto a la información básica como realización de trámites, horarios, pensum y asignaciones tanto para estudiantes de primer ingreso como de reingreso.

Gráfica No. 8

8. ¿Sigue usted la página institucional?

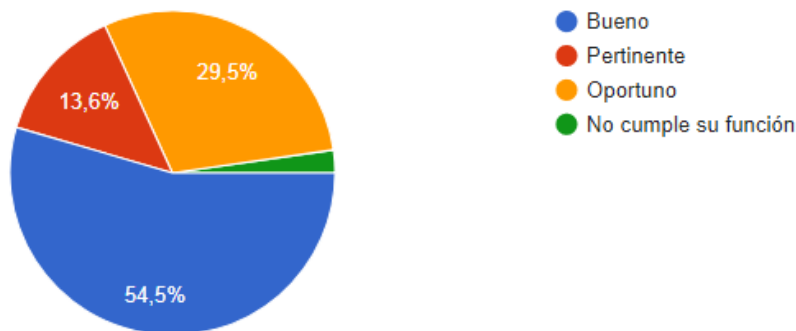


Fuente: Epesista, Sophía Albizurez 2019.

Inequívocamente, la totalidad de los docentes siguen la página institucional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, ya que consideran que es la mejor forma de estar informados acerca del acontecer en la Unidad Académica.

Gráfica No. 9

9. ¿Considera que el grupo de WhatsApp de su área de trabajo informa oportunamente?

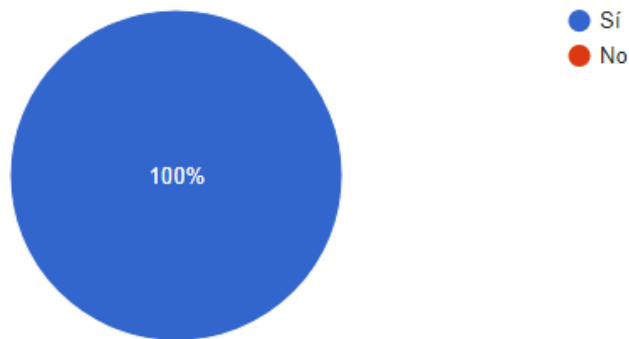


Fuente: Epesista, Sophía Albizurez 2019.

La colectividad de docentes considera que los grupos de WhatsApp de sus respectivas áreas de trabajo son efectivos, ya que por medio de éstos, se transmite información pertinente de forma eficaz.

Gráfica No. 10

10. ¿Se enteran a tiempo de las actividades administrativas y docentes por medio del grupo de WhatsApp y redes sociales?



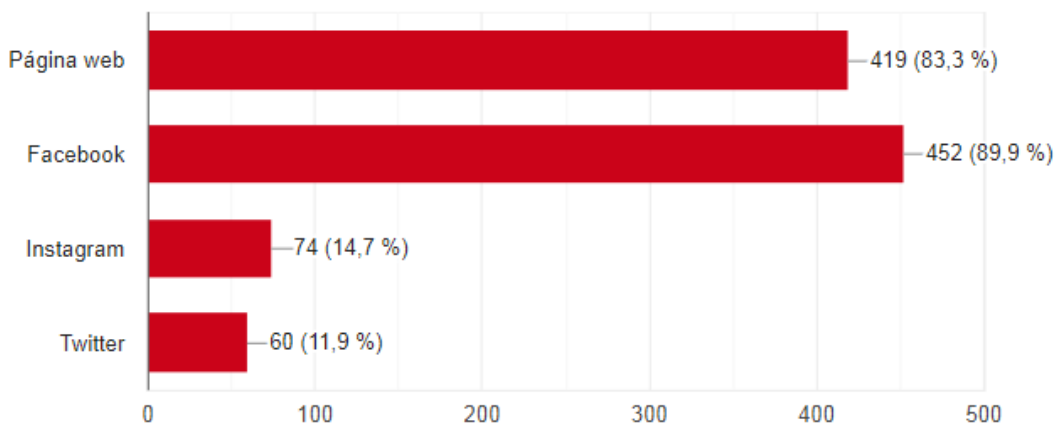
Fuente: Epesista, Sophía Albizurez 2019.

Los catedráticos en su totalidad concuerdan en que por medio de los grupos de WhatsApp de sus respectivas áreas de trabajo y a través de redes sociales se enteran oportunamente de las diversas actividades administrativas y docentes.

Encuesta dirigida a Estudiantes

Gráfica No. 11

1. ¿Qué canales oficiales de la ECC conoce?

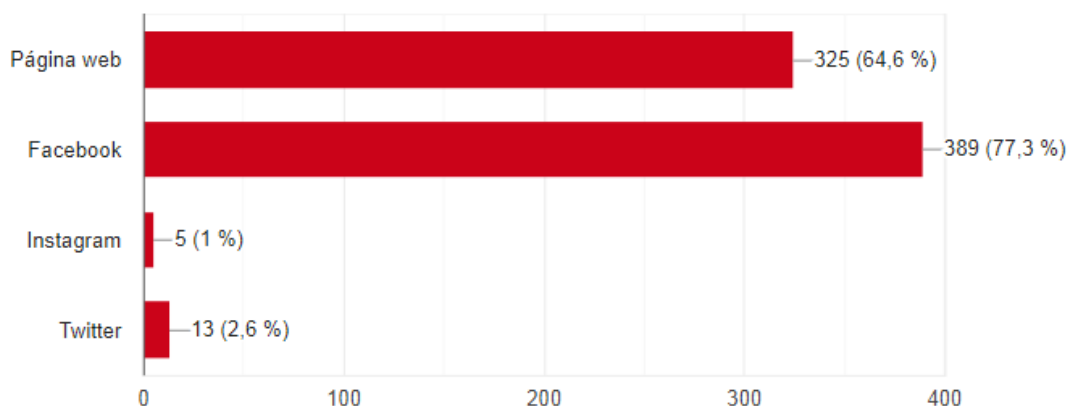


Fuente: Epesista, Sophía Albizurez 2019.

La página web y la página institucional de Facebook son de mayor conocimiento entre la comunidad estudiantil, debido a que brinda mayor facilidad para acceder a información de trámites y actividades académicas a diferencia de las otros medio digitales y redes sociales.

Gráfica No. 12

2. Cuando necesita información de trámites, cursos, horarios y actividades de la ECC ¿a qué medios oficiales recurre?

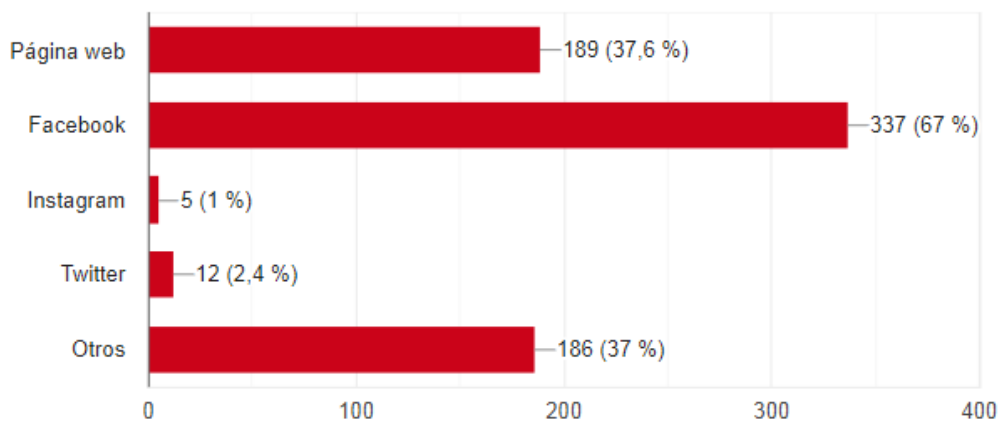


Fuente: Epesista, Sophía Albizurez 2019.

La población estudiantil casi en su totalidad recurre a la página web y la página institucional de Facebook cuando tiene dudas acerca de trámites, cursos, horarios y actividades de la ECC, debido a la facilidad de acceso tanto a la aplicación como a información oficial.

Gráfica No. 13

3. Cuando tiene algún inconveniente ¿a qué medio recurre?

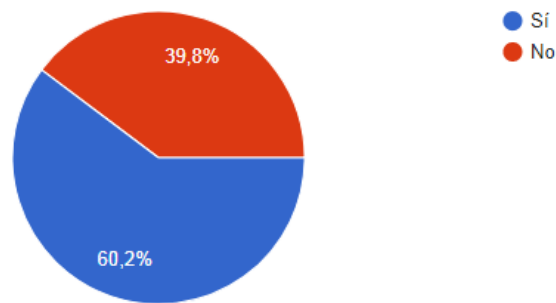


Fuente: Epesista, Sophía Albizurez 2019.

Los medios predilectos de los estudiantes para avocarse al tener algún inconveniente son la página web y la página institucional de Facebook, así mismo, gran porcentaje opta por obtener información personalizada acudiendo a las oficinas de catedráticos o directamente a la dependencia correspondiente.

Gráfica No. 14

4. Al comunicarse por medio de alguno de los canales oficiales de la ECC ¿ha tenido respuesta con rapidez?

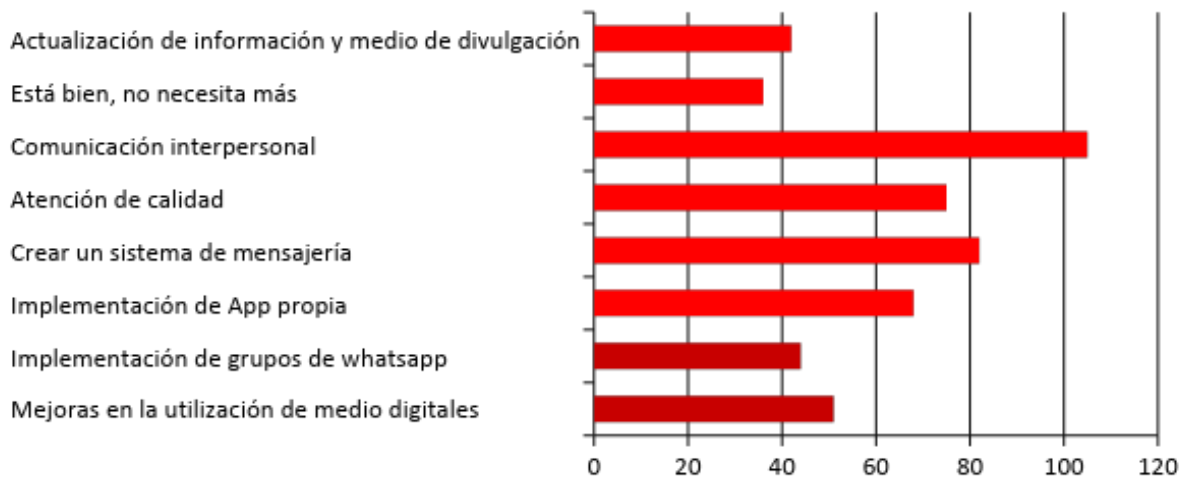


Fuente: Epesista, Sophía Albizurez 2019.

Gran porcentaje de estudiantes afirma que la mayoría de veces si obtienen respuesta con rapidez, aunque especifican que podrían haber sido tratados de manera inadecuada o se les proporcionó información ambigua, así mismo, en ocasiones si han tenido que esperar tiempo significativo para obtener respuesta a temas de urgencia o que no requieren mayor protocolo.

Gráfica No. 15

5. Como estudiante de la ECC ¿qué sugeriría para mejorar la comunicación entre estudiantes y el personal docente y administrativo?

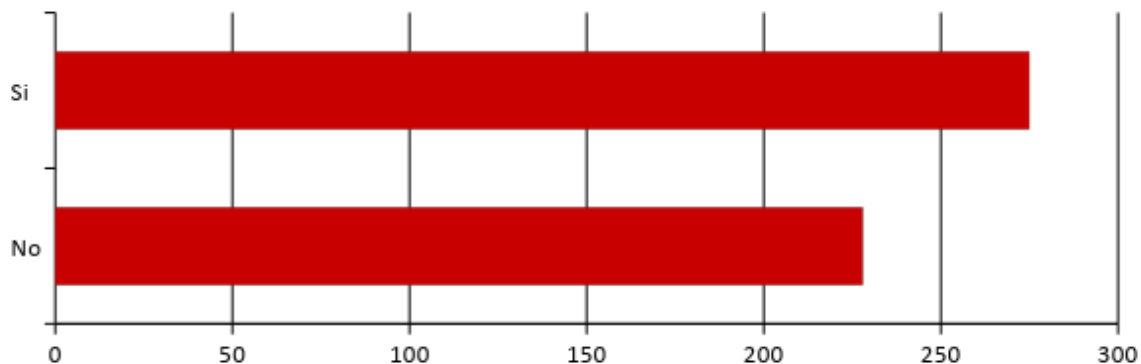


Fuente: Epesista, Sophía Albizurez 2019.

La colectividad estudiantil enfatiza en la comunicación interpersonal, ya que si entre los miembros de áreas administrativa y docente no existe comunicación de calidad y disposición de trabajar en conjunto, no se puede avanzar en relación a la comunicación con los educandos. Así mismo, sugieren la implementación de una App propia para la Escuela de Ciencias de la Comunicación que fomente la interacción y facilite el acceso a información, de igual manera solicitan sistema de mensajería o interfaz para la resolución de dudas y recepción de sugerencias; además manifiestan su molestia ante la falta de atención en control académico, puntualizando en que son atendidos de forma incorrecta.

Gráfica No. 16

6. ¿Se siente identificado(a) con la Imagen Institucional (línea gráfica) de la ECC?

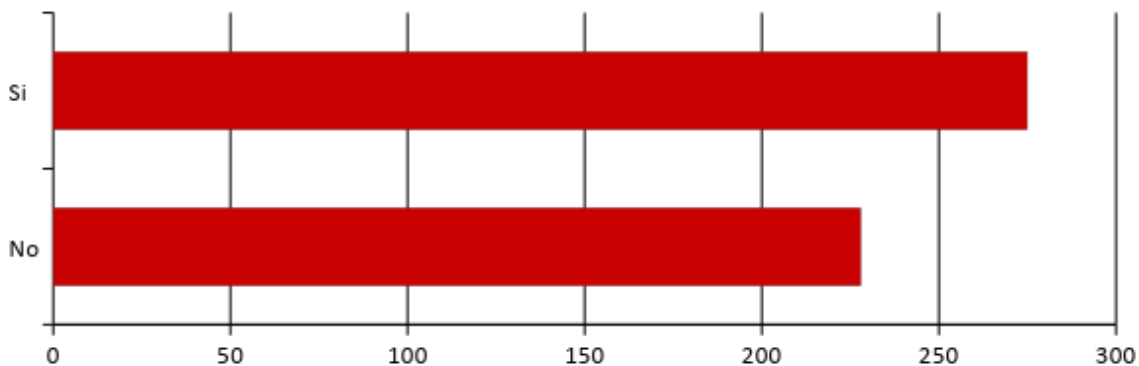


Fuente: Epesista, Sophía Albizurez 2019.

Se realizó la encuesta a 503 estudiantes, de los cuales 223 no se sienten identificados con la Imagen Institucional de la ECC, esto debido a que consideran que no se tomó en cuenta su opinión, o que no comprenden el porqué del color rojo cuando tenían entendido que el color que representaba a la ECC era el azul, además insinúan que podría estar desactualizada; entre algunas de las opiniones más frecuentes sobresale el hecho de vincularla a fines políticos. A diferencia de los 280 estudiantes que si se sienten identificados, puesto que piensan que transmite formalidad y es indicada para llamar la atención. Así mismo, se evidencia que muchos estudiantes desconocen que es una línea gráfica y el por qué no se elabora un manual de identidad.

Gráfica No. 17

7. ¿Considera que la ECC transmite información de forma eficaz?

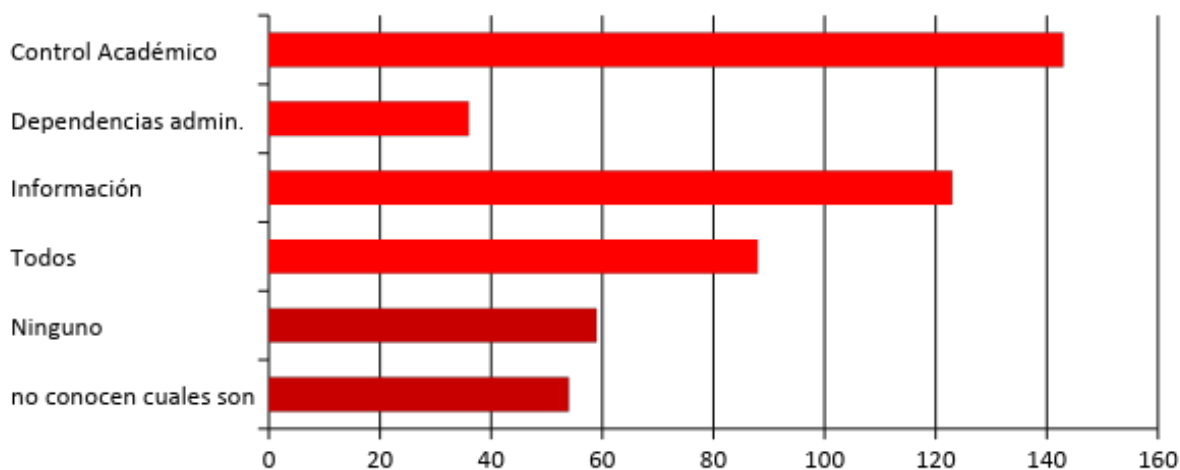


Fuente: Epesista, Sophía Albizurez 2019.

Un amplio porcentaje de estudiantes considera que la información que reciben acerca de trámites y actividades académicas es eficaz y oportuna, sin embargo enfatizan en que se hace necesario algún sistema para mejorar la comunicación haciendo que esta llegue con más rapidez, así mismo que se tome en cuenta los plazos para trámites y asignaciones para todas las jornadas puesto que estudiantes de PAD manifestaron que se sentía desplazados es relación a esto. Además indican que la información muchas veces es ambigua, ya sea por la forma de redactar las publicaciones o porque la información difiere de un medio digital oficial a otro y eso genera confusión.

Gráfica No. 18

8. Con base a su experiencia como estudiante ¿cuál de los departamentos de la ECC necesita mejorar sus servicios de comunicación?

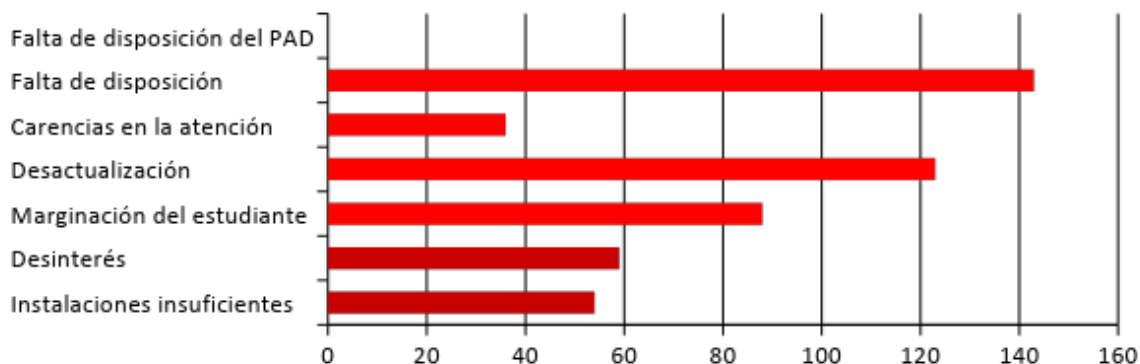


Fuente: Epesista, Sophía Albizurez 2019.

El sentir de los estudiantes expone que se requieren mejoras en relación a la atención que se les brinda en Control Académico y Secretaría, así mismo, quienes forman parte del Plan de Autoformación a Distancia recalcan que se sienten desplazados, puesto que no se les toma en cuenta para los plazos de trámites administrativos lo cuales se les dificulta realizar por sus ajustado horarios.

Gráfica No. 19

9. ¿Cuáles considera que son las principales debilidades de la Escuela de Ciencias de la Comunicación con relación a su comunicación con los estudiantes?



Fuente: Epesista, Sophía Albizurez 2019.

Los estudiantes manifiestan que su proceso de aprendizaje se ve afectado por las instalaciones insuficientes ya que en algunas jornadas son demasiados y las aulas no se dan abasto, además la falta de equipo de apoyo en los salones (cañoneras). Así mismo, insinúan que algunos docentes no tienen disposición de brindarles atención y no toman en cuenta las sugerencias, por lo tanto no existe comunicación de doble vía, opinan que hay falta empatía.

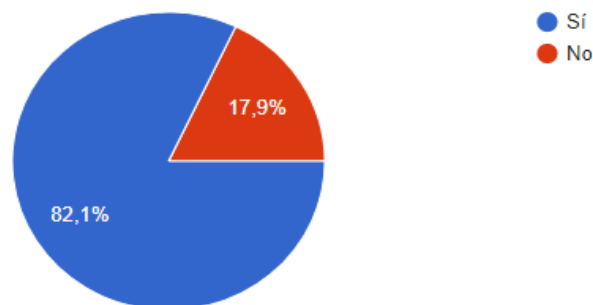
De igual manera, estudiantes de Plan de Autoformación a Distancia (PAD) exteriorizan el no sentirse involucrados en las actividades académicas, además de la molestia al no ser considerados al fijar los horarios de atención, puesto que por su jornada laboral se les dificulta realizar trámites entre semana.

Consideran el pensum en general extremadamente desactualizado, en el área técnica principalmente, indicando que se afecta al estudiante en la búsqueda de crecimiento laboral, ya que no cuenta con las herramientas necesarias para ejercer satisfactoriamente un oficio en el mercado actual, perciben este como un pensum obsoleto y señalan que algunos docentes imparten cursos que a veces no dominan.

Puntualizan en que no existe un departamento encargado específicamente de generar la información pertinente y del manejo de todos medios digitales oficiales para evitar la ambigüedad.

Gráfica No. 20

10. ¿Considera que es necesario desarrollar una App para la Escuela de Ciencias de la Comunicación?



Fuente: Epesista, Sophía Albizurez 2019.

La población estudiantil considera que es necesario implementar una App propia de la Escuela de Ciencias de la Comunicación aduciendo que esta facilitaría el acceder a la información oficial y que ayudaría a fomentar la interactividad y atención inmediata.

1.4.2. Ficha de observación

Área observada	Tiempo de observación	Punto de observación
Control Académico	Semana del 4 al 8 de febrero	En ocasiones había estudiantes esperando ser atendidos por al menos 5 minutos, aunque no ocurría con frecuencia.
Página Web, Facebook, Instagram.	Del 6 al 20 de Febrero	Cuentan con la misma información y están en constante actualización por igual. Instagram a diferencia de Facebook tiene una cantidad inferior de seguidores. Se evidencia que algunos estudiantes no utilizan correctamente la página web, pues a través de Facebook solicitan información que está de forma permanente en esta o al no encontrar la información asumen que no está.

1.5. Radiografía de la Institución: FODA

1.5.1. Fortalezas

Hay disposición por parte de las autoridades de la Escuela de Ciencias de la Comunicación para mejorar la comunicación dentro de la Unidad Académica.

Se cuenta con herramientas tecnológicas para mejorar el proceso de comunicación y la calidad de atención dentro de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

1.5.2. Oportunidades

- Obtener sugerencias por parte de la comunidad estudiantil que ayuden a mejorar la comunicación en la Unidad Académica.
- Conocer el sentir y la opinión de los estudiantes para establecer sus necesidades y exigencias como parte de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

1.5.3. Debilidades

- Carencias en la atención que se provee a estudiantes del Plan de Autoformación a Distancia (PAD).
- No contar con un departamento orientado específicamente a la administración de los medios digitales oficiales de la Unidad Académica.

1.5.4. Amenazas

- Falta de empatía dentro de la Comunidad de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Escasez de iniciativa para trabajar en conjunto a favor del crecimiento de la Unidad Académica y quienes la integran.

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1. Antecedentes comunicacionales

La Escuela de Ciencias de la Comunicación ha experimentado un aumento en la demanda de información por parte de docentes y estudiantes, quienes tenían acceso a plataformas digitales que no cumplían con las necesidades comunicacionales. Sin embargo, a partir de febrero de 2016, se establece una Política de Comunicación Institucional, la cual se basa en un SEO (Search Engine Optimización); es decir, un conjunto de técnicas empleadas en los medios digitales para posicionar a la Institución en la web.

La Política de Comunicación Institucional dio paso a la creación de cuentas para todos los miembros de la línea jerárquica de la institución en dos de las principales plataformas digitales, Facebook y WhatsApp, esto para difundir toda la información pertinente para la comunidad de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Así mismo, se pone a disposición la página web www.comunicacion.usac.edu.gt.

Este sistema se implementó para el fortalecimiento de la Imagen Institucional e impulsar una política de comunicación administrativa que optimice los diversos procesos que involucran a todos los miembros de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, todo en favor de un objetivo común, impulsar la educación superior de calidad.

2.2. Objetivos de comunicación

2.2.1. Objetivo general

Fortalecer la comunicación interna de la Escuela de Ciencia de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

2.2.2. Objetivos específicos

- Fortalecer el plan estratégico de comunicación.
- Ejecución de campañas de divulgación de nuevas herramientas digitales institucionales.
- Desarrollo de campañas de comunicación interna para promover valores que contribuyan a mejorar las relaciones interpersonales dentro de la institución.
- Evaluar el desarrollo de la Comunicación interna de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

2.3. Público objetivo

Estudiantes del primer al décimo semestre en jornadas vespertina, nocturna y PAD (Plan de Autoformación a Distancia), Posgrados y Docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

2.4. Mensaje

“Eficacia, tecnología y facilidad”

Eficacia en el flujo de información, mediante la optimización del uso de la tecnología a través de herramientas digitales y la facilidad que tendrá la comunidad de la Escuela de Ciencias de la Comunicación para informarse y comunicarse entre sí.

2.5. Estrategias

Se promovió el uso óptimo de medios digitales disponibles dentro de la Unidad Académica para renovar la forma en que se transmite información a la comunidad de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, en relación a actividades, fechas de asignaciones y trámites, así mismo, alcanzar un nivel de interacción que impulsa el flujo de comunicación apropiado para el desarrollo de la Institución.

2.5.1. Desarrollo e implementación de aplicación institucional

- Desarrollo y programación de ECC App.
- Publicación y validación de ECC App.
- Campaña de divulgación de Aplicación Institucional.
- Evaluación de resultados de implementación de Aplicación Institucional.

2.5.2. Optimizar el uso de los medios digitales para fortalecer el funcionamiento de la Escuela de Ciencias de la Comunicación

- Elaboración de piezas gráficas de fechas importantes no académicas.
- Circulación de piezas gráficas.

2.5.3. Ejecución de campaña para para incitar a la comunidad de la Escuela de Ciencias de la comunicación a tener cambios positivos en las relaciones interpersonales.

- Elaboración de piezas gráficas.
- Circulación de piezas gráficas en redes sociales y carteleras de Edificios M2 y Bienestar Estudiantil.

2.6. Acciones Estratégicas de Comunicación

2.6.1. Desarrollo e implementación de aplicación institucional

a. Desarrollo y programación de Ecc App

ECC App cuenta con diversas funciones y características, tales como:

- ECC USAC.
- Sección de Noticias.
- Carreras ECC.
- Trámites.

b. Publicación y validación de ECC App

Se realizó mediante la plataforma de un constructor de Aplicaciones, el cual ofrece el servicio durante un año sin paga con anuncios en la aplicación, así mismo, después del período de prueba brindan accesibles planes de pago.

c. Campaña de expectativa y divulgación de Aplicación Institucional.

Se proyectó un concepto dinámico y vigente para conseguir que los integrantes de la comunidad de la Escuela de Ciencias de la Comunicación se identificaran, para así generar en ellos el deseo de descargar la aplicación Institucional.

Piezas gráficas digitales e impresas.

Medio de difusión: Nube y tierra.

2.6.2. Optimizar el uso de los medios digitales para fortalecer el funcionamiento de la Escuela de Ciencias de la Comunicación

d. Creación de contenido para mayor interacción con la comunidad de la ECC.

e. Circulación de piezas gráficas en redes sociales Institucionales.

Se elaboraron banners para Facebook e Instagram., relacionados a fechas significativas no académicas, tal como “día de la madre”, “día del padre”, “día del trabajo”, etc.

Medio de difusión: Nube y tierra.

2.6.3. Ejecución de campaña para para incitar a la comunidad de la Escuela de Ciencias de la comunicación a tener cambios positivos en las relaciones interpersonales.

- f. **Elaboración de piezas gráficas para campaña de valores.**
- g. **Circulación de piezas gráficas para campaña “Todos y todas hacemos la ECC”.**

❖ **“Todos y todas hacemos la ECC”**

Se planeó utilizar un concepto incluyente para que la comunidad de la Escuela de Ciencias de la comunicación se identificara con la campaña, para impulsar el sentido de pertenencia en la Unidad Académica. La campaña se enfocó en los valores, tales como: respeto, tolerancia, responsabilidad, participación, honestidad y lealtad.

Material impreso y digital.

Medio de difusión: Nube y tierra.

CAPÍTULO III

1. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. Proyecto Desarrollado

3.1.1. Financiamiento

La Escuela de Ciencias de la Comunicación cuenta con un porcentaje del presupuesto general, para el desarrollo e implementación de la Aplicación Institucional, así mismo, para la impresión de las carteleras informativas de los Edificios Bienestar estudiantil y M2.

3.1.2 Presupuesto

Cant.	Detalle	Costo Uni.	Costo Total	Financiamiento
-	Programación ECC App	Q. 45,686.00	Q. 45, 686.00	ECC
-	Validación y publicación ECC App (mensual)	Q. 552.24	Q. 552.24	ECC
8	Diseños para FB e Instagram para campañas de ECC App	Q. 70.00	Q. 560.00	Epesista

44	Diseños para FB e Instagram (publicaciones mensuales)	Q. 60.00	Q. 2,640.00	Epesista
4	Diseños de portada para FB	Q. 70.00	Q. 280.00	Epesista
4	Diseños campaña de valores (digital)	Q. 70.00	Q. 280.00	Epesista
4	Adaptación de diseños de campaña de valores para impresión y colocación en carteleras.	Q. 40.00	Q. 160.00	Epesista
8	Impresión de carteleras en Edificios M2 y Bienestar Est.	Q. 80.00	Q. 640.00	ECC
-	Asesoría comunicacional	-- --	Q. 7,000.00	Epesista
TOTAL:			Q. 57,798.24	-- --

3.1.3 Beneficiarios

Beneficiarios directos:

Se entiende por beneficiarios directos a todos aquellos individuos que se involucran en la realización de determinado proyecto y que serán favorecidos con su implementación. Por lo tanto, se considera así a miembros del personal docente, quienes se encargan de la administración de la Aplicación Institucional.

Beneficiarios indirectos:

Hace referencia a la persona que no se vio involucrada en la realización del proyecto y que no ejerce influencia alguna, sin embargo, será favorecida con la implementación el mismo. Por consiguiente, se consideran beneficiarios indirectos a todos los estudiantes y personas que en un futuro se integren a la Unidad Académica o estén en proceso de ingreso.

3.1.4 Recursos Humanos

Persona	Puesto	Actividad
M.Sc. Sergio Morataya	Director ECC	Orientación y apoyo durante la realización del EPS.
M.A. Evelin Hernández	Asesora de EPSL	Supervisión y asesoría durante el desarrollo del EPS.
Ana Sophía Albizurez	Epesista	Diseño y diagramación de piezas gráficas utilizadas durante el EPSL (Campaña de valores, campañas de expectativa y divulgación ECC App, contenido diverso en redes sociales institucionales). Estructuración y validación de ECC App.

3.1.5 Áreas Geográficas de Acción

La Escuela de Ciencias de la Comunicación, ubicada en Ciudad Universitaria, Zona 12, Edificio M2 y Edificio de Bienestar Estudiantil, el último ubicado al oriente de la Biblioteca Central de la Universidad.

3.2. Estrategias y acciones desarrolladas

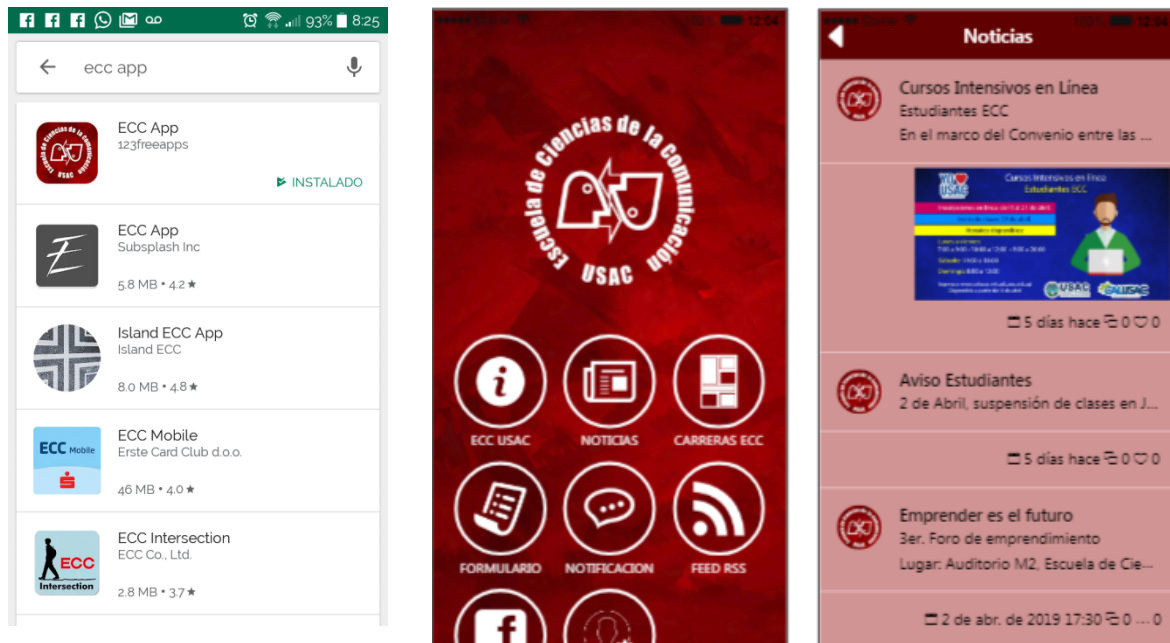
3.2.1. Desarrollo e implementación de aplicación institucional

a) Desarrollo y programación de Ecc App

Ecc App cuenta con diversas funciones y características, tales como:

- ECC USAC: que brinda información general de la Institución.

- Noticias: que mantendrá actualizada a la Comunidad de la Escuela de Ciencias de la Comunicación en relación a actividades dentro de la misma.
- Carreras Ecc: proporciona información de las Carreras que ofrece la ECC.
- Trámites: brinda una guía para gestiones dentro de la Institución.
- Así mismo se vinculará a otros medios digitales oficiales con los que cuente la Escuela de Ciencias de la Comunicación.



b) Publicación y validación de ECC App

La publicación de la Aplicación se realizó mediante la plataforma de un constructor de App, el cual ofrece el servicio durante un año sin paga con anuncios en la aplicación, o bien dos planes de pago:

- Basic (\$ 6.00 al mes, Q 45.90 al mes): Q. 550.80 anual sin publicidad.
- Full (\$16.00 al mes, Q. 122.40 al mes): Q. 1,468.80 anual sin publicidad.

Planes Tarifarios

Inicio Sesión / Registrarse

FREE	BASIC	FULL
1 APP GRATUITA CON PUBLICIDAD	1 APLICACIÓN SIN PUBLICIDAD	1 APLICACIÓN SIN PUBLICIDAD
<ul style="list-style-type: none"> ★ App en android ✗ Código XCODE IOS ✓ Notificaciones Push ✓ Funciones ✓ Posicionamiento ASO ✓ Actualizaciones automáticas ✓ Estadísticas automáticas ✓ Estadísticas de la app ✓ Soporte online 	<ul style="list-style-type: none"> ★ App en android ✗ Código XCODE IOS ✓ Notificaciones Push ✓ Funciones ✓ Posicionamiento ASO ✓ Actualizaciones automáticas ✓ Estadísticas automáticas ✓ Estadísticas de la app ✓ Soporte online 	<ul style="list-style-type: none"> ★ App en android ✓ Código XCODE IOS ✓ Notificaciones Push ✓ Funciones ✓ Posicionamiento ASO ✓ Actualizaciones automáticas ✓ Estadísticas automáticas ✓ Estadísticas de la app ✓ Soporte online
<p>Precio/Price MXN \$0/MES POR 1 AÑO USD \$0/MONTH FOR 1 YEAR</p>	<p>Precio/Price MXN \$100/MES USD \$6/MONTH</p>	<p>Precio/Price MXN \$300/MES USD \$16/MONTH</p>

Copyright ©2018 Hecho con por 123Freeapps. Derechos reservados

Contacto

Fuente: 123 Free Apps.

c) Campaña de expectativa y divulgación de Aplicación Institucional.

ECC App es la Aplicación Institucional con fines informativos, didácticos e interactivos, dirigida a integrantes y estudiantes potenciales de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Se optó por utilizar el concepto “**Apptualízate**” para la campaña de expectativa y “**Apptualízate con la ECC**” para la campaña de divulgación, pues dicha Aplicación estará en constante actualización tanto de información académica como administrativa, también debido a que es flexible ya que se pretende que los usuarios se identifiquen y crear el sentido de pertenencia, incitando a progresar junto a la ECC.

- Pauta de campaña de expectativa ECC App en redes sociales.

Escuela de Ciencias de la Comunicación **Página Institucional**
Publicado por Sofia Albizurez |?| · 8 de julio a las 11:18 · 🌐

Apptualízate

1.155
Personas alcanzadas

43
Interacciones

[Promocionar publicación](#)

- Campaña de divulgación ECC App en redes sociales y carteleras en Edificios M2 y Bienestar Estudiantil.



3.2.2. Optimizar el uso de los medios digitales para fortalecer el funcionamiento de la Escuela de Ciencias de la Comunicación

- d) Creación de contenido para mayor interacción con la comunidad de la ECC.
- e) Circulación de piezas gráficas en redes sociales Institucionales.

Se elaboraron piezas gráficas para Facebook e Instagram., relacionados a fechas no académicas, tal como “día de la madre”, “día del padre”, “día del trabajo”, así mismo se realizó una selección de los Teóricos de la Comunicación más representativos, asignando uno para cada mes y hacer publicaciones semanales.

Escuela de Ciencias de la Comunicación Página Institucional
 Publicado por Sofia Albizurez [?] · 24 de junio · 🌐



Para quienes la enseñanza más que compartir conocimiento, es... inspirar el cambio.

Feliz día Maestras y Maestros

974 Personas alcanzadas 65 Interacciones [Promocionar publicación](#)

Escuela de Ciencias de la Comunicación Página Institucional
 Publicado por Sofia Albizurez [?] · 29 de julio a las 08:49 · 🌐



Para Manuel Castells, autor de "Comunicación y Poder", la comunicación tradicional de masas, jerárquica y unidireccional se ha transformado en la autocomunicación.

Así mismo, considera que las grandes empresas de comunicación digital, como Google, Facebook y Twitter, no están tan concentradas en ejercer el poder, sino en convertir toda nuestra actividad datos.

1.260 Personas alcanzadas 48 Interacciones [Promocionar publicación](#)

Institucional
 Publicado por Sofia Albizurez [?] · 3 de junio · 🌐

Harold Lasswell: Sociólogo estadounidense. Profesor en la Universidad de Yale y director de la División experimental para el estudio de la comunicación en tiempos de guerra.



Harold D. Lasswell

Nació en Donnellson, Illinois, Estados Unidos el 13 de febrero de 1902.

Considerado uno de los fundadores de la psicología política. Se dedicó al estudio de la influencia de los medios de comunicación y de información de masas en el proceso de creación de la opinión pública, un tema clave para la sociología contemporánea en las sociedades industriales y postindustriales.

1.161 Personas alcanzadas 58 Interacciones [Promocionar publicación](#)

Escuela de Ciencias de la Comunicación Página Institucional
 Publicado por Sofia Albizurez [?] · 10 de mayo · 🌐

Ningún idioma puede expresar el poder, belleza y heroísmo del amor de una madre.



A ellas, quienes primero obtuvieron el título y luego cursaron la carrera. Más que un día para festejar, es gratitud por esas noches de desvelo, por esos sacrificios para darnos los mejor, es maravillarse por el ser capaz de dar vida, brindar cobijo y un inmenso amor.

Ser madre es lucha.

Feliz día de la madre

4.684 Personas alcanzadas 377 Interacciones [Promocionar publicación](#)

3.2.3. Ejecución de campaña para para incitar a la comunidad de la Escuela de Ciencias de la comunicación a tener cambios positivos en las relaciones interpersonales.

f) Elaboración de piezas gráficas, orientadas a la divulgación de valores fundamentales, para para incitar a realizar un cambio positivo en conjunto en favor del desarrollo de la ECC.

❖ Se procuró mantener la inclusión mediante el concepto “Todos y todas hacemos la ECC”, así mismo, promover cierto grado de responsabilidad compartida, pues lo que es y lo que ocurre dentro de la ECC es compromiso de todos.

g) Circulación de piezas gráficas para campaña “Todos y todas hacemos la ECC”

Escuela de Ciencias de la Comunicación Institucional actualizó su foto de portada.
Publicado por Sofia Albizurez [?] · 24 de julio a las 11:27 · 🌐

La responsabilidad es la pieza clave de un buen inicio de semestre
#EccUsacEsAcademia

975 Personas alcanzadas 32 Interacciones Promoción no disponible



Escuela de Ciencias de la Comunicación **Página Institucional** actualizó su foto de portada.

Publicado por Sofia Albizurez [?] · Ayer a las 16:16 · 🌐



1.256

Personas alcanzadas

78

Interacciones

Promoción no disponible



3.3. Cronograma de actividades

Actividades	Mayo				Junio				Julio		
Semana	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Publicaciones en FB e Instagram	■										
Publicaciones en FB e Instagram		■									
Bosquejo de App Institucional		■									
Publicaciones en FB e Instagram			■								
Programación de App Institucional			■								
Publicaciones en FB e Instagram				■							
Validación de App Institucional				■							
Primeros ajustes de App Institucional					■						
Publicaciones en FB e Instagram					■						
Reunión con M.Sc. Morataya					■						
Publicaciones en FB e Instagram						■					
Bosquejo de dinámica de divulgación de App Institucional						■					

Publicaciones en FB e Instagram												
Publicaciones en FB e Instagram												
Reestructuración del plan de Com.												
Publicaciones en FB e Instagram												
Actualización de App Institucional												
Publicaciones en FB e Instagram												
Campaña de expectativa ECC App												

3.4. Control y seguimiento

Control y seguimiento de redes sociales

Mediante estadísticas e interacción en las redes sociales se observó la respuesta de la Comunidad de la Escuela de Ciencias de la Comunicación en relación al contenido compartido en las mismas.

Sondeo y seguimiento de Aplicación Institucional

La configuración de ECC App permite obtener un usuario con la misma cuenta de correo electrónica que se utiliza para acceder a Classroom, así mismo, proporciona estadísticas de descargas de la aplicación e interacción de los usuarios.

Estrategia	Acciones	Indicadores
Desarrollo e implementación de Aplicación Institucional	Desarrollo y programación de Aplicación Institucional	El proceso propiamente de elaboración de la App fue de aproximadamente 3 semanas.
	Publicación y validación de ECC App	Finalizada la programación de la Aplicación, se realizó el proceso necesario para validación y publicación de la misma, el cual requirió 5 días hábiles.
	Campaña de expectativa y divulgación de ECC App	Las piezas gráficas circularon en redes sociales Institucionales, obteniendo entre 400 y 1669 personas alcanzadas, de 13 a 35 likes y un promedio de 28 a 99 interacciones.
Optimizar el uso de los medios digitales para fortalecer el funcionamiento de la Escuela de Ciencias de la Comunicación	Creación de contenido para mayor interacción con la comunidad de la ECC.	Las publicaciones realizadas lograron entre 400 y 1335 personas alcanzadas, de 10 a 27 likes y obtuvieron de 13 a 126 interacciones. Así mismo, fueron compartidas entre 3 y 35 veces.
	Circulación de piezas gráficas en redes sociales Institucionales.	
Ejecución de campaña para para incitar a realizar un cambio positivo en conjunto en favor del desarrollo de la ECC.	Elaboración de piezas gráficas para campaña de valores	Las piezas gráficas publicadas en redes sociales, obtuvieron entre 300 y 998 personas alcanzadas, 23 likes y 32interacciones.
	Circulación de piezas gráficas para campaña “Todos y todas hacemos la ECC”.	

CONCLUSIONES

- El Ejercicio Práctico Supervisado es una muy buena opción para estudiantes que están por obtener el Título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, ya que admite aplicar los conocimientos obtenidos y ampliarlos mediante la ejecución de proyectos. Así mismo, permitió hacer una autoevaluación de las competencias personales en el ámbito profesional, debido a que la función de comunicador social requiere constante preparación tanto académica como en herramientas digitales, las cuales al utilizarse de forma adecuada nos facilitan llevar a cabo nuestras actividades.
- Es importante mencionar que una de las motivaciones principales para la realización del proyecto es aportar alternativas para mejorar el funcionamiento y las relaciones interpersonales dentro de la Unidad Académica, ya que estos factores influyen en el desarrollo de la misma.
- Por medio del Diagnóstico se pudo determinar que la falta de iniciativa de los estudiantes por involucrarse productivamente, afecta el avance de la Escuela; no obstante, otro de los elementos que perjudica a la ECC es la indiferencia y descuido por parte de algunos miembros del personal docente y administrativo.

RECOMENDACIONES

- Debido a la progresiva demanda de información en la Unidad Académica, se considera pertinente la creación de un departamento dedicado específicamente a brindar información a los estudiantes mediante las distintas plataformas digitales Institucionales.
- Implementar la organización de actividades durante el año que fomenten y fortalezcan las relaciones interpersonales entre personal docente y administrativo, ya que esto favorecerá al proceso de comunicación dentro de la Institución.
- Ampliar el campo de acción en cuanto a la organización y realización de actividades académicas que contribuyan a la capacitación y preparación de los integrantes de la comunidad de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Considerar la actualización del pensum de estudios de Carreras Técnicas y Licenciatura, esto aumentará la seguridad de los futuros profesionales al momento de enfrentarse al exigente mercado laboral, proyectando así una buena imagen institucional.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

1. **Ámbito:** área que está contenida o comprendida dentro de ciertos límites. Esfera, campo de actividad. Entorno en el que una persona vive o se desenvuelve.
2. **Análisis:** examen detallado de un asunto para conocer su naturaleza, características, estado y elementos que intervienen en ello.
3. **Antecedentes:** acontecimiento o acción que sirve como referencia para comprender o valorar con mayor exactitud un hecho posterior. Conjunto de trabajos realizados con anterioridad sobre un tema determinado; se consideran como tal, las revistas especializadas, informes, conferencias, artículos y los resultados de investigaciones institucionales.
4. **Asertiva:** que indica o enuncia afirmación o sirve para aseverar.
5. **Comunicación asertiva:** es una forma de expresar lo que se piensa o pretende, de cualidad clara y respetuosa, considerando diversos puntos de vista, sin ser agresivo o pasivo.
6. **Beneficiario:** persona que recibe un beneficio de contrato o donación.
7. **Competencia:** aptitud, capacidad, habilidad, destreza o pericia para realizar una actividad específica o tratar un tema determinado de la mejor manera posible.
8. **Comunicación:** proceso mediante el cual se transmite información entre emisor y receptor, siendo este último quien decodifica e interpreta el mensaje para luego dar respuesta. Actividad esencial para la vida en sociedad.
9. **Cronograma:** representación gráfica de un conjunto de actividades ordenados para realizarse en determinada cantidad de tiempo. Dentro de una investigación científica, es una herramienta utilizada para establecer y definir la sucesión de actividades a realizar.

- 10. Diagnóstico:** proceso de reconocimiento, análisis y evaluación de un fenómeno, para establecer sus predisposiciones y así solucionar un problema. Acción que ayuda a determinar, mediante análisis de datos e información, cómo corregir una situación.
- 11. Dificultad:** obstáculo, situación, inconveniente, barrera o circunstancia difícil de superar o solucionar, que impide conseguir un determinado objetivo.
- 12. Divulgar:** acción de difundir, promover o publicar algo para ponerlo al alcance del público. Exponer y difundir contenido de interés público.
- 13. Eficaz:** aquello que tiene la capacidad de alcanzar determinado objetivo o que produce el efecto esperado.
- 14. Estrategia:** conjunto de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones, permitiendo dirigir un asunto, orientado a obtener resultados positivos.
- 15. Expectativa:** esperanza o ilusión que experimenta un individuo ante la posibilidad de cumplir un determinado propósito.
- 16. Herramientas digitales:** recursos de software que se encuentran en dispositivos electrónicos, que permiten realizar o facilitar todo tipo de actividades.
- 17. Implementar:** acción de poner en práctica medidas y métodos para concretar alguna actividad o plan. Poner en marcha una iniciativa.
- 18. Imprescindible:** aquello que es o se considera tan necesario que no puede faltar o ser reemplazado.
- 19. Institucional:** perteneciente o relativo a una institución o a instituciones políticas, religiosas, sociales, etc.; que está relacionado con un organismo o fundación.
- 20. Interacción:** acción que se desarrolla de modo recíproco entre dos o más individuos.

- 21. Interpersonal:** comunicación, relación o vínculo que se lleva a término entre las personas.
- 22. Investigación:** proceso de naturaleza intelectual y experimental, que mediante la aplicación de métodos de forma sistemática, pretende indagar sobre un tema o asunto determinado.
- 23. Objetivo:** fin o meta que el investigador se propone alcanzar al realizar una investigación. Existen dos tipos de objetivos, generales y específicos.
- 24. Optimizar:** acción de buscar la mejor forma de realizar algo para obtener mejores resultados y mayor eficiencia en el desempeño de actividades.
- 25. Organización:** Estructura social formada por personas dispuestas a actuar de forma coordinada con el fin de lograr objetivos específicos mediante las administración de recursos y realización de tareas.
- 26. Plataformas digitales:** herramientas que facilitan la promoción y divulgación de productos o servicios; entre estas, las aplicaciones en celulares y programas de televisión digital.
- 27. Profesional:** quien luego de haber adquirido formación académica ejerce una profesión. Calificación que hace referencia al compromiso, ética y excelencia en el desarrollo de actividades laborales.
- 28. Valores:** cualidad, virtud, talento u característica, moral inherente a la persona, es decir, humildad, responsabilidad, piedad, solidaridad, etc. Creencias compartidas por una cultura, surgidas del consenso social.

BIBLIOGRAFÍA

1. Castañeda Mejía, Y. L. (2003). *Diagnóstico y Propuesta de Comunicación Interna de la Escuela de Ciencias de la Comunicación*. Guatemala: Tesis Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC.
2. Costa, J. (2009). Imagen Corporativa en el Siglo XXI. En J. Costa, *Imagen Corporativa en el Siglo XXI* (pág. 264). Buenos Aires, Argentina: Icrj´ La Cirugía Ediciones.
3. Hernández Sampieri, Fernández Collado & Baptista Lucio. (2014) *Metodología de la investigación*. Sexta Edición. Distrito Federal, México: Interamericana editores, S.A.
4. Massoni, S. (2013). “Metodologías de la Comunicación Estratégica: Del inventario al encuentro sociocultural”. Rosario: Ediciones Homo Sapiens. 194 pág.
5. Massoni, S. (2013). México “Congreso Internacional sobre Comunicación Estratégica - CICE 2013” Comunicación Estratégica, de la teoría a la práctica. Metodología, tecnología y experiencia sistematizada. Universidad Nacional de Rosario – Argentina.
6. Mendoza Sapalú, L. (2012). *Propuesta de Comunicación para el fortalecimiento de la Imagen Institucional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala*. Guatemala: Informe Final de Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
7. Meyer, J. (2009). “Comunicación estratégica: Nuevos horizontes de estudio”. Primera edición. Fundación Manuel Buendía, A. C. México.
8. Valdez Lara, L. O. (2017). *Diagnóstico Comunicacional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala*. Guatemala: Informe Final de Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

E GRAFÍA

1. Cuánto cuesta mi app
<https://www.cuancocuestamiapp.com/>
2. Dr. Pérez, R. (2014) “La estrategia como campo de estudio. ¿Tenemos ya un nuevo paradigma?”. Revista Mediterránea de Comunicación.
file:///C:/Users/Sophi/Downloads/Dialnet-LaEstrategiaComoCampoDeEstudio-4897366.pdf
3. EPS Locución, ECC-USAC, 2010.
Recuperado de: <http://wwwepslocucionusac.blogspot.com>
4. Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC. 2016-2018. Recuperado de:
<http://comunicación.usac.edu.gt/directorio-academico//>
5. Significados, 7Graus 2013-2019. Recuperado de:
<https://www.significados.com>

ANEXOS

➤ Modelo de la Encuesta

Encuesta dirigida a Docentes

La siguiente encuesta es para elaborar el Diagnóstico de EPS de Licenciatura

Nombre: _____

1. Como docente ¿Qué medios digitales utiliza para comunicarse con los estudiantes?

Página web ___ Facebook ___ Instagram ___ Twitter ___ Classroom ___ WhatsApp: ___

2. ¿Qué medios de comunicación utilizan entre el personal docente?

WhatsApp ___ Facebook ___ Instagram ___ Twitter ___

Otros: _____

3. ¿Considera que la comunicación entre estudiantes y docentes es eficaz?

Sí ___ No ___

¿Por qué? _____

4. Desde el punto de vista del campo de la docencia ¿qué sugeriría para mejorar la comunicación entre estudiantes y el personal docente y administrativo?

5. Con base a su experiencia como docente ¿cuál de los departamentos de la ECC necesita mejorar sus servicios? ¿Por qué?

6. ¿Cuál considera que es la principal debilidad en comunicación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?

7. ¿Cómo evalúa la página web de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?

Buena ___ Pertinente ___ Cumple con su función ___ Otra ___

8. ¿Sigue usted la página institucional?

Sí ___

No ___

¿Por qué? _____

9. ¿Considera que el grupo de whatsapp de su área de trabajo informa oportunamente?

Bueno ___

Pertinente ___

Oportuno ___

No cumple su función ___

10. ¿Se entera a tiempo de las actividades administrativas y docentes por medio del grupo de whatsapp y redes sociales?

Sí ___

No ___

Encuesta dirigida a Estudiantes

La siguiente encuesta es para elaborar el Diagnóstico de EPS de Licenciatura

Semestre: 1___ 3___ 5___ 7___ 9___

Jornada: V___ N___ PAD___

1. ¿Qué canales oficiales de la ECC conoce?

Página web ___

Facebook ___

Instagram ___

Twitter ___

2. Cuando necesita información de trámites, cursos, horarios y actividades de la ECC ¿a qué medios oficiales recurre?

Página web ___

Facebook ___

Instagram ___

Twitter ___

3. Cuando tiene algún inconveniente ¿a qué medio recurre?

Página web ___ Facebook ___ Instagram ___ Twitter ___ Otros: _____

4. Al comunicarse por medio de alguno de los canales oficiales de la ECC ¿ha tenido respuesta con rapidez?

Sí ___

No ___

5. Como estudiante de la ECC ¿qué sugeriría para mejorar la comunicación entre estudiantes y el personal docente y administrativo?

6. ¿Se siente identificado(a) con la Imagen Institucional (línea gráfica) de la ECC?

Sí ___

No ___

¿Por qué? _____

7. ¿Considera que la ECC transmite información de forma eficaz?

Sí ____

No ____

¿Por qué? _____

8. Con base a su experiencia como estudiante ¿cuál de los departamentos de la ECC necesita mejorar sus servicios de comunicación?

9. ¿Cuáles considera que son las principales debilidades de la Escuela de Ciencias de la Comunicación con relación a su comunicación con los estudiantes?

10. ¿Considera que es necesario desarrollar una App para la Escuela de Ciencias de la Comunicación?

Sí ____

No ____

➤ **Matriz o vaciado de las encuestas.**

Encuesta dirigida a Docentes

1. Como docente ¿Qué medios digitales utiliza para comunicarse con los estudiantes?			
Respuesta	Cantidad de respuestas	Personas encuestadas	Porcentaje
Página web	9	44	20,5%
Facebook	22	44	50%
Instagram	4	44	9,1%
Twitter	3	44	6,8%
Calsroom	42	44	95,5%
Whatsapp	19	44	43,2%
Totales	--	44	--

2. ¿Qué medios de comunicación utilizan entre el personal docente?

Respuesta	Cantidad de respuestas	Personas encuestadas	Porcentaje
Facebook	19	44	43,2%
Instagram	2	44	4,5%
Twitter	1	44	2,3%
Calsroom	21	44	47,7%
Whatsapp	41	44	93,2%
Totales	--	44	--

3. ¿Considera que la comunicación entre estudiantes y docentes es eficaz?

Respuesta	Cantidad de respuestas	Personas encuestadas	Porcentaje
Si	38	44	86,36%
No	6	44	13,64%
Totales	44	44	100%

4. Desde el punto de vista del campo de la docencia ¿qué sugeriría para mejorar la comunicación entre estudiantes y el personal docente y administrativo?

Respuesta	Cantidad de respuestas	Personas encuestadas	Porcentaje
Relaciones interpersonales	20	44	45,45%
Medio digitales	14	44	31,82%
Otros	10	44	22,73%
Totales	44	44	100%

5. Con base a su experiencia como docente ¿cuál de los departamentos de la ECC necesita mejorar sus servicios? ¿Por qué?			
Respuesta	Cantidad de respuestas	Personas encuestadas	Porcentaje
Control académico	16	44	36,36%
Canales de comunicación alternos	11	44	25,00%
Ampliación de personal	3	44	6,82%
Tesorería	3	44	6,82%
PAD	2	44	4,55%
Comisión de tesis	1	44	2,27%
Ninguno	8	44	18,18%
Totales	44	44	100%

6. ¿Cuál considera que es la principal debilidad en comunicación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?			
Respuesta	Cantidad de respuestas	Personas encuestadas	Porcentaje
Ninguna	9	44	20,45%
Relaciones interpersonales y segmentación de grupos	22	44	50%
Recursos	6	44	13,64%
Desinformación	7	44	15,91%
Totales	44	44	100%

7. ¿Cómo evalúa la página web de la Escuela de Ciencias de la Comunicación?			
Respuesta	Cantidad de respuestas	Personas encuestadas	Porcentaje
Buena	26	44	59,1%
Pertinente	1	44	2,3%

Cumple su función	17	44	38,6%
Otra	0	44	0,0%
Totales	44	44	100%

8. ¿Sigue usted la página institucional?			
Respuesta	Cantidad de respuestas	Personas encuestadas	Porcentaje
Si	42	44	95,45%
No	2	44	4,55%
Totales	44	44	100%

9. ¿Considera que el grupo de whatsapp de su área de trabajo informa oportunamente?			
Respuesta	Cantidad de respuestas	Personas encuestadas	Porcentaje
Buena	26	44	59,1%
Pertinente	1	44	2,3%
Cumple su función	17	44	38,6%
Otra	0	44	0,0%
Totales	44	44	100%

10. ¿Se entra a tiempo de las actividades administrativas y docentes por medio del grupo de whatsapp y redes sociales?			
Respuesta	Cantidad de respuestas	Personas encuestadas	Porcentaje
Si	44	44	100%
No	0	44	0,00%
Totales	44	44	100%

Encuesta dirigida a Estudiantes

1. ¿Qué canales oficiales de la ECC conoce?			
Respuesta	Cantidad de respuestas	Personas encuestadas	Porcentaje
Página web	419	503	83,3%
Facebook	452	503	89,9%
Instagram	74	503	14,7%
Twitter	60	503	11,9%
Totales	--	503	--

2. Cuando necesita información de trámites, cursos, horarios y actividades de la ECC ¿a qué medios oficiales recurre?			
Respuesta	Cantidad de respuestas	Personas encuestadas	Porcentaje
Página web	325	503	64,6%
Facebook	389	503	77,3%
Instagram	5	503	1%
Twitter	13	503	2,6%
Totales	--	503	--

3. Cuando tiene algún inconveniente ¿a qué medio recurre?			
Respuesta	Cantidad de respuestas	Personas encuestadas	Porcentaje
Página web	189	503	37,6%
Facebook	337	503	67%
Instagram	5	503	1%
Twitter	12	503	2,4%
Otros	186		37%
Totales	--	503	--

4. Al comunicarse por medio de alguno de los canales oficiales de la ECC ¿ha tenido respuesta con rapidez?			
Respuesta	Cantidad de respuestas	Personas encuestadas	Porcentaje
Si	303	503	60,2%
No	200	503	39,8%
Totales	503	503	100%

5. Como estudiante de la ECC ¿qué sugeriría para mejorar la comunicación entre estudiantes y el personal docente y administrativo?			
Respuesta	Cantidad de respuestas	Personas encuestadas	Porcentaje
Actualización de información y medios de divulgación	42	503	8,35%
Está bien, no necesita más	36	503	7,16%
Comunicación interpersonal	105	503	20,87%
Atención de calidad	75	503	14,91%
Crear un sistema de mensajería	82	503	16,30%
Implementación de App propia	68	503	13,52%
Implementación de grupos de whatsapp	44	503	8,75%
Mejoras en la utilización de los medios digitales	51	503	10,14%
Totales	503	503	100%

6. ¿Se siente identificado(a) con la Imagen Institucional (línea gráfica) de la ECC?			
Respuesta	Cantidad de respuestas	Personas encuestadas	Porcentaje
Si	275	503	54,67%
No	228	503	45,33%
Totales	503	503	100%

7. ¿Considera que la ECC transmite información de forma eficaz?			
Respuesta	Cantidad de respuestas	Personas encuestadas	Porcentaje
Si	275	503	54,67%
No	228	503	45,33%
Totales	503	503	100%

8. Con base a su experiencia como estudiante ¿cuál de los departamentos de la ECC necesita mejorar sus servicios de comunicación?			
Respuesta	Cantidad de respuestas	Personas encuestadas	Porcentaje
Control Académico	143	503	28,43%
Dependencias administrativas	36	503	7,16%
Información a primer ingreso y estudiantes que pasan de carreras técnicas a Licenciatura	123	503	24,45%
Todos	88	503	17,50%
Ninguno	59	503	11,73%
No conocen cuales son	54	503	10,73%
Totales	503	503	100%

9. ¿Cuáles considera que son las principales debilidades de la Escuela de Ciencias de la Comunicación con relación a su comunicación con los estudiantes?			
Respuesta	Cantidad de respuestas	Personas encuestadas	Porcentaje
Falta de inclusión del PAD	32	503	6,36%
La falta de disposición de los catedráticos	54	503	10,73%
Carencias en la atención	93	503	18,49%
Desactualización	103	503	20,48%
Marginación del estudiante	56	503	11,13%
Desinterés por las necesidades y solicitudes de los estudiantes	75	503	14,92%
Instalaciones insuficientes	90	503	17,89%
Totales	503	503	100%

10. ¿Considera que es necesario desarrollar una App para la Escuela de Ciencias de la Comunicación?			
Respuesta	Cantidad de respuestas	Personas encuestadas	Porcentaje
Si	413	503	82,1%
No	90	503	17,9%
Totales	503	503	100%



Segunda reunión con M.A. Sergio Morataya. 8 de abril. “Plan de Comunicación Estratégica”

➤ **Tarifario de Aplicaciones**

¿Cuánto cuesta desarrollar mi app?

Calcula de forma rápida el coste para crear tu app, contestando estas sencillas preguntas.

CALCULAR COSTE

Más Info | Patrocinado por yeaply

Fuente: Cuánto cuesta mi app

<https://www.cuanticuestamiapp.com/>

← Volver a empezar

¡Bien! ¡Hemos terminado!

¡Compártenos si te ha gustado!

f Share

in Share

G Google +

🐦 Tweet

El coste estimado de tu app es

5.300 €

[Editar respuestas](#)

En YeePLY seleccionamos los mejores **desarrolladores de apps y webs** para tu proyecto. Publica tu proyecto en YeePLY o mira algunos de nuestros [casos de éxito](#).

[Crea tu proyecto](#)

[Más info](#) | Patrocinado por [yeePLY](#)

Fuente: Cuánto cuesta mi app

<https://www.cuancocuestamiapp.com/>

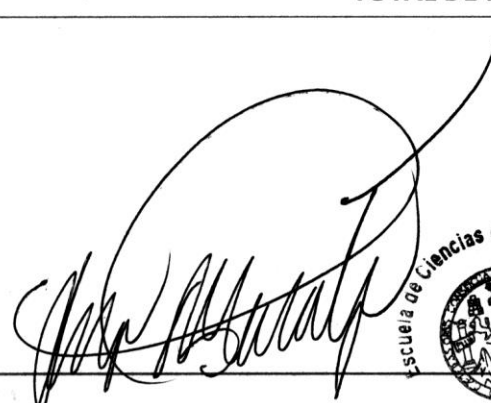


Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
 Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2019




Nombre del Alumno (a): Ana Sophía Albizurez Castro.
No. Carné y DPI: 201216957 / 2314 45687 0101.
Jefe o Encargado (a): M.Sc. Sergio Morataya
Institución o Empresa: Escuela de Ciencias de la Comunicación
Supervisor de EPSL: M.A. Evelin Hernández

Sem No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Miér.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 14 / Al: 19	Mayo	4	4	5	6	5	6	30 hrs.
2	Del: 20 / Al: 25	Mayo	4	5	4	5	6	7	31 hrs.
3	Del: 27 / Al: 31	Mayo	5	4	5	7	7	4	32 hrs.
4	Del: 3 / Al: 8	Junio	3	3	4	7	5	7	27 hrs.
5	Del: 10 / Al: 15	Junio	4	4	6	7	7	4	32 hrs.
6	Del: 17 / Al: 22	Junio	5	4	5	6	5	7	32 hrs.
7	Del: 24 / Al: 29	Junio	6	5	6	5	5	5	32 hrs.
8	Del: 1 / Al: 06	Julio	3	5	5	4	6	7	30 hrs.
9	Del: 8 / Al: 13	Julio	4	4	7	5	5	7	32 hrs.
10	Del: 15 / Al: 20	Julio	4	6	4	5	7	6	32 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									310 hrs.

F. 
 M.Sc. Sergio Morataya – Encargado




 M.A. Evelin Hernández – Supervisor EPSL

