

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura



**“DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL
SEMINARIO TEOLÓGICO CENTROAMERICANO (SETECA)”**

Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

VALERIE MARGARITA WHITFIELD MELGAR

CARNÉ: 201316153

Previo a portar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, julio de 2019

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

M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura:

M.A. Evelin Lisseth Hernández Mazariegos

Lic. Josué Othoniel Andrade de la Cruz

Licda. Krista María Ramírez



SETECA
Enseñando a otros

Guatemala, 24 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

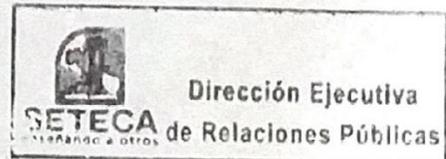
Estimado Maestro Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el(a) estudiante(a) epesista **"VALERIE MARGARITA WHITFIELD MELGAR"** con número de carné: **"201316153"** 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 **"COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD"** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **14 de mayo** al **16 de julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: "" entregando el material respectivo y debidamente recibido por: **"DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL SEMINARIO TEOLÓGICO CENTROAMERICANO (SETECA)."**

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del (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,

Lic. Arturo René Blanco Marroquín



Director de Relaciones Públicas de SETECA



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



Guatemala, 2 de octubre de 2019

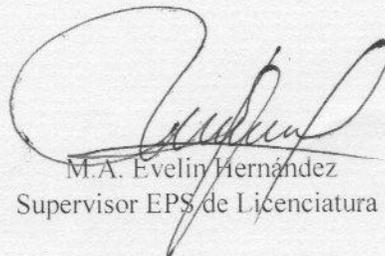
Estudiante
Valerie Margarita Whitfield Melgar
Carné: 201316153
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

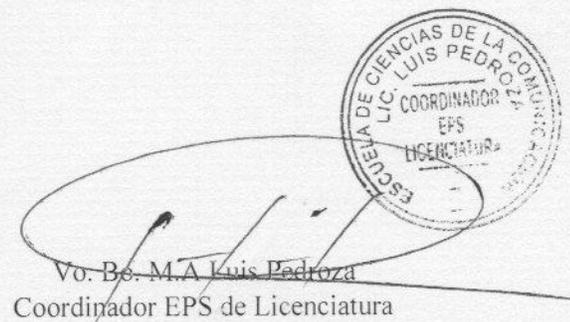
Por este medio informo a usted, que he revisado el informe final de su proyecto de EPS de Licenciatura con título: **“DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL SEMINARIO TEOLÓGICO CENTROAMERICANO (SETECA)”**. El citado trabajo llena los requisitos del rigor del presente programa, por lo 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 Hernández
Supervisor EPS de Licenciatura




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



Para efectos legales, únicamente la autora es responsable del contenido de este trabajo.

DEDICATORIA

A DIOS A ese ser tan indescriptible que ha cambiado mi vida, ha guiado mis pasos, cuidado y dado tantas bendiciones para que llegara este momento. Te amo profundamente. (Juan 16:33).

A MIS PADRES Marina y Daniel (Q.E.P.D.), por darme apoyo invaluable, ánimos en momentos de debilidad, compartir mis alegrías y consuelo en la tristeza. Por sus acciones, por los abrazos y tanto que no podré pagar jamás, los amo profundamente.
Papi, siempre me harás falta, tengo la esperanza que estás viendo cada día de mi vida desde que te fuiste, siempre te extrañaré.
¡Mami y Papi, lo logramos!

A MIS HERMANOS Sofía, José, Oswaldo y Raquel, por su amor y complicidad en cada una de mis locuras, los amo profundamente. Les reto, ustedes son los siguientes en cumplir sus sueños académicos.

A MIS AMIGOS ECC Rosny Gabry Mazariegos, José María Pérez, Allan Kenny López, han sido de esas bendiciones que Dios me ha dado. Hemos pasado, por tanto. Los quiero muchísimo.

A MIS AMIGOS INAP Aury Herrera, Aracely Millián, José Noriega, han sido de esas bendiciones que Dios me ha dado, gracias por las risas y todo el apoyo que recibí de ustedes. Los quiero muchísimo.

A MIS AMIGOS SETECA Milly Pivaral, Duván Suruy (Q.E.P.D.), Irania Hernández y Sharón Herrera., han sido de esas bendiciones que Dios me ha dado. Tantos consejos y cariño que nunca podré pagar. Los quiero muchísimo. Duván, tu partida a marcado profundamente mi vida, te echaré de menos amigo.

Dedico de manera muy especial a mi abuelita Margarita López (Q.E.P.D.), por su amor incondicional, consejos y enseñarme a ser una mujer valiente con su ejemplo, tengo la esperanza en el Señor que estás viéndome feliz cumplir lo que un día soñamos, te amaré siempre.

AGRADECIMIENTOS

A la **UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**, gloriosa, mi amada universidad a la que considero mi casa y me enorgullece profundamente.

A la **ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**, la pequeña gigante, mi querida escuela, quien por medio de sus docentes me ha forjado académicamente.

A Máster **LUIS PEDROZA**, quien con su don de gentes y compromiso facilita y hace amigables los procesos de EPSL.

A Máster **EVELIN HERNÁNDEZ**, mi asesora en el proceso de EPSL, por su paciencia, compromiso, responsabilidad y apoyo invaluable.

A el **SEMINARIO TEOLÓGICO CENTROAMERICANO**, quien me abrió las puertas para elaborar este proyecto, encontré personas muy amigables y dispuestas a ayudarme.

Un agradecimiento especial a Ericka Blanco, Mónica Bravo y René Blanco, quienes fueron mis jefes a lo largo de mi carrera universitaria y siempre conté con su apoyo.

Agradezco especialmente a cada persona que fue y ha sido parte de mi proceso estudiantil en diferentes etapas, no puedo poner cada uno de los nombres, pero la gratitud está en mi corazón.

ÍNDICE

| | |
|---|-----|
| RESUMEN..... | I |
| INTRODUCCIÓN | II |
| JUSTIFICACIÓN..... | III |
| | |
| CAPÍTULO I..... | 1 |
| 1. DIAGNÓSTICO | 1 |
| 1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO:..... | 1 |
| 1.1.1. Objetivo General: | 1 |
| 1.1.2. Objetivos Específicos: | 1 |
| 1.2. LA INSTITUCIÓN – SEMINARIO TEOLÓGICO CENTROAMERICANO | 1 |
| 1.2.1 Ubicación Geográfica:..... | 1 |
| 1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas: | 1 |
| 1.2.3. Antecedentes o historia: | 2 |
| 1.2.4. Departamentos:..... | 5 |
| 1.2.5. Misión..... | 9 |
| 1.2.6. Visión | 9 |
| 1.2.7. Objetivos Institucionales | 9 |
| 1.2.8. Público Objetivo..... | 10 |
| 1.2.9. Organigrama | 11 |
| 1.3. METODOLOGÍA | 12 |
| 1.3.1. Descripción del Método | 12 |
| 1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección | 13 |
| 1.3.3. Cronograma del diagnóstico..... | 13 |
| 1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS | 13 |
| 1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN..... | 29 |
| 1.5.1. Fortalezas | 29 |
| 1.5.2. Oportunidades | 29 |
| 1.5.3. Debilidades..... | 29 |
| 1.5.4. Amenazas | 30 |

| | |
|---|----|
| CAPÍTULO II | 31 |
| 2. PLAN DE COMUNICACIÓN..... | 31 |
| 2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES | 31 |
| 2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN | 32 |
| 2.2.1. Objetivo General | 32 |
| 2.2.2. Objetivos Específicos | 32 |
| 2.3. PÚBLICO OBJETIVO..... | 32 |
| 2.4. MENSAJE (Externo)..... | 33 |
| 2.5. ESTRATEGIAS | 33 |
| 2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN | 35 |
| | |
| CAPÍTULO III | 38 |
| 3. INFORME DE EJECUCIÓN..... | 38 |
| 3.1. Proyecto Desarrollado | 38 |
| 3.1.1. Financiamiento | 38 |
| 3.1.2 Presupuesto..... | 38 |
| 3.1.3. Beneficiarios..... | 39 |
| 3.1.4. Recursos Humanos | 39 |
| 3.1.5. Áreas Geográficas de Acción | 41 |
| 3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS | 41 |
| 3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES | 62 |
| 3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO | 63 |
| | |
| CONCLUSIONES | 65 |
| RECOMENDACIONES | 66 |
| GLOSARIO..... | 67 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 74 |
| ANEXOS..... | 79 |

RESUMEN

- **Nombre de la Institución:**

Departamento de Comunicación y Publicidad del Seminario Teológico Centroamericano (SETECA).

- **Nombre del Proyecto:**

“Diagnóstico y estrategia de comunicación externa para el Seminario Teológico Centroamericano (Seteca)”

- **Objetivos del Proyecto:**

General:

Fortalecer la comunicación externa de los programas E-learning que ofrece el Seminario Teológico Centroamericano (SETECA)

Específicos:

- Dar a conocer los programas en línea
- Fortalecer la imagen de los programas en línea
- Elaborar material informativo para los programas en línea

Sinopsis:

El diagnóstico y estrategia de comunicación externa para el Seminario Teológico Centroamericano (Seteca), presenta una serie de acciones comunicacionales orientadas a fortalecer la imagen de los programas en línea. La estrategia se ejecutó con grupos objetivos establecidos para esfuerzos mejor dirigidos, a través de acciones que impulsaron la misma.

INTRODUCCIÓN

Las ramas de la educación son tan amplias y variadas que cada una merece la importancia necesaria para el aprendizaje de las personas interesadas en desarrollarse en la rama del saber que han elegido. De la mano de estas ciencias, existen las diferentes instituciones académicas que se encargan de instruir y certificar conocimientos de estas.

Actualmente, el Seminario Teológico Centroamericano (Seteca), se enfoca en impartir educación en las áreas del saber teológico y bíblico, pese a que son áreas del conocimiento muy antiguas, la tecnología alcanza indiscriminadamente, esto debido a las mismas necesidades que exige el modo de vida en la actualidad. El Seteca ha tomado el reto de impartir educación a distancia, es decir, educación virtual; la cual rompe barreras geográficas y físicas entre alumnos y profesores. Razón por la cual la institución antes mencionada, se ve en la necesidad de dar a conocer la oferta académica que ofrece al público que desea iniciar o profundizar sus estudios en dichas áreas.

Por ello surge el importante reto de apoyar en su misión al Seminario, específicamente con sus programas en línea, los cuales son impartidos desde algunos años y son ofrecidos a todo el público de habla hispana.

El propósito del presente informe que es que más personas puedan conocer sobre los diferentes programas académicos que ofrece el Seteca en línea, puedan estar al tanto de los beneficios y la amplia variedad de oferta académica, asimismo, las bondades de estudiar a distancia; sin perder la calidad y profundidad en el contenido, y aun contando con el respaldo de una institución respetada y de trayectoria como lo es el seminario. Así contribuir a la institución, y a los futuros estudiantes que el mismo obtenga.

JUSTIFICACIÓN

Esta investigación de suma importancia, debido a la creciente necesidad de las instituciones educativas superiores de mejorar los vínculos de comunicación, para ello, es imprescindible que estos lazos sean fuertes y auténticos, con el afán de poder responder oportunamente a las demandas de los diferentes clientes (externos e internos). Sin importar la rama de la educación a la que se dedique, este caso teológico.

Para toda organización es necesario poder contar con canales de comunicación adecuados y eficientemente aprovechados, lo cual solo podrá ser evidenciado a través de la investigación de un profesional en las ciencias de la comunicación. Asimismo, es importante estar al tanto de las fortalezas, debilidades, amenazas y aún más de las oportunidades que pueden ser de gran beneficio para la misma.

En este caso muy especial, tratará sobre el Seminario Teológico Centroamericano (SETECA), que se especializa en educación teológica y bíblica. Quien, a pesar de no dedicarse a impartir programas académicos que comúnmente se encuentran en las universidades nacionales, sino más bien ciencias especializadas; cumple con la función de un colegio de educación superior, con diferentes opciones académicas para ofrecer con 90 años de experiencia.

El repertorio de ofertas académicas del SETECA, es muy amplio, desde diplomados a nivel profesional, licenciaturas, maestrías y doctorados en las disciplinas de teología, Biblia y ministerio cristiano. Por lo que el público potencial al que puede acceder es amplio.

La investigación aportará gran información para poder comprender mejor las necesidades comunicacionales del SETECA y así poder encontrar la estrategia que se adecue a las mismas.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO:

1.1.1. Objetivo General:

Realizar un diagnóstico de los problemas y las necesidades actuales de comunicación del Seminario Teológico Centroamericano (SETECA).

1.1.2. Objetivos Específicos:

- Efectuar un estudio que permita establecer los problemas de comunicación de los diferentes programas académicos.
- Evaluar los medios de comunicación utilizados en la Institución.

1.2. LA INSTITUCIÓN – SEMINARIO TEOLÓGICO CENTROAMERICANO

Departamento de Comunicación y Publicidad del Seminario Teológico Centroamericano (SETECA).

1.2.1 Ubicación Geográfica:

El Seminario Teológico Centroamericano (SETECA) se encuentra ubicados en Avenida Bolívar 30-42 zona 3 de la ciudad de Guatemala.

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas:

- **Acreditaciones**

SETECA cuenta con una acreditación internacional de AETAL (Asociación de Educación Teológica en América Latina), miembro de ICETE (Concilio Internacional de Educación Teológica). Los programas se enmarcan en el nivel de calidad académica y son reconocidos internacionalmente. (SETECA, 2019).

SETECA también cuenta con convenios para la titulación oficial de sus programas a través de Universidad San Pablo de Guatemala. (SETECA, 2019).

1.2.3. Antecedentes o historia:

El Seminario Teológico Centroamericano surgió de la necesidad de capacitar a hombres y mujeres en el estudio de la Biblia, fue fundado el 5 de febrero de 1929. Sus planes se remontan años antes.

En 1923, los misioneros Guillermo C. Townsend y A. Eduardo Anderson fundaron en Panajachel, Sololá, el Instituto Bíblico Robinson para educar bíblica y pastoralmente a líderes guatemaltecos en su idioma autóctono (...).

En 1925, el misionero A. Eduardo Anderson dio a conocer por medio de un folleto la fundación del Instituto Bíblico Aurora, con sede en la ciudad de Huehuetenango. El propósito era "ayudar por medio de un estudio sistemático de las Sagradas Escrituras a jóvenes de la Iglesia Evangélica de América Latina que tuvieran interés en la evangelización". Las clases comenzarán en febrero de 1925.

Antes de la fundación del Seminario se fundó el Instituto Bíblico Centroamericano (IBCA), su historia se puede resumir en cuatro fases.

La primera fase del IBCA fue la de clases bíblicas nocturnas impartidas en la Iglesia de las Cinco Calles y después trasladadas al local del Colegio Jardín de las Rosas.

La segunda fase, la señorita Amelia F. Houser, una de las fundadoras del Colegio Jardín de las Rosas (...). Houser recibió un donativo de \$1,000.00 destinados a la fundación del Instituto Bíblico en Guatemala. El proyecto de fundar el IBCA fue aprobado por el Concilio de la Misión Centroamericana en Dallas, Texas, en 1928. Conforme a este acuerdo el IBCA comenzaría a funcionar con este nombre en febrero de 1929, en uno de

los edificios del Colegio Jardín de las Rosas. La inauguración se celebró en la histórica Iglesia Evangélica de las Cinco Calles el 5 de febrero de 1929.

Las clases se iniciaron con siete estudiantes. Pocos días después este número llegó a trece, de los cuales ocho eran guatemaltecos y cinco salvadoreños. Una de las estudiantes era miembro de la Iglesia Presbiteriana Central de esta ciudad. De modo que desde su nacimiento el cuerpo estudiantil del IBCA fue interdenominacional e internacional. El programa de estudios cubría tres años escolares y en su contenido seguía la pauta de los Institutos Bíblicos de Norteamérica. Incluía el estudio sintético y analítico de la Biblia, doctrinas cristianas, historia eclesiástica, evangelización, homilética y obra pastoral.

La tercera fase dio inicio en mayo de 1944 con la inauguración del edificio construido en la avenida Bolívar y 30 calle de la zona 3 capitalina para el uso exclusivo del IBCA. Dirigían este centro de estudio en aquella época los misioneros Francisco G. Toms (Superintendente), don Alejandro J. Anderson (Decano) y don Roberto H. Gould (Asistente del Decano). Integraban también el personal docente los profesores Jacobo G. Cassel, Harold Van Broekhoven, Armando Cortés, Linn Sullemberger (misionero presbiteriano), Raúl Echeverría Magariño, y las señoritas misioneras Eleonor Gerlt y Elisa Otto (de Alemania).

Cuando se inauguró el edificio del IBCA, la segunda Guerra Mundial estaba todavía causando destrucción y muerte en Europa y en el Lejano Oriente. En octubre de aquel mismo año (1944) estalló en Guatemala la Revolución popular que echó por los suelos la dictadura del general Jorge Ubico y sus subalternos. En círculos políticos a la década de 1944 a 1954 se le llama "la primavera de la revolución". El espíritu de libertad y democracia parecía estar apoderándose de los pueblos latinoamericanos. Se despertó un gran interés en la CONSTRUCCIÓN DEL IBCA-FACHADA educación pública. Muchos proletarios guatemaltecos aprovecharon la oportunidad de estudiar en planteles de educación media, con el intento de ingresar después en la universidad. El perfil económico-social de no pocas congregaciones fue cambiando en los centros urbanos, y

llegó a ser evidente que crecería el clamor por una preparación más amplia y profunda para el trabajo pastoral.

Finalmente, la cuarta fase dio inicio cuando a principios de 1951 Francisco Toms se retiró de la superintendencia del IBCA y fue sucedido en el cargo por don Arturo W. Konrad, de la Misión Centroamericana. En la década de 1950 a 1960 era notorio que estaban a las puertas de una nueva época. (...)

(...). Se comenzó a pensar en la necesidad de fundar un Seminario Teológico. En los años 1962 y 1963 los encargados de dirigir el IBCA habían llegado a la conclusión de que era necesario crear "El Seminario Centroamericano".

(...). Un año después (febrero 1966), en la administración presidida por el Dr. Alberto T. Platt. Lo que se puede llamar el "Comité Fundador" estaba formado por un cuarteto de Docentes en Teología: El Dr. Alberto Platt, el Dr. Stanford Orth, el Dr. Pablo Lowery y el que escribe estas líneas, Dr. Emilio Antonio Núñez.

Se había decidido abrir las clases en febrero de 1966 aunque se inscribieron solamente tres estudiantes, se inscribieron cinco, y en menos de dos meses se retiraron dos de ellos. (...). De estos tres estudiantes solamente la señorita Elvia A. García y el joven Gabriel Ramírez Ríos completaron los tres años de estudios para obtener el diploma de Bachiller en Teología.

Desde ese entonces, El SETECA ha crecido en diferentes maneras: en su cuerpo estudiantil (en la última década ha llegado a más de mil estudiantes por año, provenientes hasta de veintidós países), en el número y calidad del personal docente y administrativo y en la variedad y exigencia académica de los programas de estudio. Se ofrecen ahora dos títulos doctorales. En las aulas del SETECA no se pasan por alto los nuevos y diferentes desafíos de la evangelización y la pastoral en América Latina, ni los nuevos retos en el campo de los estudios bíblicos y teológicos, ni la visión de las misiones transculturales.

El nivel del seminario ha permitido la inclusión de temas contemporáneos como Contextualización, Misión Integral, Globalización y Postmodernidad. (SETECA, 2018, p. 191).

1.2.4. Departamentos:

- **Biblioteca “Daniel Carroll Rodas”**

La biblioteca “Daniel Carroll Rodas” de SETECA tiene como misión: “Brindar servicios de información que favorezcan el proceso de enseñanza-aprendizaje para impulsar la calidad educativa con excelencia”. Por tanto, ofrece diversos recursos y servicios a estudiantes, docentes e investigadores (...).

El comienzo de la Biblioteca de SETECA data de 1942, cuando la institución era conocida como Instituto Bíblico Centroamericano. Para 1944 la Biblioteca contaba con 2,000 libros en su colección. Con el tiempo se amplió sustancialmente la colección y hubo necesidad de reubicar y remodelar su infraestructura (...).

Actualmente la Biblioteca cuenta con un acervo de aproximadamente 41,000 documentos, entre los cuales figuran libros, revistas, folletos, tesis, vídeos, documentos electrónicos, entre otros. Esta colección abarca diversos temas tales como: idiomas bíblicos, teología, consejería, misiones transculturales, ministerios eclesiales, ministerio pastoral, ministerio juvenil, ministerio con infantil, ministerio femenino, ministerios urbanos y más. La colección de revistas cuenta con más de 170 títulos. De ellos, 106 títulos de revistas se publican aún y se actualizan cada año. (SETECA, 2018, p. 173).

- **Centro de Liderazgo Ministerial (CLM)**

El Seminario Teológico Centroamericano, SETECA, reconoce su función educativa y de servicio a la comunidad evangélica, por esa razón desde sus inicios ha asumido un

fuerte compromiso con la iglesia y los distintos ministerios que en ella se ejercen. Con el fin de capacitar a un liderazgo cristiano diverso y heterogéneo, este se proyecta a la comunidad evangélica a través de los siguientes programas de estudio a nivel ministerial: Diplomado en Estudios Bíblicos, Bachillerato en Ministerio Cristiano, Diplomado Ministerial, Lunes Pastoral, Programa de capacitación femenil: Gozo de Servir, Estudios CLASE, Programas por madurez, y otras actividades afines. Todos servidos desde el Centro de Liderazgo Ministerial.

(SETECA, 2018, p. 8).

- **Dirección de Grado**

Los programas de grado comprenden programas de preparación universitaria. Partiendo de diplomados, profesorados y licenciatura.

- a.) **Diplomados**

Con el propósito de brindar una preparación especializada en ciertas áreas de interés, siempre desde una perspectiva bíblico-teológica, SETECA ofrece seis tipos de diplomados: Diplomado en gerencia y liderazgo cristiano, Diplomado profesional en estudios bíblicos, Diplomado en ministerio, Diplomado en consejería, Diplomado en teología y Diplomado en Biblia.

(SETECA, 2018, p. 22).

- b.) **Profesorados**

Con el propósito de brindar una preparación especializada en ciertas áreas de interés, siempre desde una perspectiva bíblico-teológica, SETECA ofrece tres tipos de profesorados: música, estudios bíblicos y estudios teológicos.

(SETECA, 2018, p. 29).

c.) Licenciatura

La Licenciatura en teología, tiene como enfoque principal el estudiante, propiciando un ambiente adecuado para la investigación y reflexión con el fin de obtener conocimiento bíblico sólido, la formación del carácter del líder y lograr las habilidades indispensables para la comunicación eficaz de las Sagradas Escrituras, de tal manera que el ejercicio del ministerio cristiano sea efectivo para la edificación de la iglesia local. Además, prepara al estudiante para continuar sus estudios a nivel de Posgrado.

(SETECA, 2018, p. 38).

• Posgrado

Según el Prospecto Académico (2018) de SETECA, afirma que ofrece, “Dos tipos de maestría, Magister Artium (M.A.) y Magister Theologiae (M.Th.). Casi todos los programas de maestría se ofrecen en residencia, y algunos de los programas de M.A. también se ofrecen en centros de extensión o por internet” (p.82).

Estos programas están dirigidos a estudiantes que poseen un título de licenciatura o equivalente a nivel de grado. Los programas le proveen la oportunidad de profundizar en la investigación, la reflexión bíblica, teológica o ministerial, las técnicas y metodologías ministeriales contemporáneas. Si su licenciatura o equivalente es en otra área del saber (humanística o científica), requerirá un programa de nivelación (ver información más adelante).

(SETECA, 2018, p. 82).

La oferta académica comprende, según el Prospecto Académico de SETECA 2018-2019, son los siguientes:

-M.A. en Biblia o Teología

-M.A. en Consejería

-M.th. en Biblia o Teología

Adicional ofrece dos doctorados: Doctorado en Educación Teológica y Doctorado en Ministerio Cristiano.

- **Programas E-learning**

SETECA reconoce la realidad y los cambios que el sistema educativo actual alrededor del mundo ha desarrollado y está demandando, a través del uso de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación). Es por lo que se ha propuesto incursionar en el mundo de la educación Online, conocida también como E-Learning. (SETECA, 2018, p. 131).

Es una de las instituciones de formación teológica en Latinoamérica que ofrece una formación teológica formal de calidad haciendo uso de las TIC, para lo cual ha diseñado programas que abarcan desde los estudios más básicos –nivel Ministerial–, hasta el nivel maestría. La modalidad E-Learning refleja dos distintivos institucionales en particular: ser accesible y vanguardista. (SETECA, 2018, p. 131).

La oferta académica según el Prospecto académico de SETECA 2018-2019, comprende las siguientes opciones:

- Diplomado básico en Estudios Ministeriales
- Diplomado básico en Estudios Bíblicos
- Diplomado básico en Estudios Teológicos
- Diplomado Profesional en Estudios bíblicos
- Profesorado en Estudios bíblicos
- M.A. en Ministerio
- M.A. en Estudios Bíblicos

1.2.5. Misión

Según el Prospecto Académico (2018) de SETECA, indica que su misión es: “Formar discípulos de Jesucristo que encarnan el evangelio del reino de Dios, comunican las Sagradas Escrituras y ejercen un liderazgo de servicio” (p.5).

1.2.6. Visión

Según el Prospecto Académico (2018) de SETECA, indica que su visión es: “Para el año 2019 vemos a SETECA como un seminario transformador, de impacto global, cercano a la Iglesia y a su comunidad inmediata, accesible para los que han sido llamados por Dios y a la vanguardia para responder a las exigencias de la sociedad contemporánea” (p.6).

1.2.7. Objetivos Institucionales

- ***Un seminario transformador:*** Comprometido con una formación transformadora en la vida de sus estudiantes orientándose hacia un ministerio pertinente, contextualizado y sensible a las necesidades de la sociedad y el mundo.
- ***Un seminario global:*** Conocido por su impacto local, regional y mundial.
- ***Un seminario cercano:*** Identificado y comprometido con la iglesia evangélica e involucrado con la comunidad en general.
- ***Un seminario accesible:*** Al alcance de quienes han sido llamados por Dios y desean formarse para ejercer el ministerio con eficacia.
- ***Un seminario vanguardista:*** En constante innovación para responder a los desafíos y necesidades que plantea el escenario educativo local, regional y mundial. Una institución fuerte que goza de salud financiera a largo plazo.

(SETECA, 2018, p.6)

1.2.8. Público Objetivo

Personas que se encuentran desempeñando diferentes actividades y oficios. Jóvenes y adultos, que se congregan en las diferentes iglesias evangélicas del país, tiene un llamado ministerial, don de servicio y disposición para el aprendizaje. Además, están expuestos a los diferentes medios de comunicación en las actividades que realizan a diario, de los cuales prefieren los de procedencia cristiana evangélica porque cuentan contenido que edifica sus vidas.

(Blanco, 2019).

Los arquetipos actitudinales se concentran en tres grandes áreas:

- Millennials: 18- 35 años (Buscan aventura y conexión). Nativos digitales, multipantalla y multidispositivo, críticos y exigentes, demandan innovación.
- Generación X: 36-49 años (Buscan equilibrio). Rompieron valores muy rígidos y tradicionalistas, la mujer tomó carrera profesional, buscan desafíos constantemente, tienen miedo a estancarse.
- Baby Boomers: 50 – 68 años (Buscan estabilidad). Disfrutan grandes logros profesionales, se destacan por su seguridad e independencia, la familia es un factor esencial, viven activamente.

(García, 2017, p. 6)

1.2.9. Organigrama

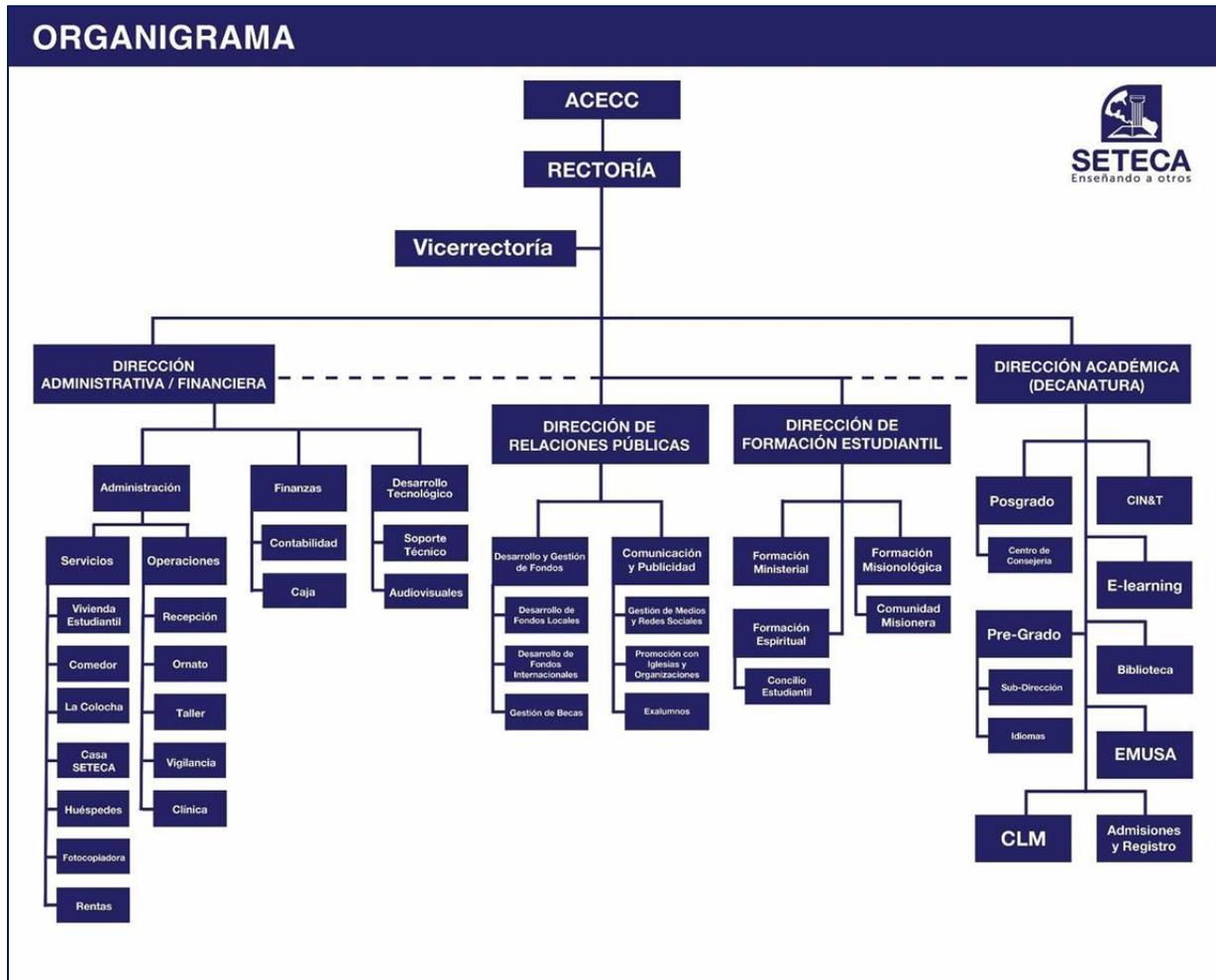


Figura 1. Organigrama Organizacional. (SETECA, 2016).

1.3. METODOLOGÍA

1.3.1. Descripción del Método

Para fines de esta investigación, se utilizará el método inductivo el cual se adapta a las necesidades del presente estudio. El método inductivo se define como:

El método inductivo plantea un razonamiento ascendente que fluye de lo particular o individual hasta lo general. Se razona que la premisa inductiva es una reflexión enfocada en el fin. Puede observarse que la inducción es un resultado lógico y metodológico de la aplicación del método comparativo.

(Abreu, 2014, p.200)

El enfoque cualitativo proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas. Asimismo, aporta un punto de vista “fresco, natural y holístico” de los fenómenos, así como flexibilidad. (Hernández, Collado & Baptista 2014, p.16)

El tipo de Investigación es de campo; Esta clase de investigación se apoya en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones.

En todo caso es importante realizar siempre la consulta documental con el fin de evitar una duplicidad de trabajos, puesto que se reconoce la existencia de investigaciones anteriores efectuadas sobre la misma materia y de las que se pueden usar sus conclusiones como insumos iniciales de la actual investigación. (Marín, 2008).

1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección

1.3.3. Cronograma del diagnóstico

| Tiempo / Actividades | Semana 1 | Semana 2 | Semana 3 | Semana 4 | Semana 5 | Semana 5 |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Elección de la Institución | ■ | | | | | |
| Primer acercamiento a con las autoridades | | ■ | | | | |
| Recolección de información bibliográfica | | ■ | ■ | | | |
| Diseñar objetivos | | | ■ | | | |
| Diseñar metodología | | | | ■ | | |
| Recopilación de datos | | | | | ■ | |
| Interpretación y tabulación de datos | | | | | ■ | |
| Evaluar datos e información | | | | | | ■ |
| Desarrollar la introducción e índice | | | | | | ■ |
| Presentar diagnóstico | | | | | | ■ |

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

- **Resultados de las Encuestas**

Se realizaron tres entrevistas. Las personas con las que se conversó son los miembros del equipo de Relaciones Públicas y Comunicación y Publicidad, compuesto por: el director y dos asistentes. Cada uno aporta su visión sobre la situación actual de la institución desde sus áreas de trabajo.

En la cual se evidencia, que efectivamente existen problemas de comunicación latentes, a los cuales se debe prestar atención y tomar acciones que ayuden a resolverlos, para beneficio de la institución.

Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados

Entrevistas al equipo de Relaciones Públicas y Comunicación y Publicidad

| | | | |
|--|--|---|--|
| Profesión | Administrador de Empresas y Lic. En Teología | Estudiante de mercadeo | Estudiante de diseño gráfico |
| Cargo | Director RR.PP. | Asistente Comunicación y Publicidad | Asistente de Publicaciones y Medios |
| Lugar y fecha de la entrevista | Instalaciones de la institución lunes 28 de enero 2019 | Instalaciones de la institución Jueves 31 de enero 2019 | Instalaciones de la institución Jueves 31 de enero 2019 |
| Departamento / unidad | Departamento RR.PP. | Área de Comunicación y Publicidad | Área de Comunicación y Publicidad |
| Género | Masculino | Masculino | Femenino |
| Tiempo de laborar en la institución | 7 años | 3 años | 2 años |
| Preguntas | | | |
| ¿Cuáles son sus principales funciones dentro de la institución? | Coordinar el área de comunicación y publicidad, ser el representante de SETECA en eventos y actividades, buscar y generar nuevos contactos institucionales, alianzas estratégicas, dirigir un grupo de empresarios a los que se le imparte un estudio. | Diseñar contenido, administrar redes sociales, crear soluciones creativas ante problemas que puedan surgir. | Crear estrategias para promocionar los diferentes programas académicos, diseño gráfico y atención al público en las diferentes redes sociales. |
| ¿Cómo describiría la Institución? | Una institución de estudios superiores. | Como una institución transparente con experiencia y comprometida con comunidad. | Una institución educativa especializada en estudios bíblicos y teológicos con la antigüedad suficiente para una excelente reputación. |
| ¿Cuántas personas integran el equipo de trabajo? | 3 personas | 3 personas | 3 personas |
| ¿Ha detectado problemas comunicacionales en la institución? | Si | Si | Si |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Cuáles? | Considero que hay dos problemas latentes en SETECA: Actualmente estamos creando la comunidad de exalumnos y el otro son los programas en línea que no logran despegar como deberían. | Dentro de los programas académicos, está E-learning, que tiene un gran potencial. Pero no tiene buena comunicación tanto interna como externamente. | Pienso que dentro de los programas académicos he observado menos impacto comunicacional y publicitario. Los cuales son: posgrados y E-Learning. |
| ¿Podría mencionar los problemas en orden de gravedad? | Por ser programa académico, considero que los programas virtuales son importantes. | De momento el problema anterior es el más latente. | Ambos tienen relevancia, pero considero que los programas de maestría son importantes. |
| ¿Cómo contribuiría la resolución de este problema comunicacional a la institución? | Incremento en la población estudiantil, por la tanto esto implica respaldo académico y alcance. | Podría mejorar el impulso de los programas y tener mejor alcance internacional. | Seguimiento a los alumnos que acaban el programa de grado e incremento de estudiantes. |
| Comentarios adicionales | Es necesario diseñar una estrategia adecuada para alcanzar al público estudiantil correcto, es decir personas que puedan consolidar una inscripción y continuidad. | Las tecnologías están en cada parte de nuestra vida, lo de hoy por el estilo de vida que llevamos es la educación a distancia. | Actualmente las personas buscan seguir aprendiendo porque es la demanda de mercado actual, hay que impulsar los estudios de posgrado. |

Puntos de acuerdo y desacuerdo entre los entrevistados

| Nombre del entrevistado | Director | Asistente Comunicación y Publicidad | Asistente de Publicaciones y Medios |
|--|-------------------------|--|--|
| ¿Cuáles son sus principales funciones dentro de la institución? | Diferentes funciones | Diferentes funciones | Diferentes funciones |
| ¿Cómo describiría la Institución? | Parcialmente de acuerdo | Parcialmente de acuerdo | Parcialmente de acuerdo |
| ¿Cuántas personas integran el equipo de trabajo? | De acuerdo | De acuerdo | De acuerdo |

| | | | |
|---|---|---|--|
| ¿Ha detectado problemas comunicacionales en la institución? | De acuerdo | De acuerdo | De acuerdo |
| Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Cuáles? | Parcialmente de acuerdo Dos problemas -Programas E-Learning -Comunidad Exalumnos | Parcialmente de acuerdo Un problema -Programas E-Learning | Parcialmente de acuerdo Dos problemas -Posgrados -Programas E-Learning |
| ¿Podría mencionar los problemas en orden de gravedad? | De acuerdo Programas E-learning | De acuerdo Programas de E-learning | En desacuerdo Programas de posgrados |
| ¿Cómo contribuiría la resolución de este problema comunicacional a la institución? | De acuerdo -Incremento de la población -mayor alcance | De acuerdo -incremento de la población estudiantil -mayor alcance | En desacuerdo -seguimiento a estudiantes actuales y atracción de nuevos para estudios de posgrado |
| Comentarios adicionales | En desacuerdo Es necesario diseñar una estrategia adecuada para alcanzar al público estudiantil correcto, es decir personas que puedan consolidar una inscripción y continuidad. | En desacuerdo Las tecnologías están en cada parte de nuestra vida, lo de hoy por el estilo de vida que llevamos es la educación a distancia. | En desacuerdo Actualmente las personas buscan seguir aprendiendo porque es la demanda de mercado actual, hay que impulsar los estudios de posgrado. |

- **Guías de Observación**



GUÍA DE OBSERVACIÓN

Fecha: 31 de enero de 2019

Horario: 10:00 a.m. – 11:00 a.m.

Lugar: Avenida Bolívar 3-42 zona 3 de la Ciudad de Guatemala. Departamento de Admisiones y Registro, Edificio Armending, 1er. Nivel.

Observador: Valerie Whitfield Melgar

Propósito: Verificar los registros de alumnos inscritos por materia, para determinar cantidad de población estudiantil y evidenciar los programas más fuertes del SETECA

Tipo de fuentes: Primarios, debido a que proceden de su fuente original

Anotaciones:

Grado/Jornada Diurna/Jornada Nocturna/Jornada Sabatina

(lunes a viernes 7:00 a.m. a 1:00 p.m.)/ (lunes de 6:00 p.m. a 9:00 p.m.) / (7:00 a.m. a 4:00 p.m.)

| Código | Materia | Cantidad de alumnos inscritos |
|--------|--|-------------------------------|
| 303D | Principios de Interpretación | 28 |
| 301D | Gramática Castellana | 28 |
| 101D | Antiguo Testamento I | 27 |
| 405D | Introducción a la Teología | 26 |
| 601D | Principios de comunicación Oral | 26 |
| 431D | Fundamentos para la vida cristiana I | 25 |
| 204D | Nuevo Testamento I | 24 |
| 424D | Vida Espiritual IV | 23 |
| 801D | Ministerio Práctico | 22 |
| 415D | Influencias Filosóficas en la Teología | 22 |
| 427D | Fe Cristiana y Posmodernidad | 21 |

| | | |
|-------|---------------------------------------|----|
| 203D | Griego III | 20 |
| 804D | Ministerio Práctico | 20 |
| 207D | Exégesis de Romanos | 18 |
| 305D | Seminario de investigación | 17 |
| 406D | Bibliología y Teología Propia | 16 |
| 807D | Ministerio Práctico | 16 |
| 411D | Eclesiología | 16 |
| 807D | Ministerio Práctico | 16 |
| 404D | Historia de la Iglesia II | 15 |
| 604D | Predicación Expositiva I | 14 |
| 607D | Introducción a la Administración | 14 |
| 608D | Liderazgo Cristiano | 13 |
| 209D | Exégesis de 1a. Corintios | 12 |
| 810D | Práctica Profesional | 8 |
| 614 d | Ministerio Pastoral Eclesiástico | 7 |
| 107D | Hebreo I | 7 |
| 706D | Misiones Mundiales | 6 |
| 605 N | Introducción a la Consejería | 44 |
| 101N | Antiguo Testamento I | 30 |
| 610N | Consejería II | 10 |
| 428N | Panorama de la historia de la Iglesia | 4 |
| 101S | Antiguo Testamento I | 53 |
| 431S | Fundamentos para la vida cristiana I | 49 |
| 301S | Gramática Castellana | 49 |
| 406S | Bibliología y Teología Propia | 40 |
| 204S | Nuevo Testamento I | 39 |
| 801S | Ministerio Práctico | 33 |
| 701S | Evangelismo y Discipulado | 30 |
| 408S | Pneumatología | 30 |

| | | |
|-------|---|--------------|
| 804S | Ministerio Práctico | 27 |
| 203S | Griego III | 24 |
| 610S | Consejería II | 22 |
| 104S | Introducción al hebreo | 20 |
| 403S | Historia de la Iglesia I | 18 |
| 231S | Exposición y Teología de Job | 18 |
| 305S | Seminario de Investigación | 14 |
| 207S | Exégesis de Romanos | 12 |
| 503S | Ministerio al Niño | 12 |
| 901S | Introducción a teoría y solfeo | 12 |
| 608S | Liderazgo Cristiano | 8 |
| 807S | Ministerio Práctico | 8 |
| 811S | Ministerio Práctico | 8 |
| 817S | Ministerio Práctico | 4 |
| 905S | Teoría I | 3 |
| 977S | Crítica y apreciación del arte | 3 |
| 976.S | Educación musical | 3 |
| 912S | Armonía I | 2 |
| 931L | Filosofía de la música | 2 |
| 923S | Creatividad artística y artes escénicas | 2 |
| 814S | Ministerio Práctico | 2 |
| 939.S | Análisis de la Forma Musical I | 2 |
| 925.S | Tecnología Musical Avanzada | 2 |
| 947.S | Dirección y práctica coral I | 1 |
| 926S | Arreglo y Composición I | 1 |
| 914S | Dirección y práctica coral I | 0 |
| 101S2 | Antiguo Testamento I | 0 |
| 301S2 | Gramática Castellana | 0 |
| | Total: | 1,148 |

- **Posgrado / Presencial**

| Código | Materia | Cantidad de alumnos inscritos |
|---------------|--|--------------------------------------|
| 1617D | Consejería para Asuntos de Índole Sexual | 17 |
| 1709D | Experiencia grupal | 11 |
| 1417S | Ética Bíblica y el Ministerio | 9 |
| 1211D | El Nuevo Testamento en su Contexto | 7 |
| 1405D | Historia de las Doctrinas | 7 |
| 1706 | Experiencia de Mentoreo Ministerial I | 6 |
| 1103D | Exégesis de Amós - La Voz Profética para el Mundo Actual | 4 |
| 1711D | Práctica Supervisada de Consejería | 2 |
| 142B | Historia de la Iglesia en la reforma | 12 |
| DET101 | Enseñanza y Aprendizaje | 4 |
| DET 201 | Teología y cosmovisión | 4 |
| DET 505 | Extensión de Tesis | 3 |
| | Total: | 86 |

- **Centro de Liderazgo Ministerial -CLM-**

| Código | Materia | Cantidad de alumnos inscritos |
|---------------|--|--------------------------------------|
| M01S | Orientación al Estudio | 32 |
| B20S | Pentateuco | 31 |
| M02S | Desarrollando una personalidad cristiana | 31 |
| M08 | Evangelismo y Discipulado | 25 |

| | | |
|-------|--|------------|
| T19 | Doctrina de Eventos Futuros | 24 |
| B24 | Análisis de las Epístolas Generales | 23 |
| BM23S | Antropología Bíblica y Cultural | 17 |
| BM22S | Cómo Resolver Conflictos | 17 |
| BM13 | Liderazgo Cristiano y su formación | 17 |
| BM07 | Educando Adultos | 16 |
| C13L | La Vida de Cristo y El hombre y la Salvación | 11 |
| C01L | Lo que la Biblia enseña | 7 |
| C06L | Los Profetas de la Biblia I | 3 |
| C19 | Misiones Mundiales | 3 |
| | Total: | 257 |

- **E-learning**

| Código | Materia | Cantidad de alumnos inscritos |
|---------------|---|--------------------------------------|
| 303L | Principios de interpretación Bíblica | 26 |
| 101L | Antiguo Testamento I | 25 |
| 204L | Nuevo Testamento I | 15 |
| 702L | Introducción a las misiones | 14 |
| 410L | Soteriología | 13 |
| 403 L | Historia de la Iglesia I | 5 |
| 1608L | Liderazgo para el Ministerio | 9 |
| 1602L | Patrones Bíblicos y Contemporáneos para el Ministerio de la Iglesia | 8 |

| | | |
|-------|---------------------------------|------------|
| 1218L | Mateo - Exposición y Teología | 7 |
| 1402L | Teología del Antiguo Testamento | 2 |
| | Total: | 124 |

- **Análisis comparativo de datos obtenidos en la Observación**

| Programa académico | Cantidad de alumnos inscritos por materia |
|---------------------------------------|--|
| Grado | 1148 |
| Posgrado | 86 |
| Centro de Liderazgo ministerial -CLM- | 257 |
| E-Learning | 124 |

GUÍA DE OBSERVACIÓN

Fecha: 29 de enero de 2019

Horario: 9:00 a.m. – 11:00 a.m.

Lugar: Avenida Bolívar 3-42 zona 3 de la Ciudad de Guatemala. Departamento de Comunicación y Publicidad. Edificio Antiguo 1er. Nivel.

Observador: Valerie Whitfield Melgar

Propósito: Verificar medios de comunicación externos con los que cuenta la institución, tanto en redes sociales, medios impresos y otros con los que cuenta la institución.

Tipo de fuentes: Primarios, debido a que proceden de su fuente original

Anotaciones:

Redes sociales utilizadas por la institución

| Red social | Cantidad de seguidores |
|---------------------------|------------------------|
| Facebook | 45,637 |
| Instagram | 1,866 |
| Twitter | 1,762 |
| LinkedIn | 1304 |
| MailChimp (correo masivo) | 7, 000 contactos |

- **Anotaciones sobre la comunidad virtual de la Institución**

| Red social | Comentario |
|-------------------|--|
| Facebook | <p>Es la red social institucional principal, tiene un número mayor de seguidores y de interacción con el público, aquí las personas escriben para pedir información, resolver dudas y realizar comentarios.</p> <p>También es fuente importante de publicidad sobre los programas académicos, tiene información completa y actualizada.</p> <p>Es muy activa y también es la única red social en donde invierten en una pequeña cantidad de presupuesto.</p> |
| Instagram | <p>Para la institución es una red social joven, tiene al menos un año de abierto, y el crecimiento es mediano pero significativo, se refleja la comunidad más joven.</p> <p>Esta red social no presenta mucha interacción con el público, acá la utilizan para mostrar actividades importantes del día, no es comercial, pero sí ayuda a mostrar una imagen amigable de la institución.</p> |
| Twitter | <p>Es una red social estacada para la institución, no presenta crecimiento. Representa una oportunidad de crecimiento.</p> |
| LinkedIn | <p>Al igual que Instagram es joven para el seminario, tiene a menos un año de abierta. Presenta un crecimiento mediano.</p> <p>El público que se encuentra acá está compuesto, principalmente por figuras públicas, líderes de comunidades y personas que tienen influencia en su entorno.</p> |

| | |
|---|--|
| MailChimp (correo masivo) | Base de datos, mediana. Es necesario actualizarla. |
| Puntos de encuentro entre las redes sociales | |
| <ul style="list-style-type: none"> ● Comunidad nacional e internacional ● Mínimo de comunicación negativa o polémica entre los usuarios ● Alcance orgánico mayor al pagado | |
| Puntos de diferencia entre cada Red social | |
| <ul style="list-style-type: none"> ● Públicos ● Número de usuarios ● Interacción | |

- **Verificación de medios impresos institucionales**

| Tipo de impresión | Información que contiene | Especificaciones técnicas |
|--------------------------|--|---|
| Institucional | Contiene un listado de todos los programas académicos ofrecidos por SETECA, misión y valores institucionales. Medios de contacto | Unifoliar, impreso en papel husky 12, full color, con filtro UV. Poster, impreso en papel cuché 10, full color, con filtro UV. |
| Institucional | Contiene medios de contacto del seminario. | Separador de lectura, impreso en papel husky 12, en tiro y retiro, filtro UV, full color. |
| Programas de grado | Contiene información general sobre diplomados, profesados y licenciatura. Requisitos generales de ingreso y medios de contacto. | Trifoliar, impreso en papel cuché 10, full color. |

| | | |
|--|---|--|
| | | |
| Programas de posgrado | Contiene información general sobre maestrías, requisitos de ingreso, planes de nivelación y medios de contacto. | Trifoliar, impreso en papel cuché 10, full color. |
| Programas E-Learning | Contiene información de todos los programas académicos de educación virtual y medios de contacto. | Trifoliar, impreso en cuché 10, full color. |
| Centro de liderazgo ministerial -Bachillerato en Ministerio Cristiano -Diplomado en Estudios Bíblicos -Diplomado Ministerial -Lunes Pastoral | Contiene información del programa, requisitos de ingreso, costo, medios de contacto. | 4 unifolios en tiro y retiro, papel cuché 8, full color. |
| Doctorado | Contiene descripción del programa, perfil de ingreso, medios de contacto. | Bifoliar, impreso en papel cuché 10, full color. |

- **Otros medios:**

Página WEB (www.seteca.edu)

La página Web cuenta con criterios estéticos acertados, tomando en cuenta los colores institucionales, el contenido de la página debe ser actualizado y ordenado de una forma más amigable y atractiva, para el usuario pueda acercarse y navegar en la página con la mayor confianza y facilidad.



GUÍA DE OBSERVACIÓN

Fecha: 29 de enero de 2019

Horario: 9:00 a.m. – 11:00 a.m.

Lugar: Avenida Bolívar 3-42 zona 3 de la Ciudad de Guatemala. Departamento de Comunicación y Publicidad. Edificio Antiguo 1er. Nivel.

Observador: Valerie Whitfield Melgar

Propósito: Verificar los procesos de comunicación publicitarios dentro de la institución.

Anotaciones: N/A

- **Proceso de Comunicación**

Este diagrama muestra el proceso por el que tiene que pasar una persona interesada en estudiar en el SETECA.

Se puede verificar, que hay tres posibles opciones para un primer contacto; redes sociales (cualesquiera), correo electrónico o bien por medio de una llamada telefónica.

Los documentos sobre precios, pensum y requisitos se envían por correo electrónico, por lo que siempre será necesario este paso.

Por último, el candidato recibe seguimiento y toma una decisión, si es positiva realiza el trámite de admisión y si es negativa, entra a una base de datos.

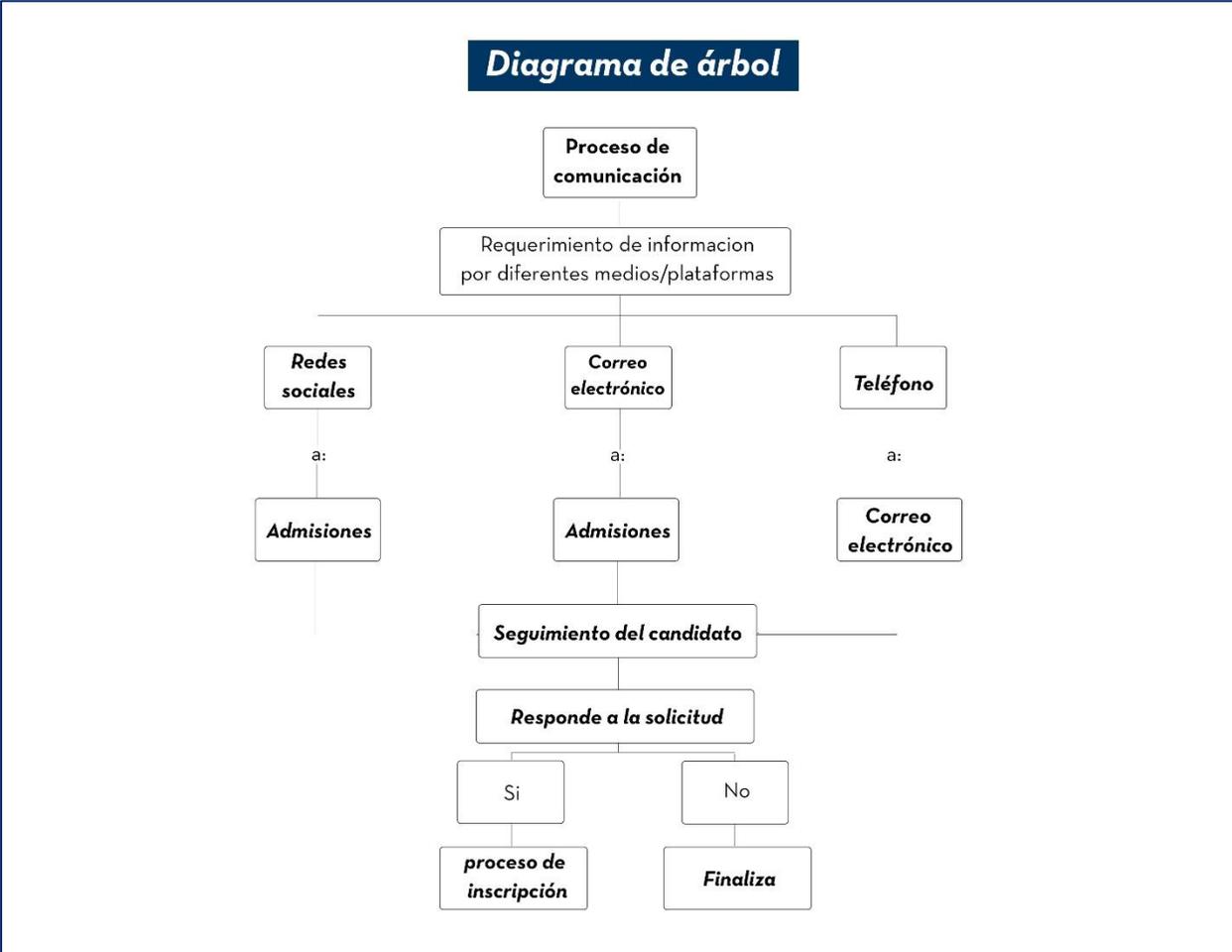


Diagrama 1. Proceso de Comunicación. Elaboración propia (2019).

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

1.5.1. Fortalezas

- Buena reputación académica
- Colaboradores comprometidos e interesados en el cambio
- Estabilidad y experiencia (90 años existencia)
- Variedad de programas académicos
- Respaldo internacional

1.5.2. Oportunidades

- Estrechar lazos con otras instituciones educativas y religiosas
- Alianzas académicas, organizaciones y comunidades
- Aportes académicos en diferentes medios de comunicación
- Ampliación del alcance estudiantil (educación virtual)
- Transición a ser universidad
- Ampliación de la población estudiantil
- Apertura de nuevas jornadas de estudio

1.5.3. Debilidades

- Falta de automatización de procesos
- Carencia de infraestructura con capacidad para albergar grandes números de estudiantes
- Recursos limitados
- Carencia de personal en diferentes unidades y departamentos
- Pocos alumnos inscritos en programas de e-learning
- Pocos alumnos inscritos en programas de posgrado

1.5.4. Amenazas

- Surgimiento de nuevas opciones académicas en el área
- Economía mundial
- Dependencia de otra universidad para convalidar títulos
- Crisis de seguridad en el país
- Surgimiento de nuevas tendencias y filosofías

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

En el Seminario Teológico Centroamericano (SETECA), se han trabajado algunos documentos que permiten obtener información sobre la institución. En 2014 se realizó un documento llamado “Planificación Estratégica”, elaborado por el rector de ese momento, Carlos Alberto López; en donde se construyó y estableció la visión actual del SETECA: “Formamos discípulos de Jesucristo que encarnan el evangelio del reino de Dios, comunican eficazmente las Sagradas Escrituras y ejercen un liderazgo de servicio”. En este mismo documento se estableció la visión: “Para el año 2019 deseamos ver a SETECA como un seminario transformador, de impacto global, cercano a la iglesia y a su comunidad, accesible para los que han sido llamados por Dios y a la vanguardia para responder a las exigencias de la sociedad contemporánea”, así como los ejes que la componen.

En 2016: José García, coordinador de Comunicación y Publicidad realizó un estudio de perfiles de estudiantes de la institución, estudiantes de la jornada sabatina y nocturna, este estudio refleja el tipo de personas que están inscritos; edades, ocupaciones y aspectos actitudinales.

En cuanto al aspecto gráfico, entre 2016 y 2017 se realizaron piezas gráficas; trifoliales, bifoliales, unifoliales y separadores, impresos en diferentes papeles. El material que está disponible cuenta con información sobre la oferta académica del SETECA. Específicamente, en el área de estudios a distancia E-learning, solo cuenta con un trifoliar, el cual está saturado de información de siete programas de estudio diferente, por lo que es poco amigable a la lectura y contiene diferente información que puede ser confusa, de este mismo material quedan aproximadamente 75 ejemplares impresos.

Así mismo, el procedimiento para enviar información para futuros estudiantes es enviar un correo electrónico con un documento presentando la información que solicitó el interesado, estos

documentos necesitan actualización, para poder presentar la información de forma amigable y poder generar el interés necesario para que las personas se inscriban.

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo General

Fortalecer la comunicación externa de los programas E-learning que ofrece el Seminario Teológico Centroamericano (SETECA)

2.2.2. Objetivos Específicos

- Dar a conocer los programas en línea
- Fortalecer la imagen de los programas en línea
- Elaborar material informativo para los programas en línea

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

- **Grupo Objetivo A**

Hombres y mujeres de 20 a 50 años con estudios de secundaria completos o incompletos, con acceso y conocimiento a equipo de computación e internet, que profesen la religión cristiana evangélica, los están involucrados en la iglesia local y desean iniciar su preparación teológica, ministerial o bíblica. Están ubicados en las principales ciudades de países de habla hispana.

- **Grupo Objetivo B**

Hombres y mujeres de 23 a 50 años con estudios de secundaria completos o estudios universitarios, con acceso a equipo de computación e internet, que profesen la religión cristiana evangélica, los están involucrados en la iglesia local y desean iniciar su preparación bíblica y teológica a nivel profesional. Están ubicados en las principales ciudades de países de habla hispana.

- **Grupo Objetivo C**

Hombres y mujeres de 28 a 55 años con estudios universitarios completos en el área de Teología, Biblia o Ministerio, con acceso a equipo de computación e internet, que profesen la religión cristiana evangélica, los están involucrados en la iglesia local y están buscando preparación profesional a nivel posgrado. Están ubicados en las principales ciudades de países de habla hispana.

2.4. MENSAJE (Externo)

Aprendizaje en un clic

2.5. ESTRATEGIAS

Debido al problema detectado en el diagnóstico comunicacional en el SETECA, el cual está relacionado con el bajo impacto que tienen los programas en línea o e-learning, se ha definido establecer una estrategia que pueda resolver oportunamente la situación. Para lo cual se realizará una campaña comunicacional para fortalecer la comunicación de los programas E-learning, la cual consta de cuatro acciones a ejecutar, utilizando los objetivos anteriormente trazados.

Entre las mayores ventajas de la modalidad de aprendizaje E-Learning, es el uso de la tecnología para el aprendizaje de una manera cómoda.

La campaña consistirá en cuatro pasos de acción:

- **Paso 1: Preparar material de presentación**

Elaborar material digital que se envía al público interesado en estudiar, este consiste en un documento en pdf, en donde se hace una presentación del programa académico, incluyendo aspectos de vital importancia como lo es: metodología, pensum de estudio y créditos académicos, la cual debe ser atractiva e informativa al público.

- **Paso 2: Elaboración de piezas digitales para campaña**

En esta fase se elaborarán los anuncios publicitarios (post) para publicar en Facebook e Instagram, basados en el mensaje: “aprendizaje en un clic”, realzando las bondades de estudiar en línea: comodidad, flexibilidad de horario y practicidad.

Los cuáles serán una pieza por programa académico, en el siguiente orden:

1. Diplomado básico en estudios bíblicos
2. Diplomado básico en estudios teológicos
3. Diplomado básico en estudios ministeriales
4. Profesorado en estudios bíblicos
5. Diplomado profesional en estudios bíblicos
6. M.A. En Ministerio
7. M.A. En Estudios bíblicos

- **Paso 3: Elaboración de vídeos**

Elaboración de tres vídeos cortos para apoyar la campaña digital, de duración 20 segundos. Los cuales estarán englobados en los tres grupos en que se dividen los programas académicos:

- Programas ministeriales
- Programas de grado
- Programas de posgrado

- **Paso 4: Material impreso, trifoliales**

Este material consiste en la elaboración de tres trifoliales, para los tres programas académicos, este material está diseñado para eventos especiales, como stands, eventos especiales y mantener en el departamento de Admisiones.

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

| ACCIÓN 1 | |
|--|---|
| A qué estrategia responde la acción | Campaña comunicacional para fortalecer la comunicación de los programas E-learning. |
| Problema | El bajo impacto que tienen los programas de esta modalidad. |
| Producto | 7 piezas digitales para redes sociales, estas corresponden a una por cada programa académico, serán diseñados en medidas de 1200 x 1386 píxeles, a 300 PPP de resolución, en modo de color RGB. |
| Objetivo comunicacional | Dar a conocer los programas en línea |
| Público objetivo | Grupo Objetivo A, B, C, cada uno dirigido a los diferentes grupos de programas académicos -Programas ministeriales -Programas de grado -Programas de posgrado. |
| Medio de difusión | Formato digital en Facebook e Instagram. |

| ACCIÓN 2 | |
|--|--|
| A qué estrategia responde la acción | Campaña comunicacional para fortalecer la comunicación de los programas E-learning. |
| Problema | El bajo impacto que tienen los programas de esta modalidad. |
| Producto | 3 vídeos promocionales, formato 1080x 720p, duración 30 segundos cada uno. |
| Objetivo comunicacional | Fortalecer la imagen de los programas en línea |
| Público objetivo | Grupo Objetivo A, B, C, cada uno dirigido a los diferentes grupos de programas académicos -Programas ministeriales -Programas de grado -Programas de posgrado. |

| | |
|--------------------------|-------------------------------|
| Medio de difusión | Formato digital, en Facebook. |
|--------------------------|-------------------------------|

| ACCIÓN 3 | |
|--|--|
| A qué estrategia responde la acción | Campaña comunicacional para fortalecer la comunicación de los programas E-learning. |
| Problema | El bajo impacto que tienen los programas de esta modalidad. |
| Producto | 3 trifolios con información de los programas en línea, en papel cuché 80g. sin filtro UV, full color. |
| Objetivo comunicacional | Elaborar material informativo para los programas en línea. |
| Público objetivo | Grupo Objetivo A, B, C, cada uno dirigido a los diferentes grupos de programas académicos -Programas ministeriales -Programas de grado -Programas de posgrado. |
| Medio de difusión | Físico, disponible en el departamento Admisiones y centro de información. Así como en stock para su uso en eventos especiales. |

| ACCIÓN 4 | |
|--|--|
| A qué estrategia responde la acción | Campaña comunicacional para fortalecer la comunicación de los programas E-learning. |
| Problema | El bajo impacto que tienen los programas de esta modalidad. |
| Producto | Actualización de información que se proporciona por correo electrónico a las personas interesadas en estudiar alguno de los programas, en formato dpf. |
| Objetivo comunicacional | Elaborar material informativo para los programas en línea. |
| Público objetivo | Grupo Objetivo A, B, C, cada uno dirigido a los diferentes grupos de programas académicos -Programas |

| | |
|--------------------------|--|
| | ministeriales -Programas de grado -Programas de posgrado. |
| Medio de difusión | Digital, en formato pdf para enviar por correo electrónico, el departamento de admisiones es quien lo utilizará. |

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. Proyecto Desarrollado

“Diagnóstico y estrategia de comunicación externa para el Seminario Teológico Centroamericano (SETECA)”.

3.1.1. Financiamiento

El financiamiento del proyecto fue sustentado por ambas partes involucradas tanto la empresa, como el epesista.

3.1.2 Presupuesto

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

| Cantidad | Detalle | Costo Unitario | Costo Total | Financiamiento |
|---------------|--|----------------|-------------------|----------------|
| 3,000 | Trifoliales Papel cuché 80grs. full color, sin filtro UV. | Q1.10 | Q3,300.00 | SETECA |
| 1 | Licencia de Adobe para diseño gráfico | Q.150.00 | Q.150.00 | epesista |
| 1 | Asesoría comunicacional | | Q.5,000.00 | epesista |
| 1 | Pauta de campaña promocional Facebook, con duración de 5 semanas. junio y julio 2019. | Q500.00 | Q527.00 | SETECA |
| TOTAL: | | | Q.8,977.00 | |

Distribuido en 43% absorbido por la Institución, Seteca y el 57% por la epesista, Valerie Whitfield.

3.1.3. Beneficiarios

Departamento de Comunicación y Publicidad, Departamento de Relaciones Públicas, Departamento de Admisiones y Registro.

| | Beneficiarios | Beneficios |
|--------------------|--|---|
| Primarios | Personas interesadas en estudiar Biblia y teología en línea. | Se realizaron varias acciones que corresponden a una estrategia, enfocadas a informar, persuadir a las personas a estudiar en Seteca. |
| | Departamento de Admisiones y Registro. | En cuanto al departamento de Admisiones, debido a que es el responsable de darle seguimiento a los futuros estudiantes, y guiarlos en su proceso de inscripción. |
| Secundarios | Departamento de Comunicación y publicidad | Se brindó instrumentos de apoyo para promocionar y atraer a personas a estudiar al seminario, esto contribuye al trabajo diario que hacen los integrantes del departamento. |
| | Departamento de Relaciones Públicas | |
| | El departamento de programas en línea | |

3.1.4. Recursos Humanos

| Personal | Cargo | Actividad |
|-------------------------|---------------------------------|---|
| Lic. Arturo René Blanco | Director de Relaciones Públicas | El licenciado Blanco autorizó el proceso de EPSL dentro de la institución, así como brindar la información necesaria para iniciar y continuar la investigación y ejecución de este. |

| | | |
|--|---|--|
| M.A. Luis Pedroza y equipo | Coordinador de EPSL | Asesoría en las clases magistrales que se recibió en el EPSL, así como soporte en la plataforma Classroom. |
| M.A. Evelin Hernández | Asesora de EPSL | Supervisión y asesoría personalizada en cada una de las etapas de proyecto de EPSL. |
| Mildred Pivaral | Asistente de Comunicación y Publicidad del Seteca | Proporcionó información de suma importancia dentro de las entrevistas para poder conocer de mejor manera la institución. |
| Daniel Suruy | Diseñador Gráfico del Seteca | Proporcionó información y asesoría en diseño gráfico para la ejecución del proyecto. |
| Daniela Neira, Billy Grández, Fernanda Tobar, Saraí Bonilla, Douglas Robles, Geff Bainez, Daniel Sury, Mildred Pivaral y Dulce Cisneros. | Actores en los vídeos promocionales | Proporcionaron apoyo en la actuación de los vídeos promocionales realizados por la epesista. |
| Valerie Whitfield | Epesista | Realizó la investigación y ejecución del EPSL. Lo Implica, las fases del proceso, como edición y elaboración de los diseños y vídeos. |

3.1.5. Áreas Geográficas de Acción

La ejecución de la estrategia de comunicación se realizó en el Departamento de Comunicación y Publicidad, del Seminario Teológico Centroamericano (SETECA), ubicados en Avenida Bolívar 3-42 zona 3 de la Ciudad de Guatemala.

3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

| ACCIÓN 1 | |
|--|---|
| A qué estrategia responde la acción | Campaña comunicacional para fortalecer la comunicación de los programas E-learning. |
| Problema | El bajo impacto que tienen los programas de esta modalidad. |
| Producto | 7 piezas digitales para redes sociales, estas corresponden a una por cada programa académico, serán diseñados en medidas de 1200 x 1386 píxeles, a 300 PPP de resolución, en modo de color RGB. |
| Objetivo comunicacional | Dar a conocer los programas en línea |
| Público objetivo | Grupo Objetivo A, B, C, cada uno dirigido a los diferentes grupos de programas académicos -Programas ministeriales -Programas de grado -Programas de posgrado. |
| Medio de difusión | Formato digital en Facebook. |

| ACCIÓN 1 | | | |
|---------------------|----------------|----------------------|-------------------------------|
| DESARROLLADA | | | |
| Publicación | Alcance | Interacciones | Presupuesto y duración |
| | | | |

| | | | |
|---|--|--|---|
|  <p>Diplomado básico en Estudios Teológicos</p> <p>Fecha de publicación: 2/6/2019</p> <p>Hora de publicación: 16:00 hrs.</p> <p><i>Programa Ministerial</i></p> | <p>Personas alcanzadas: 12,610</p> <p>Alcance pagado: 6,750</p> <p>Alcance orgánico: 5,860</p> |  76  08  01  00  00  00 <p>Comentarios: 14 Compartidos: 10 Clic en enlace: 105 Conversaciones: 15</p> <p>Total, interacciones: 388</p> | <p>Presupuesto: Q28</p> <p>Duración: 4 días</p> |
|  <p>Diplomado Profesional en Estudios Bíblicos</p> <p>Fecha de publicación: 5/6/2019</p> <p>Hora de publicación:</p> | <p>Personas alcanzadas: 11,130</p> <p>Alcance pagado: 4,268</p> <p>Alcance orgánico: 6,862</p> |  110  04  01  01  00  01 | <p>Presupuesto: Q28</p> <p>Duración: 4 días</p> |

| | | | |
|--|--|--|---|
| <p>18:00 hrs.</p> <p><i>Programa de Grado</i></p> | | <p>Comentarios: 54</p> <p>Compartidos: 13</p> <p>Clic en enlace:105</p> <p>Conversaciones: 07</p> <p>Total, interacciones: 183</p> | |
|  <p>Magister Artium (M.A) en Estudios Bíblicos</p> <p>E-Learning</p> <p>www.seteca.edu</p> <p>SETECA</p> <p>Fecha de publicación: 7/6/2019</p> <p>Hora de publicación: 18:00 hrs.</p> <p><i>Programa de Posgrado</i></p> | <p>Personas alcanzadas: 12,350</p> <p>Alcance pagado: 6,076</p> <p>Alcance orgánico: 6,274</p> |  84  04  00  00  00  00 <p>Comentarios: 47</p> <p>Compartidos: 08</p> <p>Clic en enlace: 70</p> <p>Conversaciones: 13</p> <p>Total, interacciones: 143</p> | <p>Presupuesto: Q35</p> <p>Duración: 5 días</p> |

| | | | |
|---|--|---|---|
|  <p>Diplomado básico en Estudios Ministeriales</p> <p>Fecha de publicación: 11/6/2019</p> <p>Hora de publicación: 15:10 hrs.</p> <p><i>Programa Ministerial</i></p> | <p>Personas alcanzadas: 9,117</p> <p>Alcance pagado: 5,896</p> <p>Alcance orgánico: 3,221</p> |  57  03  00  00  00  00 <p>Comentarios: 1</p> <p>Compartidos: 06</p> <p>Clic en enlace: 79</p> <p>Conversaciones: 11</p> <p>Total, interacciones: 67</p> | <p>Presupuesto: Q49</p> <p>Duración: 7 días</p> |
|  <p>Profesorado en Estudios Bíblicos</p> <p>Fecha de publicación: 12/6/2019</p> <p>Hora de publicación:</p> | <p>Personas alcanzadas: 11,071</p> <p>Alcance pagado: 5,896</p> <p>Alcance orgánico: 3,221</p> |  84  09  00  01  00  00 | <p>Presupuesto: Q49</p> <p>Duración: 7 días</p> |

| | | | |
|---|---|--|---|
| <p>18:00 hrs.</p> <p><i>Programa de Grado</i></p> | | <p>Comentarios: 38</p> <p>Compartidos: 14</p> <p>Clic en enlace: 116</p> <p>Conversaciones: 30</p> <p>Total, interacciones: 147</p> | |
|  <p>Magister Artium (M.A) en Ministerio</p> <p>Fecha de publicación: 14/6/2019</p> <p>Hora de publicación: 16:00 hrs.</p> <p><i>Programa de Posgrado</i></p> | <p>Personas alcanzadas: 9,828</p> <p>Alcance pagado: 2,804</p> <p>Alcance orgánico: 7,224</p> | <p> 241</p> <p> 10</p> <p> 00</p> <p> 01</p> <p> 00</p> <p> 00</p> <p>Comentarios: 19</p> <p>Compartidos: 15</p> <p>Clic en enlace: 30</p> <p>Conversaciones: 00</p> <p>Total, interacciones: 286</p> | <p>Presupuesto: Q49</p> <p>Duración: 7 días</p> |

| | | | |
|--|--|---|---|
|  <p>Fecha de publicación: 16/6/2019</p> <p>Hora de publicación: 15:00 hrs.</p> <p><i>Programa Ministerial</i></p> | <p>Personas alcanzadas: 11,147</p> <p>Alcance pagado: 6,015</p> <p>Alcance orgánico: 5,132</p> |  88  06  00  00  00  00 <p>Comentarios: 44 Compartidos: 10 Clic en enlace: 85 Conversaciones: 29</p> <p>Total, interacciones: 148</p> | <p>Presupuesto: Q49</p> <p>Duración: 7 días</p> |
| <p>GENERACIÓN DE BASE DE DATOS</p> <p>Generación de Clientes potenciales, por medio de un formulario de Google.</p> | | | |

Programas en línea

Llena el siguiente formulario con tus datos.

***Obligatorio**

Dirección de correo electrónico *

Tu dirección de correo electrónico

Nombres y Apellidos: *

Tu respuesta

Programa académico de interés: *

Elige

País en el que reside: *

Tu respuesta

Comentarios y Observaciones:

Tu respuesta

¡Muchas gracias por enviarnos tus datos!

Pronto nos comunicaremos contigo.

Envíame una copia de mis respuestas.

ENVIAR

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

CONTACTOS RECABADOS EN CAMPAÑA

| Programa académico | Cantidad |
|--|--------------|
| Diplomado básico en Estudios Bíblicos | 57 contactos |
| Diplomado básico en Estudios Ministeriales | 33 contactos |
| Diplomado básico en Estudios Teológicos | 46 contactos |
| Totales: | 136 |
| Diplomado Profesional en Estudios Bíblicos | 36 contactos |
| Profesorado en Estudios Bíblicos | 28 contactos |
| Totales: | 64 |
| M.A. En Estudios Bíblicos | 25 contactos |
| M.A. En Ministerio | 9 contactos |

| | |
|----------------------------|------------|
| Totales: | 34 |
| Total, consolidado: | 234 |

| ACCIÓN 2 | |
|--|--|
| A qué estrategia responde la acción | Campaña comunicacional para fortalecer la comunicación de los programas E-learning. |
| Problema | El bajo impacto que tienen los programas de esta modalidad. |
| Producto | 3 vídeos promocionales, formato 1080x 720p, duración 30 segundos aproximadamente cada uno. |
| Objetivo comunicacional | Fortalecer la imagen de los programas en línea |
| Público objetivo | Grupo Objetivo A, B, C, cada uno dirigido a los diferentes grupos de programas académicos -Programas ministeriales -Programas de grado -Programas de posgrado. |
| Medio de difusión | Formato digital, en Facebook. |

| ACCIÓN 2 DESARROLLADA | | |
|--------------------------|---|---|
| Publicación (Vídeo) | Alcance | Presupuesto |
| | Este anuncio llegó a: 8,066 personas Reproducciones: 1,458 | Presupuesto: Q. 70 Clientes potenciales: 112 Costo por lead: Q0.63 |

| | | |
|--|---|--|
|  <p>Lapso de promoción: 3 jun 2019 al 13 jun 2019 (10 días)</p> | <p>Clis en enlace: 285</p> <p>Comentarios: 14</p> <p> 94</p> <p> 14</p> <p> 01</p> <p> 00</p> <p> 00</p> <p> 00</p> | |
| | <p>Este anuncio llegó a: 8,124 personas</p> <p>Reproducciones: 1,648</p> <p>Clis en enlace: 264</p> <p>Comentarios:</p> | <p>Presupuesto: Q. 70</p> <p>Cientes potenciales: 111</p> <p>Costo por lead: Q0.63</p> |

| | | |
|---|---|---|
|  <p>Lapso de promoción: 13 jun 2019 al 23 jun 2019 (10 días)</p> | <p>00</p> <p> 94</p> <p> 01</p> <p> 00</p> <p> 00</p> <p> 00</p> <p> 01</p> | |
|  <p>Lapso de promoción: 26 jun 2019 al 06 jul 2019</p> | <p>Este anuncio llegó a: 8,124 personas</p> <p>Reproducciones: 2,418</p> <p>Clics en enlace: 364</p> <p>Comentarios: 01</p> <p> 86</p> | <p>Presupuesto: Q. 100</p> <p>Clientes potenciales: 79</p> <p>Costo por lead: Q1.28</p> |

| | | |
|-----------|--|--|
| (10 días) |  03  00  00  00  00 | |
|-----------|--|--|

CONTACTOS RECABADOS EN CAMPAÑA (vídeos)

| Programa académico | Cantidad |
|----------------------------|---------------|
| Programas Ministeriales | 112 contactos |
| Programas de Grado | 111 contactos |
| Programas de Posgrados | 79 contactos |
| Total, consolidado: | 302 |

| ACCIÓN 3 | |
|--|---|
| A qué estrategia responde la acción | Campaña comunicacional para fortalecer la comunicación de los programas E-learning. |
| Problema | El bajo impacto que tienen los programas de esta modalidad. |
| Producto | 3 trifoliales con información de los programas en línea, en papel cuché 80g. sin filtro UV, full color. |
| Objetivo comunicacional | Elaborar material informativo para los programas en línea. |
| Público objetivo | Grupo Objetivo A, B, C, cada uno dirigido a los diferentes grupos de programas académicos -Programas |

| | |
|-------------------|--|
| | ministeriales -Programas de grado -Programas de posgrado. |
| Medio de difusión | Físico, disponible en el departamento Admisiones y centro de información. Así como en stock para su uso en eventos especiales. |

ACCIÓN 3 DESARROLLADA

| Diseño de trifoliales | Descripción |
|-----------------------|-------------|
|-----------------------|-------------|



- Diseño de trifoliar para los programas en línea de formación ministerial.
- Impreso en tamaño carta, papel cuché 80 gramos, full color.
- 1000 ejemplares impresos.

| | | |
|---|---|--|
| <p>Diplomado básico en Estudios bíblicos</p> <p>Este diplomado estudia los libros principales de la Biblia, ofreciendo al estudiante una visión en conjunto del mensaje de las Escrituras.</p> <p>Al completar este diplomado, el estudiante estará mejor preparado para responder a aquellas preguntas difíciles relacionadas con las doctrinas bíblicas.</p> <p style="text-align: center;"> Materias</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Las Sagradas Escrituras lo que la Biblia enseña 2 Cómo leer la Biblia Métodos de Estudio bíblico Historia del Antiguo Testamento 3 Moisés y la Ley Job y los Patriarcas 4 Josué, Jueces y Ruth David y los Salmos Salomón y los Proverbios 5 Personajes bíblicos 6 Los Profetas de la Biblia I 7 Los Profetas de la Biblia II El Hijo de Dios en San Juan 8 Cartas del Apóstol Pablo 9 Epístolas Generales y Apocalipsis | <p>Diplomado básico en Estudios Teológicos</p> <p>Este diplomado ofrece el estudio de las principales doctrinas de la Biblia, orientando al estudiante en las bases teológicas que fundamentan su fe como cristiano.</p> <p>Al completar este diplomado, el alumno estará mejor preparado para comprender y defender su fe.</p> <p style="text-align: center;"> Materias</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Las Sagradas Escrituras lo que la Biblia enseña 2 Familia Cristiana Mayordomía Administración 3 Personajes bíblicos 4 Pedagogía 5 Historia de la iglesia 6 Vida de Cristo El hombre y la Salvación 7 Evangelismo Resolución de Conflictos 8 Doctrina de Dios Doctrina de Cristo Profecía 9 La Iglesia Ángeles y Satanás Doctrina del Espíritu Santo | <p>Diplomado básico en Estudios Ministeriales</p> <p>Este diplomado ofrece herramientas que le ayudarán en distintas áreas del ministerio, incluyendo administración, enseñanza, predicación y evangelismo.</p> <p>Al completar este diplomado, el alumno estará mejor preparado para servir a Dios y a su Pueblo.</p> <p style="text-align: center;"> Materias</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Las Sagradas Escrituras lo que la Biblia enseña 2 Familia Cristiana Mayordomía Administración 3 La Iglesia Creando Introducción a la Educación Cristiana 4 Pedagogía 5 Sectas Cómo Evangelizar 6 Misiones Mundiales 7 Exposición Bíblica: Cómo leer la Biblia Métodos de Estudio Bíblico Predicación Bíblica 8 Discipulado: La Nueva Persona en Cristo Problemas de la Vida Cristiana El líder Enseña un Libro 9 El Ministerio unos a otros |
|---|---|--|



Requisitos de ingreso

(para ambos programas)

Además de completar el proceso de admisión, es indispensable que se cumpla con los siguientes requisitos:

- Poseer título de educación media
- Tener el respaldo íntimo y espiritual de su iglesia local
- Contar con dirección de correo electrónico



Programas E-learning

- Diplomado Profesional en Estudios Bíblicos
- Profesorado en Estudios Bíblicos



Programas de Grado

Los Programas de Grado han sido diseñados para todos aquellos hombres y mujeres que en obediencia al llamado a servir al Señor desean realizar estudios bíblico-teológico a nivel universitario.

CONTACTANOS

Av. Belvísor 30-42 Zona 3
Ciudad de Guatemala C.A.

PBX: +502 2462 5858 Ext. 116 y 122
admissiones@seteca.edu

www.seteca.edu

Bíblícomos





Filosofía Educativa

En los Programas de E-Learning ofrecidos por SETECA se sigue la línea filosófica institucional empleada en sus demás programas. Además, se combinan los distintos de la educación Online a través del uso de las TIC, la conectividad y la creación de una comunidad virtual de aprendizaje.

Profesorado en Estudios Bíblicos

Es un programa a nivel universitario diseñado con el propósito de capacitar a los estudiantes con conocimiento bíblico-teológico esencial, y equiparlos con herramientas fundamentales para el desarrollo del ministerio cristiano. El currículum del profesorado en Estudios Bíblicos no cuenta con estudio de idiomas bíblicos.



Modalidad y duración

Se estudia 100% virtual. La duración de este programa es de cuatro años llevando dos materias en cada trimestre del año.



Materias

- Antiguo Testamento I
- Antiguo Testamento II
- Antiguo Testamento III
- Antiguo Testamento IV
- Antiguo Testamento V
- Nuevo Testamento I
- Nuevo Testamento II
- Nuevo Testamento III
- Nuevo Testamento IV
- Exposición de Romanos y I Corintios
- Principios de Interpretación bíblica
- Métodos de Estudio Bíblico
- Historia de la Iglesia I
- Historia de la Iglesia II
- Introducción a la Teología

Diplomado Profesional en Estudios Bíblicos

Es un programa a nivel universitario diseñado con el propósito de equipar a los estudiantes con conocimientos bíblicos y teológicos esenciales para un ministerio cristiano que resulte en edificación de la iglesia local.



Modalidad y duración

Se estudia 100% virtual. La duración de este programa es de dos años llevando dos materias por cada trimestre del año.



Materias

- Antiguo Testamento I
- Antiguo Testamento IV
- Antiguo Testamento V
- Nuevo Testamento I
- Nuevo Testamento II
- Nuevo Testamento III
- Nuevo Testamento IV
- Métodos de Estudio Bíblico
- Principios de Interpretación Bíblica
- Introducción a la Teología
- Pneumatología
- Soteriología
- Escatología
- Cristología
- Introducción a la Educación
- Introducción a la Consejería

- Bibliología y Teología Propia
- Pneumatología
- Soteriología
- Escatología
- Esotología
- Cristología
- Introducción a la Educación
- Tecnología Didáctica
- Principios de Comunicación Oral
- Familia Cristiana
- Predicación Efectiva I
- Introducción a la Consejería
- Liderazgo Cristiano
- Evangelismo y Discipulado
- Introducción a las misiones

- Diseño de trifoliar para los programas en línea de formación de grado.

Impreso en tamaño carta, papel cuché 80 gramos, full color.

1000 ejemplares impresos.




Requisitos de ingreso

(Para arribos maestrías)

Además de completar el proceso de admisión, es necesario que se cumpla con los siguientes requisitos:

- Tener el respaldo moral y espiritual de su iglesia local
- Poseer un título de Licenciatura o B.A. certificado en cualquier área de estudios con evidencias de un buen rendimiento académico.
- Aprobar un examen de comprensión del idioma inglés.

Programas E-learning

- M.A. En Ministerio
- M.A. En Estudios Bíblicos

CONTÁCTANOS

Av. Bolívar 30-42 zona 3
Ciudad de Guatemala C.A.

PBX +502 2402 5858 Ext. 185 y 122
admisiones@seteca.edu

www.seteca.edu

Búscanos:




PROGRAMAS DE POSGRADO



Programas de Posgrado

Los programas de maestría están dirigidos a estudiantes que ya poseen al menos un título de licenciatura o equivalente a nivel de grado.



Metodología

La modalidad es 100% virtual, lo cual permite al alumno combinar sus estudios con sus responsabilidades cotidianas de trabajo y ministerio.



Programa de Nivelación

El programa de nivelación está diseñado para aquellos estudiantes que no poseen una licenciatura en Biblia, Teología o Ministerio.

Diplomado Profesional en Estudios Bíblicos



M.A. En Estudios Bíblicos
M.A. En Ministerio

Magister Artium en Ministerio

Es una maestría diseñada para personas graduadas de Licenciatura en instituciones calificadas en otras áreas del saber y que deseen un posgrado que les capacite de manera general en el área bíblico-teológica, para fortalecer su vida cristiana y su involucramiento en el servicio cristiano, pero que no buscan formación exegética en los idiomas bíblicos.



Materias del programa

| | |
|---------------------------|-------------|
| 10 materias de ministerio | 50 créditos |
| 2 materias optativas | 10 créditos |
| 1 tesis de investigación | 15 créditos |

Magister Artium en Estudios Bíblicos

Es una maestría que tiene como propósito desarrollar competencias en el área bíblico-teológica a personas que sin tener estudios teológicos previos o conocimiento de idiomas bíblicos desean servir al Señor mejor capacitados. La persona graduada del programa puede trabajar en diversidad de ministerios tales como la docencia, el pastorado, el liderazgo eclesialístico, entre otros.



Materias del programa

| | |
|---|-------------|
| 10 materias entre exposición bíblica, teología y Biblia | 50 créditos |
| 2 materias optativas | 10 créditos |
| 1 tesis de investigación | 15 créditos |



Duración:

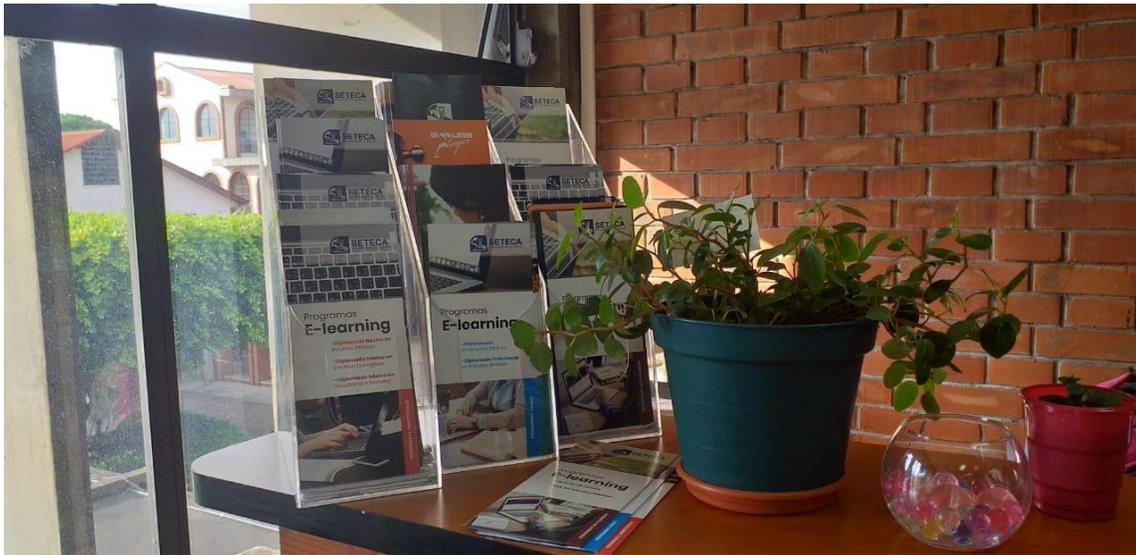
Los programas de M.A. en Línea constan de tres años de estudio que abarcan 75 créditos, divididos en 12 materias de 5 créditos y una tesis de 15 créditos.

Los créditos ganados en SETECA o convalidados a un programa de SETECA no vencen, excepto por vigencia del plan de estudios.



- Diseño de trifoliar para los programas en línea de formación de posgrado.
- Impreso en tamaño carta, papel cuché 80 gramos, full color.
- 1000 ejemplares impresos.

Fotografía de material disponible en Admisiones



Trifolios ubicados en el mostrador de información del departamento de Admisiones.

Fotografías en estación de información

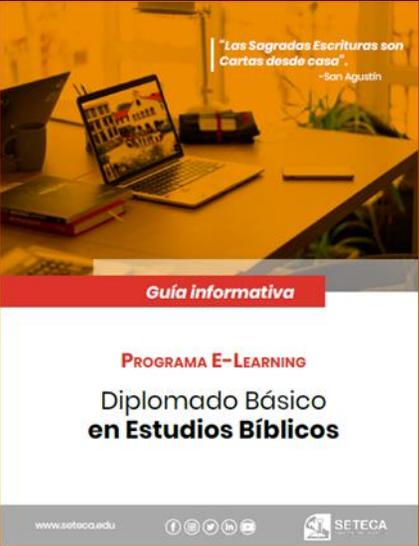
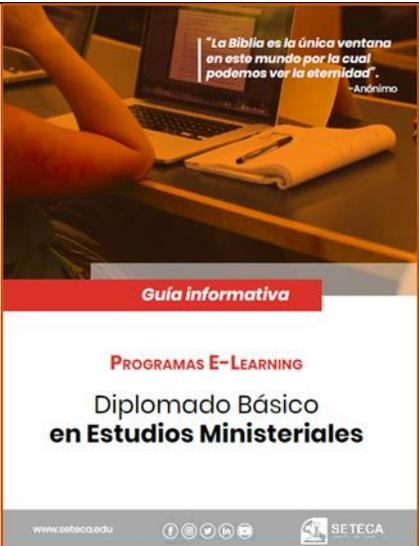


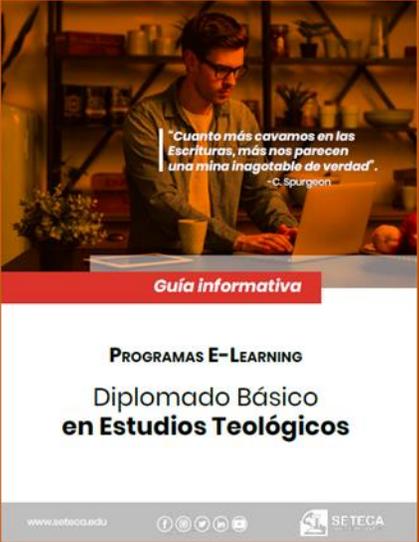
Trifolios disponibles para colocación de eventos especiales de la institución.

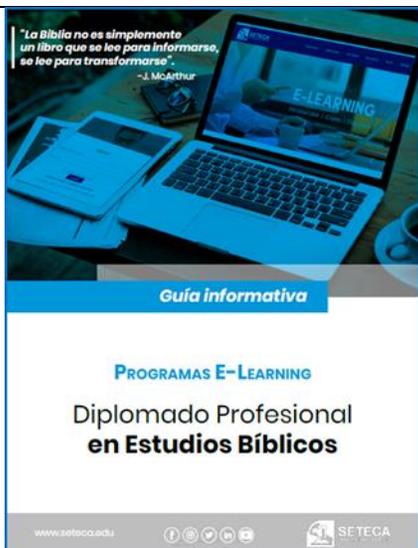


Stock disponible en el departamento de comunicación y Publicidad del SETECA.

| ACCIÓN 4 | |
|--|--|
| A qué estrategia responde la acción | Campaña comunicacional para fortalecer la comunicación de los programas E-learning. |
| Problema | El bajo impacto que tienen los programas de esta modalidad. |
| Producto | Actualización de información que se proporciona por correo electrónico a las personas interesadas en estudiar alguno de los programas, en formato dpf. |
| Objetivo comunicacional | Elaborar material informativo para los programas en línea. |
| Público objetivo | Grupo Objetivo A, B, C, cada uno dirigido a los diferentes grupos de programas académicos -Programas ministeriales -Programas de grado -Programas de posgrado. |
| Medio de difusión | Digital, en formato pdf para enviar por correo electrónico, el departamento de admisiones es quien lo utilizará. |

| Documento PDF con información referente a los programas | Descripción del documento |
|--|---|
|  <p data-bbox="448 846 548 877">Portada</p> | <p data-bbox="821 275 1328 342">Guía informativa: Diplomado básico en Estudios Bíblicos</p> <p data-bbox="821 432 1240 464">Tamaño: Carta (8,5 x 11,0 pulg.)</p> <p data-bbox="821 491 1101 522">Número de páginas: 7</p> <p data-bbox="821 550 964 581">Contenido:</p> <ol data-bbox="821 611 1370 1062" style="list-style-type: none"> 1. Descripciones de los programas en línea 2. Descripción del programa 3. Metodología 4. Duración del programa 5. Requisitos de Admisión 6. Costos y formas de pago 7. Pensum de estudio 8. Datos de contacto <p data-bbox="821 1157 1019 1188">Peso: 1.53 MB.</p> |
|  <p data-bbox="448 1791 548 1822">Portada</p> | <p data-bbox="821 1220 1328 1287">Guía informativa: Diplomado básico en Estudios Ministeriales</p> <p data-bbox="821 1377 1240 1409">Tamaño: Carta (8,5 x 11,0 pulg.)</p> <p data-bbox="821 1436 1101 1467">Número de páginas: 7</p> <p data-bbox="821 1558 964 1589">Contenido:</p> <ol data-bbox="821 1619 1370 1829" style="list-style-type: none"> 1. Descripciones de los programas en línea 2. Descripción del programa 3. Metodología 4. Duración del programa |

| | |
|---|---|
| | <p>5. Requisitos de Admisión</p> <p>6. Costos y formas de pago</p> <p>7. Pensum de estudio</p> <p>8. Datos de contacto</p> <p>Peso: 1.99 MB.</p> |
|  <p>Portada</p> | <p>Guía informativa: Diplomado básico en Estudios Teológicos</p> <p>Tamaño: Carta (8,5 x 11,0 pulg.)</p> <p>Número de páginas: 7</p> <p>Contenido:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Descripciones de los programas en línea 2. Descripción del programa 3. Metodología 4. Duración del programa 5. Requisitos de Admisión 6. Costos y formas de pago 7. Pensum de estudio 8. Datos de contacto <p>Peso: 2.07 MB.</p> |



Portada

Guía informativa: Diplomado Profesional en Estudios Bíblicos

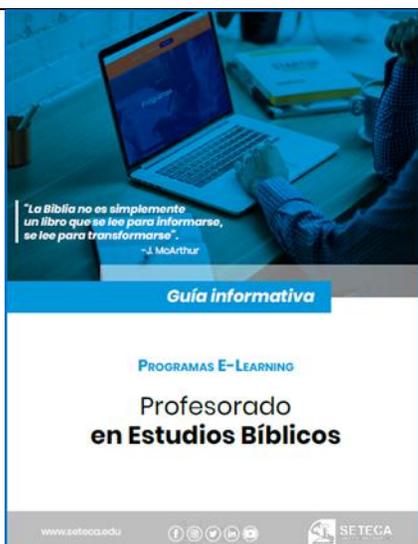
Tamaño: Carta (8,5 x 11,0 pulg.)

Número de páginas: 7

Contenido:

1. Descripciones de los programas en línea
2. Descripción del programa
3. Metodología
4. Duración del programa
5. Requisitos de Admisión
6. Costos y formas de pago
7. Pensum de estudio
8. Datos de contacto

Peso: 1.69 MB.



Portada

Guía informativa: Profesorado en Estudios Bíblicos

Tamaño: Carta (8,5 x 11,0 pulg.)

Número de páginas: 8

Contenido:

1. Descripciones de los programas en línea
2. Descripción del programa
3. Metodología
4. Duración del programa
5. Requisitos de Admisión

| | |
|---|---|
| | <p>6. Costos y formas de pago</p> <p>7. Pensum de estudio</p> <p>8. Datos de contacto</p> <p>Peso: 2.10 MB.</p> |
|  <p style="text-align: center;">Portada</p> | <p>Guía informativa: Magister Artium (M.A.) En Estudios Bíblicos</p> <p>Tamaño: Carta (8,5 x 11,0 pulg.)</p> <p>Número de páginas:</p> <p>Contenido:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Descripciones de los programas en línea 2. Descripción del programa 3. Metodología 4. Programas de Nivelación 5. Duración del programa 6. Requisitos de Admisión 7. Costos y formas de pago 8. Pensum de estudio 9. Datos de contacto <p>Peso: 2.12 MB.</p> |



Portada

Guía informativa: Magister Artium (M.A.) En Ministerio

Tamaño: Carta (8,5 x 11,0 pulg.)

Número de páginas:

Contenido:

1. Descripciones de los programas en línea
2. Descripción del programa
3. Metodología
4. Programas de Nivelación
5. Duración del programa
6. Requisitos de Admisión
7. Costos y formas de pago
8. Pensum de estudio
9. Datos de contacto

Peso: 2.15 MB.

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

| <i>Actividad</i> | D | L | M | M | J | V | S | D | L | M | M | J | V | S | D | L | M | M | J | V | S | D | M | J | V | S | D | L | M | M | J | V | S |
|--|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|---|---|---|---|---|---|
| Distribución de publicaciones de la campaña digital, Publicación 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Distribución de publicaciones de la campaña digital, Publicación 2 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Distribución de publicaciones de la campaña digital, Publicación 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Distribución de publicaciones de la campaña digital, Publicación 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Distribución de publicaciones de la campaña digital, Publicación 5 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Distribución de publicaciones de la campaña digital, Publicación 6 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Distribución de publicaciones de la campaña digital, Publicación 7 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Distribución de publicaciones de la campaña digital, video 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Distribución de publicaciones de la campaña digital, video 2 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Distribución de publicaciones de la campaña digital, video 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Impresión y distribución de trífolios | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Documentos en pdf. | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

| | |
|--------------------------------------|--|
| Estrategia | Campaña comunicacional para fortalecer la comunicación de los programas E-learning. |
| Acción #1 | 7 piezas digitales para redes sociales, estas corresponden a una por cada programa académico, serán diseñados en medidas de 1200 x 1386 píxeles, a 300 PPP de resolución, en modo de color RGB. |
| Objetivo | Indicador |
| Dar a conocer los programas en línea | Las siete piezas digitales para redes sociales que corresponden a una por cada programa académico, fueron elementos claves visuales para el alcance de la campaña, lo cual se ve reflejado en el alcance obtenido por estas, el cual asciende a más de 70 mil visualizaciones en total. Generando 234 clientes potenciales directos. |

| | |
|--|--|
| Estrategia | Campaña comunicacional para fortalecer la comunicación de los programas E-learning. |
| Objetivo | Indicador |
| Acción #2 | 3 vídeos promocionales, formato 1080x 720p, duración 30 segundos aproximadamente cada uno. |
| Fortalecer la imagen de los programas en línea | Los tres vídeos elaborados correspondiente a los tres rublos académicos, han sido de impacto eficaz para la promoción de los programas en línea, dicho resultado es visible en las más de 5 mil reproducciones. Generando 302 clientes potenciales directos. |

| | |
|--|--|
| Estrategia | Campaña comunicacional para fortalecer la comunicación de los programas E-learning. |
| Acción #3 | 3 trifoliales con información de los programas en línea, en papel cuché 80g. sin filtro UV, full color. |
| Objetivo | Indicador |
| Elaborar material informativo para los programas en línea. | El impacto del material impreso fue repartido en diferentes actividades para compartir información con personas interesadas en estudiar, el 70% está en reserva en custodia del departamento de publicidad para abastecer en las diferentes actividades que ellos tengan en el futuro. |

| | |
|-------------------|---|
| Estrategia | Campaña comunicacional para fortalecer la comunicación de los programas E-learning. |
|-------------------|---|

| | |
|--|--|
| Acción #4 | Actualización de información que se proporciona por correo electrónico a las personas interesadas en estudiar alguno de los programas, en formato dpf. |
| Objetivo | Indicador |
| Elaborar material informativo para los programas en línea. | El departamento de Admisiones y registro ha enviado este material al 100% de los clientes potenciales generados en las campañas de Facebook en las piezas digitales y vídeos. Se han enviado a más de 600 contactos generados en las acciones 1 y 2. |

CONCLUSIONES

- Los programas en línea se han impartido desde hace varios años en el Seminario Teológico Centroamericano (SETECA), esto ha permitido que persona que habla hispana de otros países puedan acceder a la educación a distancia, pero pocas personas han accedido esto debido al desconocimiento de la existencia de estos.
- Los programas en línea están diseñados con calidad de contenido y atención docente personalizada, lo cual va de la mano con la tecnología y el acceso a ella, rompiendo así las barreras físicas de adquirir conocimientos, otorgado precios accesibles y bondades que pueden utilizarse como argumentos publicitarios.
- Los esfuerzos publicitarios en atraer clientes potenciales para que más personas se conviertan en alumnos del SETECA, deben ir de la mano con el apoyo y atención que brinda los siguientes involucrados; la o las personas encargadas de las redes sociales y el departamento de Admisiones de la Institución.
- La publicidad dirigida a los diferentes públicos estableció un medio fundamental para impulsar los programas en línea y esto ayudará al equipo de Comunicación y Publicidad del Seminario a medir un precedente para futuras estrategias y acciones.

RECOMENDACIONES

- Impulsar los programas en línea que ofrece el Seminario, ya que generan una gran oportunidad de alcance y expansión entre sus estudiantes, cada vez más personas requieren este tipo de educación en el mundo.
- Considerar el uso de la publicidad racional que pueda ser argumentada con los beneficios que ofrece cada programa y puedan ser atractivos al público objetivo, esto ayudará a crear lazos más convincentes para la decisión de inscripción.
- Es necesario tener seguimiento de cada proceso desde que la persona se acerca a pedir información o solventar una duda, aunque las inscripciones no se consoliden, es recomendable almacenar una base de datos y seguir en contacto con esas personas, ya que siguen siendo clientes potenciales.
- Se recomienda realizar campañas agresivas por lo menos dos veces al año para seguir generando clientes, recordarles a los futuros clientes que los programas existen y dar a conocer a las personas que aún no saben sobre los programas.

GLOSARIO

1. Actitudinal

Son aquellos elementos de un proceso de enseñanza que tienen que ver con valores, normas, creencias y actitudes. Generalmente, guardan una estrecha relación con la «educación moral».

2. Alcance

El alcance de la publicación es el número de personas que han visto en su pantalla alguna publicación de tu página en redes sociales.

3. Alcance orgánico

El alcance orgánico es el número de personas que han visto en la pantalla alguna publicación no pagada procedente de la página. El alcance orgánico puede dividirse en viral y no viral.

4. Alcance Pagado

El alcance pagado es el número de personas que han visto en la pantalla alguna publicación pagada procedente de la página.

5. Alcance viral

El número de personas que han visto en su pantalla algún contenido de tu página o sobre tu página porque a algún amigo suyo le gusta o la sigue, ha interactuado con una publicación, ha compartido una foto de tu página o ha registrado una visita.

6. Alcance no viral

El número de personas que han visto en su pantalla algún contenido de tu página. A este respecto no se tiene en cuenta cuando el amigo de alguien indica que le gusta una página o la sigue, interactúa con una publicación, comparte una foto o registra una visita en tu página.

7. Ambiguo

Dicho especialmente del lenguaje: Que puede entenderse de varios modos o admitir distintas interpretaciones y dar, por consiguiente, motivo a dudas, incertidumbre o confusión.

8. Antecedentes

Los antecedentes de una investigación son el conjunto de trabajos previos realizados por otros autores o instituciones sobre un tema de estudio. Son considerados antecedentes los trabajos de grado, tesis de posgrado, trabajos de ascenso, resultados de investigaciones institucionales, ponencias, conferencias, artículos o revistas especializadas.

Los antecedentes se encuentran en el marco teórico de un trabajo de investigación. Allí son analizados todos estos trabajos previos sobre el estudio en cuestión para revisar sus objetivos, su enfoque metodológico y sus resultados, y así determinar el estado actual del conocimiento en esa área de estudio y los aportes y los avances más relevantes.

9. Arquetipo

Es un modelo, prototipo, ejemplar o patrón original y elemental en un arte o de una cosa. (en Ecdótica) Aquel que se toma como fundamento o antecedente de una tradición textual lo que se va a afirmar. (En psicología) Muestra o figura en que puede representar un modelo en cualquier afirmación de la realidad.

10. Biblia

La Biblia es una colección o recopilación de libros sagrados, que contiene las historias, doctrinas, códigos y tradiciones que orientan a los cristianos, con base en la tradición judía (Antiguo Testamento) y el anuncio del Evangelio (Nuevo Testamento).

11. Campaña publicitaria

La campaña publicitaria es un plan de publicidad amplio para una serie de anuncios diferentes; pero relacionados, que aparecen en diversos medios durante un periodo específico. La campaña está diseñada en forma estratégica para lograr un grupo de objetivos y resolver algún problema crucial. Se trata de un plan a corto plazo que; por lo general, funciona durante un año o menos.

12. Contextualización

Un término que deriva del vocablo latino contextos y que se refiere a todo aquello que rodea, ya sea física o simbólicamente, a un acontecimiento. A partir del contexto, por lo tanto, se puede interpretar o entender un hecho.

13. Diagnóstico

Como diagnóstico se denomina la acción y efecto de diagnosticar. Como tal, es el proceso de reconocimiento, análisis y evaluación de una cosa o situación para determinar sus tendencias, solucionar un problema o remediar un mal.

14. Discipulado

Es un término que tiene su origen en un vocablo latino y que sirve para referirse a un individuo que sigue una determinada doctrina.

15. Disenso

Este vocabulario hace alusión como la acción y resultado de disentir o disentirse, en no estar de acuerdo o que no está ajustado del parecer de una persona, en discrepar o generar alguna controversia, polémica o una discusión.

16. E- Learning

Implica el uso de internet, pero también incluye la tecnología móvil, (..), todo uso de la tecnología que tiende a expandir, reforzar, distribuir, desarrollar, evaluar, certificar o acelerar los procesos de aprendizaje (...) abarca elementos tales como gestión del conocimiento, colaboración y apoyo al desempeño”.

17. Estrategia

La estrategia es un conjunto de acciones planificadas, que son diseñadas para facilitar la toma de decisiones y orientadas a alcanzar un determinado resultado. Derivada del griego stratos que significa ejército, y agein (guía o conductor), el término nació con relación a la conducción de las operaciones militares.

18. Evangélico

Los Evangélicos, también conocidos como protestantes, son en verdad una variedad de iglesias con distintos orígenes, creencias y formas de organizarse, sin embargo, coinciden en las ideas que dieron comienzo a la Reforma Protestante, encabezada por el fraile alemán, Martín Lutero, contra la Iglesia Católica Apostólica Romana.

19. Evidencia

Una evidencia es una muestra verificada y certera obtenida en una investigación.

20. Formalismo

El formalismo consiste en aplicar con rigurosidad, y sin desviarse de sus preceptos, una determinada doctrina o metodología en el desarrollo de un proceso investigativo o de enseñanza.

21. Global

Global es un adjetivo que se refiere a todo un conjunto total y no a sus partes por separado. Así, lo global será aquello relativo a la aglomeración de un conjunto.

22. Globalización

La globalización es un proceso histórico de integración mundial en los ámbitos político, económico, social, cultural y tecnológico, que ha convertido al mundo en un lugar cada vez más interconectado, en una aldea global.

Como tal, la globalización fue el resultado de la consolidación del capitalismo, de los principales avances tecnológicos y de la necesidad de expansión del flujo comercial mundial.

En este sentido, las innovaciones en el campo de las telecomunicaciones y de la informática, especialmente con el internet, jugaron un papel decisivo en la construcción de un mundo globalizado.

23. Heterogéneo

La palabra heterogéneo es el concepto que usamos de manera extendida en nuestro idioma cuando queremos referirnos a aquello que se halla conformado por partes o elementos que disponen de una naturaleza diferente.

24. Holístico

Holístico es un adjetivo que indica que algo es relativo o pertenece al holismo. Se forma a partir del término griego ὅλος (hólos, que en español significa 'total', 'todo', 'entero'). El holismo es un concepto creado en el año 1926 por Jan Christiaan Smuts que describió como “la tendencia de la naturaleza de usar una evolución creativa para formar un todo que es mayor que la suma de sus partes”.

25. Jesucristo

Según la fe cristiana, el Hijo de Dios hecho hombre.

26. M.Th.

Máster of Theology (Maestro de Teología).

27. Pastoral

El adjetivo pastoral se emplea para nombrar aquello vinculado a los pastores. El término pastor, por su parte, puede utilizarse con referencia a los hombres de campo que guían al ganado o a las personas que están a cargo de la dirección de una comunidad religiosa.

28. Postmodernidad

La posmodernidad es un movimiento artístico, filosófico e histórico que nace a finales del siglo XX como una búsqueda por nuevas formas de expresión centrados en el culto por el individualismo y crítica al racionalismo.

La posmodernidad o postmodernidad como movimiento artístico, incorpora las corrientes vanguardistas anteriores en una estética actual que refleja el caos generado por la revolución de la información y la tecnología en que vivimos hoy.

29. Público objetivo

Público objetivo es una noción que se emplea en el ámbito del marketing y la publicidad. El concepto hace referencia a un consumidor representativo e ideal al cual se dirige una campaña o al comprador al que se aspira a seducir con un producto o un servicio.

30. Sintetizar

Sintetizar es la reorganización de uno o varios textos con el fin de englobar las ideas o conceptos más significativos. El acto de sintetizar implica reflexión, interpretación, desarrollo y fundamentación de las ideas reunidas que refleja en su esencia ciertos grados de subjetividad.

31. Teología

La teología es el estudio o razonamiento de Dios. Es una ciencia que se encarga de estudiar el conjunto de conocimientos relacionados a lo divino, a Dios. Fue utilizada la palabra teología por primera vez por Platón, en La República.

La palabra teología se desprende de theos, la palabra griega que describe a Dios; y logos, que se traduce como el estudio de. Por lo tanto, el significado de teología podría referirse ampliamente al estudio de Dios.

32. Virtual

Se considera como virtual a todo lo que sea una imitación de una situación o persona muy parecido a la realidad, este es un término muy común en la informática para hablar de la realidad construida a partir de sistemas informáticos o digitales

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos, Pilar Baptista Lucio. (2003). Metodología de la Investigación, Tercera Edición. México. Impresiones IMPRENTOR S.A.
- Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos & Pilar Baptista Lucio. (2014). Metodología de la Investigación, Sexta Edición. México. Edamsa impresiones, S.A.
- Bassat, Luis. (2013). El Libro Rojo de la Publicidad, Primera Edición. España. Ediciones DEBOLSILLO S.A.
- Danhke, G.L. (1989). La Investigación y Comunicación. México. Editorial McGraw-Hill.
- García, José. (2017). Investigación de mercado en SETECA, informe. Guatemala: SETECA.
- Mirandés Narcís. (2000). Calidad en Publicidad. Madrid, España. Ediciones Díaz de Santos.
- SETECA. (2018). Prospecto Académico. Guatemala: SETECA.

E-Grafías

- Abreu, José Luis. (2014). *El Método de la Investigación*. Recuperado de: [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- Carvajal, Lizardo. (2014). *El método deductivo de investigación*. Blog. Recuperado de <http://www.lizardo-carvajal.com/el-metodo-deductivo-de-investigacion/>
- Galán, Manuel. (2013). *La observación como método de investigación*. Blog. Recuperado de http://manuelgalan.blogspot.com/2013/02/la-observacion-como-metodo-de_21.html
- González, Berenice. (2014). Guía de Observación. Recuperado de <https://www.academia.edu>
- Laura Díaz-Bravo, Uri Torruco-García, Mildred Martínez-Hernández, Margarita Varela-Ruiz. (2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*. Recuperado <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=349733228009>

- Marín Villeda, A. L. (7 de marzo de 2008). *Métodos y Estrategias de Investigación*. Recuperado de <https://metinvestigacion.wordpress.com/>
- Rojas, Carlos. (2012). *¿Qué es la revisión bibliográfica?* Blog. Recuperado de <http://filocien.blogspot.com/2012/05/que-es-la-revision-bibliografica.html>
- SETECA. (29 de 01 de 2019). SETECA. Recuperado de <https://www.seteca.edu/nosotros/acreditaciones>
- SETECA. (28 de febrero de 2019). SETECA. Recuperado de <https://www.seteca.edu/nosotros/convenios>
- Universidad de Jaén. (10 de noviembre de 2015). ujaen.com. Recuperado de <http://www.ujaen.es>
- Vásquez, Alfredo. (2008). *Trabajo individual N.º 01: método deductivo y método inductivo*. Blog. Recuperado de <http://colbertgarcia.blogspot.com/2008/04/metodo-deductivo-y-metodo-inductivo.html>

Diccionarios virtuales:

- Rodríguez Puerta, Alejandro (2019). *Contenidos actitudinales: características y ejemplos*. Recuperado de: <https://www.lifeder.com/contenidos-actitudinales/>
- Asistente Facebook (2019). *¿Qué diferencia hay entre los alcances orgánico, pagado y de la publicación?* Recuperado de: https://es-es.facebook.com/help/285625061456389?helpref=uf_permalink
- Real Academia Española (RAE) (2019). *Ambiguo, gua*. Recuperado de: <https://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=ambiguo>
- Significados.com. (2018). *Significado que Antecedentes*. Recuperado de: www.significados.com/antecedentes
- Definiciona. (2019). *Significado de Arquetipo*. Recuperado de: <https://definiciona.com/arquetipo/>
- Imaginario, Andrea. (2019). *Significado de Biblia*. Recuperado de: <https://www.significados.com/biblia/>
- Martínez, Jonny. (2019). *Campaña Publicitaria*. Recuperado de: <https://www.liderazgoymercadeo.co/campana-publicitaria/>

- Definición. De (2019). *Definición de Contexto*. Recuperado de: <https://definicion.de/contexto/>
- Significados (2019). Significado de Diagnóstico. Recuperado de: <https://www.significados.com/diagnostico/>
- Definición. De (2019). *Definición de Discípulo*. Recuperado de: <https://definicion.de/discipulo/>
- Definiciona (2019). *Definición de Disenso*. Recuperado de: <https://definiciona.com/disenso/>
- Masie, Elliott (2005). *¿Qué es el e-learning?* Recuperado de: <https://elearningactual.com/e-learning-significado/>
- Porporatto, Mónica. (2015). *Estrategia*. Recuperado de: <https://quesignificado.com/estrategia/>
- Contrares, Abel. (2017). *¿Quiénes son los evangélicos?* Recuperado: <https://www.eldefinido.cl/actualidad/mundo/9041/Quienes-son-los-evangelicos-Su-origen-caracteristicas-y-datos-freak/>
- Definición. De (2019). *Definición de Evidencia*. Recuperado de: <https://definicion.de/evidencia/>
- Definición. De (2019). *Definición de Formalismo*. Recuperado de: <https://definicion.de/formalismo/>
- Significados.com. (2019). *Significado de Global*. Recuperado de: <https://www.significados.com/global/>

- Significados.com. (2019). *Significado de Globalización*. Recuperado de: <https://www.significados.com/globalizacion/>
- Ucha, Florencia (2013). *Definición de Heterogéneo*. Recuperado de: <https://www.definicionabc.com/general/heterogeneo.php>
- Significados.com. (2019). *Significado de Holístico*. Recuperado de: <https://www.significados.com/holistico/>
- Real Academia Española (RAE) (2001). *Jesucristo*. Recuperado de: <http://lema.rae.es/drae2001/srv/search?id=CnLQxFsjbDXX2ARAb7m8>
- Definición. De (2019). *Definición de Pastoral*. Recuperado de: <https://definicion.de/pastoral/>
- Significados.com. (2019). *Significado de Posmodernidad*. Recuperado de: <https://www.significados.com/posmodernidad/>
- Definición. De (2019). *Definición de Grupo Objetivo*. Recuperado de: <https://definicion.de/publico-objetivo/>
- Significados.com. (2019). *Significado de Sintetizar*. Recuperado de: <https://www.significados.com/sintetizar/>
- Raffino, María Estela. (2019). *Teología*. Recuperado de: <https://concepto.de/teologia/>

Entrevistas:

- Blanco, A. (28 de enero de 2019). Diagnóstico de Comunicación. (V. Whitfield, Entrevistador)
- Suruy, D. (31 de enero de 2019). Diagnóstico de Comunicación (V. Whitfield, Entrevistador)
- Pivaral, M. (31 de enero de 2019). Diagnóstico de Comunicación (V. Whitfield, Entrevistador)

ANEXOS

- **Bitácora**



Bitácora para evaluación de página Web

Nombre del sitio Web: www.seteca.edu

Identificación del sitio

¿Es claro en nombre del sitio Web?

Si, en la parte izquierda se ubica el logotipo de la institución con el nombre.

El autor, ¿está claramente identificado?

Si, en la parte inferior central, indica autor corporativo.

¿Es posible entrar en contacto con el autor por e-mail?

No, los datos están visibles más no con hipervínculos.

¿Están especificadas las fechas de creación y última actualización?

Si, datos de creación. No, datos de actualización.

La página, ¿es personal o representa alguna organización reconocida?

Representa una institución conocida.

El autor, ¿está calificado para escribir sobre el tema?

Si, es una institución calificada en temas académicos de su área.

Contenidos

El website, ¿tiene títulos y encabezamientos adecuados, claros y descriptivos?

Si, están visibles, claros y descriptivos.

¿Está descrito en este su propósito?

Si, está ubicada la misión institucional, pero dentro de una pestaña.

¿El contenido y las conexiones descritas son claras y de utilidad para las audiencias previstas?

Información de programas académicos desactualizada y muy general.

El origen del contenido, ¿se documenta y son hechos comprobables y exactos?

Si, es información proporcionada por las autoridades.

La información, ¿está libre de errores gramaticales y ortográficos?

Si, está correctamente redactada y sin errores gramaticales y ortográficos.

El lenguaje utilizado, ¿es sobrio, conciso y concreto (no insinuante y ambiguo)?

El lenguaje es adecuado, pero poco amigable y personal.

¿Contiene además de texto, imágenes, sonidos y multimedia?

Contiene una entrada a blog, contiene imágenes, no contiene sonidos ni videos.

Los sonidos, los gráficos, el video: ¿realzan el mensaje del sitio?

No contiene videos y sonidos. Las imágenes utilizadas causan realce.

¿Se incluyen enlaces (vínculos, links) de recursos adicionales (otras fuentes)?

Si, contiene vínculos a otras fuentes.

La información, ¿no se contradice con lo que se dice en otra parte?

No, toda información tiene concordancia.

Los contenidos y los mensajes, ¿no son negativos ni tendenciosos?

No, es información objetiva e informativa.

¿No se hace discriminación por sexo, clase social, raza, religión y creencias?

No.

La información, ¿es fiable y está actualizada?

Si, es confiable. No, no está actualizada.

¿Incluye otras fuentes usadas y son posibles de ser comprobadas?

No, incluye otras fuentes.

La información ofrecida: ¿es objetiva e imparcial, completa, exacta?

La información es parcial y objetiva.

Estructura y Diseño

El acceso al sitio Web, ¿es rápido?

Si, es rápida.

Desde la página principal, ¿se ve cómo está organizado el sitio y las opciones disponibles?

Si, en la parte superior están las pestañas de información.

Las pantallas, ¿tienen un diseño general claro y atractivo?

Si, contiene colores vivos e institucionales.

La navegación, ¿está bien estructurada?

Si, tiene un orden lógico.

¿Usa adecuadamente los gráficos y colores?

Posee los colores institucionales, pero en diseño gráfico podría hacerse más dinámica y amigable al usuario.

El sitio, ¿usa colores y textos que se complementan?

Si, usa los colores institucionales.

Los íconos, ¿representan claramente su propósito?

Si, debido a que representan a la institución.

- **Imágenes**

Fan page Facebook

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



Imagen No. 1. Facebook de Seteca. Fuente propia (2019).

Twitter

<https://twitter.com/setecagt>



Imagen No. 2. Twitter de Seteca. Fuente propia (2019).

Instagram

<https://www.instagram.com/setecagt/>



Imagen No. 3. Instagram de Seteca. Fuente propia (2019).

LinkedIn

<https://www.linkedin.com/in/setecacp/>

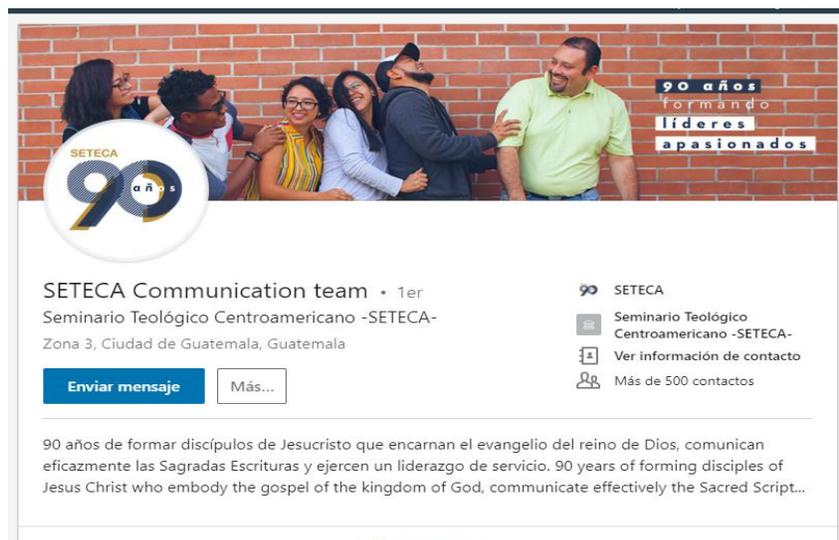


Imagen No. 4. LinkedIn de Seteca. Fuente propia (2019).

Página Web

www.seteca.edu



Imagen No. 5. Página Web de Seteca. Fuente propia (2019).



Imagen No. 6. Realizando entrevista. Fuente propia (2019).

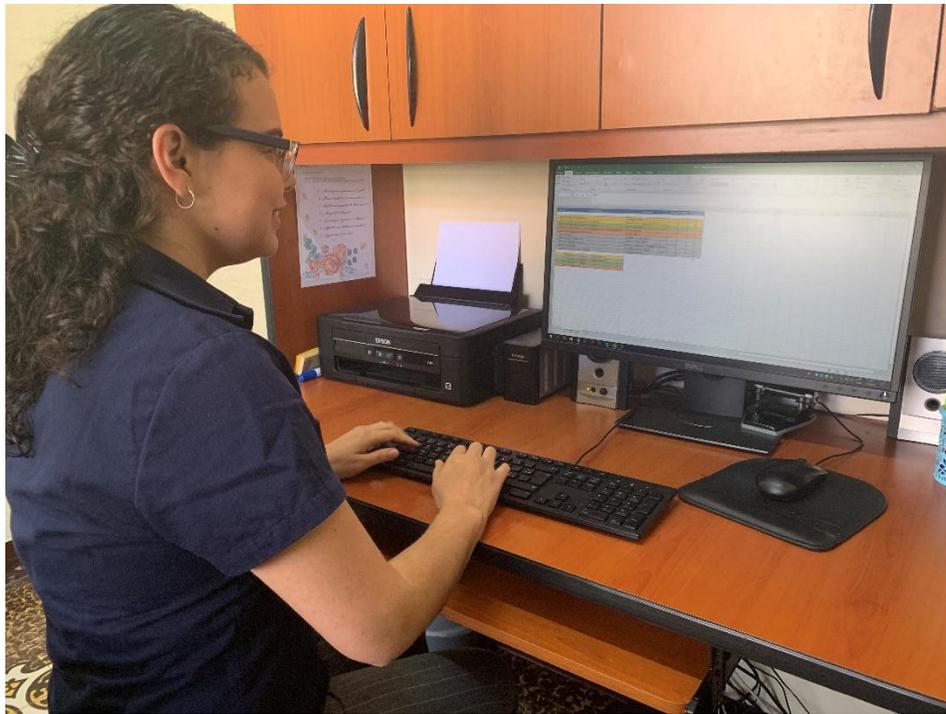


Imagen No. 7. Espacio físico asignado por la institución. Fuente propia (2019).

- **Transcripción completa de las entrevistas**

FICHA DE ENTREVISTA #1

Lugar y Fecha:

Avenida Bolívar 30-42 zona 3, departamento de Relaciones Públicas, área de Comunicación y Publicidad. Lunes 28 de enero 2019.

Nombre del entrevistado: *Lic. René Blanco*

Profesión: *Administrador de Empresas y Lic. En Teología*

Cargo: *Director de Relaciones Públicas*

Departamento o unidad: *Relaciones Públicas*

Género: *Masculino* | **Edad:** *54 años* | **Tiempo de laborar en la institución:** *7 años*

Preguntas:

10. ¿Cuáles son sus principales funciones dentro de la institución?

Dentro de mis funciones está, coordinar el área de comunicación y publicidad, como director de relaciones públicas; ser el representante de SETECA en eventos, congresos, conferencias y eventos públicos. Mi principal objetivo es buscar y generar nuevos contactos institucionales, es decir alianzas estratégicas.

También tengo a cargo dirigir un grupo de empresarios a los que se le imparte un estudio, que se llama Grupos CREED, que significa Cristianos Reunidos en Evangelismo y Discipulado.

11. ¿Cómo describiría la Institución?

Podría sintetizar que es una institución de estudios superiores.

12. ¿Cuántas personas integran su equipo de trabajo?

En este momento tengo tres personas bajo mi cargo, anteriormente contaba con cuatro pero esta persona se fue en diciembre.

13. ¿Qué personas integran su equipo de trabajo?

Se compone de tres asistentes, que tienen dividido el trabajo y tienen diferentes responsabilidades, cuento con la ventaja que todos ellos, están estudiando las diferentes ramas, tengo a un chico que estudió mercadeo, a una chica que estudia diseño y a otra que estudia ciencias de la comunicación.

14. ¿Ha detectado problemas comunicacionales en la institución?

Si, me gustaría platicarte sobre dos en especial.

15. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Cuáles?

Fíjate que yo considero que hay dos problemas latentes en SETECA, desde el punto de vista de mi departamento.

Actualmente estamos creando la comunidad de exalumnos, este consiste en que queremos fortalecer esa área, pues sabemos muy bien la influencia que tiene otras personas cuando nos recomiendan, o bien nos desaprueban.

y el otro son los programas en línea que no logran despegar como deberían, tenemos todas herramientas, los cupos, pero no logramos que se inscriba más gente de la que debería.

16. ¿Podría mencionar los problemas en orden de gravedad?

Los dos son problemas con los que se debe tratar, pero si me das a elegir, yo diría que, por ser programa académico, considero que los programas virtuales son importantes.

17. ¿Cómo contribuiría la resolución de este problema comunicacional a la institución?

El principal considero que es incremento en la población estudiantil, por la tanto esto implica respaldo académico y alcance.

Para poder resolver o ayudar a esta problemática, si es necesario diseñar una estrategia adecuada para alcanzar al público estudiantil correcto, es decir personas que puedan consolidar una inscripción y continuidad, ya que las instituciones académicas eso hacen, tienen alumnos y buscan más.

Entrevistador: Valerie Whitfield

FICHA DE ENTREVISTA #2

Lugar y Fecha:

Avenida Bolívar 30-42 zona 3, departamento de Relaciones Públicas, área de Comunicación y Publicidad. Jueves 31 de enero 2019.

Nombre del entrevistado: Daniel Suruy Paz

Profesión: Estudiante de mercadeo

Cargo: Asistente de Comunicación y Publicidad

Departamento o unidad: Comunicación y Publicidad

Género: Masculino | **Edad:** 21 años | **Tiempo de laborar en la institución:** 3 años

Preguntas:

10. ¿Cuáles son sus principales funciones dentro de la institución?

Básicamente mis funciones son diseñar contenido de los diferentes programas académicos, administrar redes sociales, programar contenido, atender las personas que escriben, crear soluciones creativas, crear campañas.

11. ¿Cómo describiría la Institución?

Describiría a SETECA como una institución transparente con experiencia, ya son 90 años desde su fundación y además comprometida con comunidad.

12. ¿Cuántas personas integran su equipo de trabajo?

Somos tres personas las que estamos en el departamento, trabajamos muy bien en equipo.

13. ¿Qué personas integran su equipo de trabajo?

Son dos chicas y yo. Cada uno tiene puntos de vista diferentes, eso enriquece mucho los trabajos.

14. ¿Ha detectado problemas comunicacionales en la institución?

Si, tenemos uno en especial en mi opinión.

15. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Cuáles?

Lo que sucede es que, dentro de los programas académicos, de los cuales nosotros atendemos, está E-learning, que tiene un gran potencial, la capacitación en línea está muy buscado hoy en día, como te podrás dar cuenta. Pero no tiene buena comunicación tanto interna como externamente, a mi parecer requiere un estudio para verificar que es lo que estamos haciendo mal y corregirlo.

16. ¿Podría mencionar los problemas en orden de gravedad?

Pues como te decía, en mi opinión es lo que te acabo de indicar.

17. ¿Cómo contribuiría la resolución de este problema comunicacional a la institución?

Podría mejorar el impulso de los programas y tener mejor alcance internacional, los alumnos de otros países nos mantienen en un rango internacional y eso es de mucha ayuda a la institución tanto en prestigio como económicamente.

Pues como te decía las tecnologías están en cada parte de nuestra vida, lo de hoy por el estilo de vida que llevamos es la educación a distancia.

Entrevistador: Valerie Whitfield

FICHA DE ENTREVISTA #3

Lugar y Fecha:

Avenida Bolívar 30-42 zona 3, departamento de Relaciones Públicas, área de Comunicación y Publicidad. Jueves 31 de enero 2019.

Nombre del entrevistado: Mildred Pivaral Ibarra

Profesión: Estudiante de diseño gráfico

Cargo: Asistente de Comunicación y medios

Departamento o unidad: *Comunicación y Publicidad*

Género: *Femenino* | **Edad:** *22 años* | **Tiempo de laborar en la institución:** *2 años*

Preguntas:

10. ¿Cuáles son sus principales funciones dentro de la institución?

Mi trabajo consiste en crear estrategias para promocionar los diferentes programas académicos, diseñar y atención al público en las diferentes redes sociales, también edito videos y pues otras actividades que surjan para publicitar a SETECA.

11. ¿Cómo describiría la Institución?

SETECA es muy especial, yo la describiría como una institución educativa especializada en estudios bíblicos y teológicos con la antigüedad suficiente para una excelente reputación.

Las personas por lo general le toman mucho cariño al seminario.

12. ¿Cuántas personas integran su equipo de trabajo?

Somos tres personas las que estamos en el área de comunicación y publicidad, verdad.

13. ¿Qué personas integran su equipo de trabajo?

Somos dos chicas y Daniel.

¿Ha detectado problemas comunicacionales en la institución?

Si, he visto algunos.

14. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Cuáles?

Pienso que dentro de los programas académicos he observado menos impacto comunicacional y publicitario. Los cuales son: posgrados y E-Learning. Aún no logramos detectar que es lo que sucede con ellos.

15. ¿Podría mencionar los problemas en orden de gravedad?

Ambos tienen relevancia, pero considero que los programas de maestría son importantes.

Seguimiento a los alumnos que acaban el programa de grado e incremento de estudiantes, creo que un alumno debería estudiar con nosotros en promedio 7 a 8 años, incluyendo su posgrado, es un factor que estamos perdiendo.

16. ¿Cómo contribuiría la resolución de este problema comunicacional a la institución?

Seguimiento a los alumnos que acaban el programa de grado e incremento de estudiantes, muy beneficioso para la institución, verdad.

Actualmente las personas buscan seguir aprendiendo porque es la demanda de mercado actual, hay que impulsar los estudios de posgrado.

Entrevistador: *Valerie Whitfield*

- **Fotografías (Fase Plan de comunicación)**



*Imagen No. 8. Epesista Valerie Whitfield haciendo revisión de documentación.
Fuente propia (2019).*





Imagen. Antecedentes de Material Publicitario. Fuente propia (2019).

- **cotización (trifoliales)**

12 de marzo de 2019

Atención: Valery / SETECA

Es un gusto presentarle la cotización por lo siguiente:

Trabajo: Trifoliales

Material: Couche 80g

Tamaño: Carta abierto

Impresión al Frente: Full color

Impresión al dorso: Full color

Barniz: NO incluye

Sisado en 3 (doblado)

| | | |
|----------------------------|------------------|--------|
| 1,000 Trifoliales * Precio | Q1,480.00 | Q1.48 |
| 2,000 Trifoliales * Precio | Q1,730.00 | Q0.865 |

► Precio para un solo diseño

Trabajo: Trifoliales

Cantidad 3,000

Material: Couche 80g

Tamaño: 18.62 cms x 20.95 cms

Impresión al Frente: Full color

Impresión al dorso: Full color

Barniz: NO incluye

Sisado en 3 (doblado)

Observaciones: **3 diseños de 1000 c/u**

| |
|----------------------------------|
| Precio con IVA: Q3,300.00 |
| P/Unitario: Q1.100 |

Silvia Pérez
Asesor de Ventas

☎ 2433 1105 • 2433 4589

☎ 4281 4348

f pcreativogt

🌐 www.puntocreativo.com.gt

Imagen. Cotización. Fuente propia (2019).

- **Pago de Adobe Creative Cloud**

Información de plan

[Mi perfil de Adobe](#)



Abono a Creative Cloud - Edición para estudiantes y profesores (un año)

Estado de la cuenta: **Plan anual, pago mensual**
19.99 USD al mes
Fecha de renovación: 02/05/2019
Nota: El precio de su plan podría cambiar en su próxima renovación.

Información de pago: **Tarjeta de pago**
Visa *****9884
Válido hasta 2/2023

Dirección de facturación:

Valerie Whitfield
Guatemala, Ciudad
Guatemala
10001
GT

[Editar dirección de facturación](#) | [Editar información de pago](#) | [Ver historial de transacciones](#)

Imagen. Recibo de pago por licencia de software de diseño gráfico. Fuente propia (2019).

- **Trifoliales (Grado)**





Programas de Grado

Los Programas de Grado han sido diseñados para todas aquellas mujeres y hombres que en obediencia al llamado a servir al Señor desean realizar estudios bíblico-teológico a nivel universitario.



Filosofía Educativa

En los Programas de E-Learning ofrecidos por SETECA se sigue la línea filosófica institucional empleada en sus demás programas. Además, se combinan los distintivos de la educación Online a través del uso de las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación), la conectividad y la creación de una comunidad virtual de aprendizaje.



Requisitos de Ingreso

(para ambos programas)

Además de completar el proceso de admisión es necesario que se cumpla con los siguientes requisitos:

- Poseer título de educación media
- Tener el respaldo moral y espiritual de su iglesia local
- Contar con dirección de correo electrónico



Programas E-learning

- Profesorado en Estudios Bíblicos
- Diplomado Profesional en Estudios Bíblicos

Contáctanos

Av. Bolívar 30-42 zona 3
Ciudad de Guatemala C.A.

PBX: +502 2462 5858 Exts. 186 y 122
admisiones@seteca.edu

www.seteca.edu

Búscanos:





PROGRAMAS GRADO

Profesorado en Estudios Bíblicos

Es un programa a nivel universitario diseñado con el propósito de capacitar a los estudiantes con conocimiento bíblico-teológico esencial, y equiparlos con herramientas fundamentales para el desarrollo del ministerio cristiano. El currículum del profesorado en Estudios Bíblicos no cuenta con estudio de idiomas bíblicos.



Modalidad y duración

Se estudia 100% virtual. La duración de este programa es de cuatro años llevando dos materias en cada trimestre del año.



Materias

- Antiguo Testamento I
- Antiguo Testamento II
- Antiguo Testamento III
- Antiguo Testamento IV
- Antiguo Testamento V
- Nuevo Testamento I
- Nuevo Testamento II
- Nuevo Testamento III
- Nuevo Testamento IV
- Exposición de Romanos y I Corintios
- Principios de Interpretación bíblica
- Métodos de Estudio Bíblico
- Historia de la Iglesia I
- Historia de la Iglesia II
- Introducción a la Teología

- Bibliología y Teología Propia
- Pneumatología
- Soteriología
- Eclesiología
- Escatología
- Cristología
- Introducción a la Educación
- Tecnología Didáctica
- Principios de Comunicación Oral
- Familia Cristiana
- Predicación Expositiva I
- Introducción a la Consejería
- Liderazgo Cristiano
- Evangelismo y Discipulado
- Introducción a las Misiones

Diplomado Profesional en Estudios Bíblicos

Es un programa a nivel universitario diseñado con el propósito de equipar a los estudiantes con conocimientos bíblicos y teológicos esenciales para un ministerio cristiano que resulte en edificación de la Iglesia local.



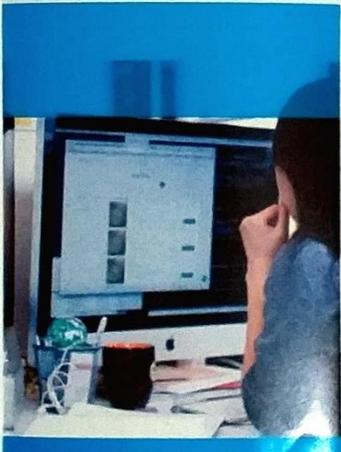
Modalidad y duración

Se estudia 100% virtual. La duración de este programa es de dos años llevando dos materias por cada trimestre del año.



Materias

- Antiguo Testamento I
- Antiguo Testamento IV
- Antiguo Testamento V
- Nuevo Testamento I
- Nuevo Testamento III
- Nuevo Testamento IV
- Métodos de Estudio Bíblico
- Principios de Interpretación Bíblica
- Introducción a la Teología
- Pneumatología
- Soteriología
- Eclesiología
- Escatología
- Cristología
- Introducción a la Educación
- Introducción a la Consejería



- **Trifoliales (Posgrado)**

SETECA
Enseñando a otros

Requisitos de ingreso
(Para ambas maestrías)

Además de completar el proceso de admisión, es necesario que se cumpla con los siguientes requisitos:

- Tener el respaldo moral y espiritual de su Iglesia local
- Poseer un título de Licenciatura o B.A. calificado en cualquier área de estudios con evidencia de un buen rendimiento académico.
- Aprobar un examen de comprensión del idioma Inglés.

Contáctanos

Av. Bolívar 30-42 zona 3
Ciudad de Guatemala C.A.

PBX: +502 2462 5858 Exts. 188 y 122
admisiones@seteca.edu

www.seteca.edu

Búscanos:

f t i

Programas de Posgrado

Los programas de maestría están dirigidos a aquellas personas que ya poseen al menos un título de licenciatura o equivalente a nivel de grado.

Metodología

La modalidad es 100% virtual, lo cual permite al alumno combinar sus estudios con sus responsabilidades cotidianas de trabajo y ministerio.

Programas E-learning

- M.A. En Ministerio
- M.A. En Estudios Bíblicos

PROGRAMAS DE POSGRADO

Programa de Nivelación

El programa de nivelación está diseñado para aquellos postulantes que no poseen una licenciatura en Biblia, Teología o Ministerio.

Diplomado Profesional en Estudios Bíblicos

M.A. En Estudios Bíblicos
M.A. En Ministerio

Magister Artium en Ministerio

Es una maestría diseñada para personas graduadas de licenciatura en instituciones calificadas en otras áreas del saber y que desean un posgrado que las capacite de manera general en el área bíblico-teológica, para fortalecer su vida cristiana y su involucramiento en el servicio cristiano, pero que no buscan formación exegética en los idiomas bíblicos.

Materias del programa

| | |
|---------------------------|-------------|
| 10 materias de ministerio | 50 créditos |
| 2 materias optativas | 10 créditos |
| 1 tesis de investigación | 15 créditos |

Magister Artium en Estudios Bíblicos

Es una maestría que tiene como propósito desarrollar competencias en el área bíblico-teológica a personas que sin tener estudios teológicos previos o conocimiento de idiomas bíblicos desean servir al Señor mejor capacitados. La persona graduada del programa puede trabajar en diversidad de ministerios tales como la docencia, el pastorado, el liderazgo eclesial, entre otros.

Materias del programa

| | |
|---|-------------|
| 10 materias entre exposición bíblica, teología y Biblia | 50 créditos |
| 2 materias optativas | 10 créditos |
| 1 tesis de investigación | 15 créditos |

Duración:

Los programas de M.A. en Línea constan de tres años de estudio que abarcan 75 créditos, divididos en 12 materias de 5 créditos y una tesis de 15 créditos.

Los créditos ganados en SETECA o convalidados a un programa de SETECA no vencen, excepto por la vigencia del plan de estudios.

PROGRAMAS DE POSGRADO

- **Trifoliales (Programas Ministeriales)**



Programas Ministeriales

Los diplomados básicos de nivel ministerial nacen a raíz de la necesidad de capacitar líderes en las iglesias de habla hispana. Actualmente, se ofrecen en alianza con el Ministerio Obrero Fiel.



Metodología

La modalidad es 100% virtual, lo cual evita al alumno movilizarse de su lugar de origen. Cada lección está diseñada para ser descargada a la computadora personal.

Requisitos de ingreso

(Para los tres diplomados)

Además de completar el proceso de admisión, es necesario que se cumpla con los siguientes requisitos:

- Tener el respaldo moral y espiritual de su Iglesia local
- Contar con dirección de correo electrónico

Contáctanos

Av. Bolívar 30-42 zona 3
Ciudad de Guatemala C.A.

PBX: +502 2462 5858 Exts. 188 y 122
admisiones@seteca.edu

www.seteca.edu

Búscanos:






Programas E-learning

- Diplomado básico en Estudios Bíblicos
- Diplomado básico en Estudios Teológicos
- Diplomado básico en Estudios Ministeriales

PROGRAMAS MINISTERIALES

Diplomado básico en Estudios bíblicos

Este diplomado estudia los libros principales de la Biblia, ofreciendo al estudiante una visión en conjunto del mensaje de las Escrituras.

Al completar este diplomado, el estudiante estará mejor preparado para responder a aquellas preguntas difíciles relacionadas con las doctrinas bíblicas.



Materias

- 1 Las Sagradas Escrituras lo que la Biblia enseña
- 2 Cómo leer la Biblia Métodos de Estudio bíblico Historia del Antiguo Testamento
- 3 Moisés y la Ley Job y los Patriarcas
- 4 Josué, Jueces y Ruth David y las Salmos Salomón y los Proverbios
- 5 Personajes bíblicos
- 6 Los Profetas de la Biblia I
- 7 Los Profetas de la Biblia II El Hijo de Dios en San Juan
- 8 Cartas del Apóstol Pablo
- 9 Epístolas Generales y Apocalipsis

Diplomado básico en Estudios Teológicos

Este diplomado ofrece el estudio de las principales doctrinas de la Biblia, orientando al estudiante en las bases teológicas que fundamentan su fe como cristiano.

Al completar este diplomado, el estudiante estará mejor preparado para comprender y defender su fe.



Materias

- 1 Las Sagradas Escrituras lo que la Biblia enseña
- 2 Familia Cristiana Mayordomía Administración
- 3 Personajes bíblicos
- 4 Pedagogía
- 5 Historia de la Iglesia
- 6 Vida de Cristo El hombre y la Salvación.
- 7 Evangelismo Resolución de Conflictos
- 8 Doctrina de Dios Doctrina de Cristo Profecía
- 9 La Iglesia Ángeles y Satanás Doctrina del Espíritu Santo

Diplomado básico en Estudios Ministeriales

Este diplomado ofrece herramientas que le ayudarán en distintas áreas del ministerio, incluyendo administración, enseñanza, predicación y evangelismo.

Al completar este diplomado, el estudiante estará mejor preparado para servir a Dios y a su pueblo.



Materias

- 1 Las Sagradas Escrituras lo que la Biblia enseña
- 2 Familia Cristiana Mayordomía Administración
- 3 La Iglesia Creciendo Introducción a la Educación Cristiana
- 4 Pedagogía
- 5 Sectas Cómo Evangelizar
- 6 Misiones Mundiales
- 7 Exposición Bíblica: Cómo leer la Biblia Métodos de Estudio Bíblico Predicación Bíblica
- 8 Discipulado: La Nueva Persona en Cristo Problemas de la Vida Cristiana El líder Enseña un Libro
- 9 El Ministerio unos a otros

- Pizas Gráficas (Campaña digital)

Diplomado básico en **Estudios Teológicos**

E-Learning
Aprendizaje a un clic

www.seteca.edu

SETECA
Enseñando a otros

Diplomado básico en **Estudios Bíblicos**

E-Learning
Aprendizaje a un clic

www.seteca.edu

SETECA
Enseñando a otros

Diplomado básico en Estudios Ministeriales

www.seteca.edu

SETECA
Enseñando a otros

f @ t in v

Enseñanza a un clic

Diplomado Profesional en Estudios Bíblicos

www.seteca.edu

SETECA
Enseñando a otros

f @ t in v

Aprendizaje a un clic

Profesorado en **Estudios Bíblicos**

E-Learning

Aprendizaje a un clic

Profesorado en Estudios Bíblicos

Es un programa a nivel universitario diseñado con el propósito de capacitar a los estudiantes con conocimiento bíblico-teológico esencial. Este profesorado no cuenta con el estudio de los idiomas bíblicos y sirve como complemento al programa del Diplomado Profesional en Estudios Bíblicos.

[Ver más](#)

www.seteca.edu

SETECA
Enseñando a otros

f @ t in v

Magister Artium (M.A) en **Estudios Bíblicos**

E-Learning

Aprendizaje a un clic

M.A. en Estudios Bíblicos

Este programa de Magister Artium en Estudios Bíblicos es un programa de nivel universitario diseñado con el propósito de capacitar a los estudiantes con conocimiento bíblico-teológico esencial. Este programa no cuenta con el estudio de los idiomas bíblicos y sirve como complemento al programa del Diplomado Profesional en Estudios Bíblicos.

[Ver más](#)

www.seteca.edu

SETECA
Enseñando a otros

f @ t in v

- **Storyboard Vídeos**

Vídeo Número 1

Tema: Programas básicos en línea

Especificaciones Técnicas:

Tamaño: 1920 x 1080 Duración: 35 segundos. Fotogramas: 31 por segundo.

Personal: 4 actores, 1 camarógrafo, 1 asistente.

Audio: música y voz.

| | |
|---|--|
|  <p>Escena 1 Edición Adobe After Effects y Premiere Pro</p> <p>Descripción: Escena de introducción al vídeo, animación del logotipo de la institución, el fondo llevará una viñeta en gris y blanco.</p> <p>Observaciones: Llevará sonido de fondo, música instrumental dinámica.</p> |  <p>Escena 2 Edición Adobe After Effects y Premiere Pro</p> <p>Descripción: Escena de introducción al vídeo, animación del mensaje publicitario de la campaña.</p> <p>Observaciones: Llevará sonido de fondo, música instrumental dinámica.</p> |
|  <p>Escena 3 Edición Adobe After Effects, Premiere Pro, Audition.</p> <p>Descripción:</p> |  <p>Escena 4 Edición Adobe After Effects, Premiere Pro, Audition.</p> <p>Descripción:</p> |

Modelo número 1, joven mujer con una computadora portátil y audífonos se realizará en locación exterior, un parque.

Observaciones:

Llevará música instrumental dinámica y locución de voz femenina de la epesista Valerie Whitfield.

Modelo número 2, hombre joven adulto con una computadora de escritorio se realizará en locación interior, una oficina.

Observaciones:

Llevará música instrumental dinámica y locución de voz femenina de la epesista Valerie Whitfield.



Escena 5

Edición Adobe After Effects, Premiere Pro, Audition.

Descripción:

Modelo número 3, joven hombre con una computadora portátil. Se realizará en locación interior, una sala de casa particular.

Observaciones:

Llevará música instrumental dinámica y locución de voz femenina de la epesista Valerie Whitfield.



Escena 6

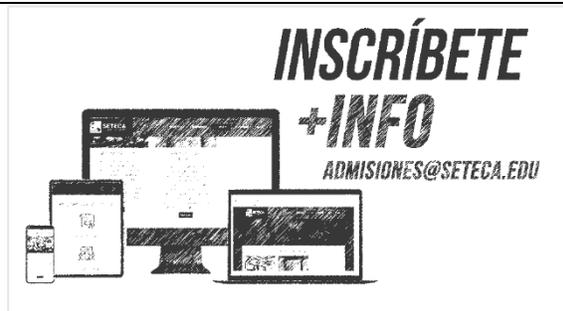
Edición Adobe After Effects, Premiere Pro, Audition.

Descripción:

Modelo número 4, joven mujer con un teléfono móvil. se realizará en locación exterior, un parque (jardín).

Observaciones:

Llevará música instrumental dinámica y locución de voz femenina de la epesista Valerie Whitfield.



Escena 7

Edición Adobe After Effects, Premiere Pro, Audition.

| | |
|--|--|
| <p>Descripción: Cierre del vídeo, invitando a las personas a solicitar más información.</p> <p>Observaciones: Llevará sonido de fondo, música instrumental dinámica y locución de voz femenina de la epesista Valerie Whitfield.</p> | |
|--|--|

Vídeo Número 2

Tema: Programas en línea de Grado

Especificaciones Técnicas:

Tamaño: 1920 x 1080

Duración: 37 segundos.

Fotogramas: 31 por segundo.

Personal: 3 actores, 1 camarógrafo, 1 asistente.

Audio: música y voz.

| | |
|--|---|
|  <p>Escena 1 Edición Adobe After Effects y Premiere Pro</p> <p>Descripción: Escena de introducción al vídeo, animación del logotipo de la institución, el fondo llevará una viñeta en gris y blanco.</p> <p>Observaciones: Llevará sonido de fondo, música instrumental dinámica.</p> |  <p>Escena 2 Edición Adobe After Effects y Premiere Pro</p> <p>Descripción: Escena de introducción al vídeo, animación del mensaje publicitario de la campaña.</p> <p>Observaciones: Llevará sonido de fondo, música instrumental dinámica.</p> |
|--|---|



Escena 3

Edición Adobe After Effects, Premiere Pro, Audition.

Descripción:

Modelo número 1, joven mujer con un teléfono móvil. Se realizará en locación exterior, una banca.

Observaciones:

Llevará música instrumental dinámica y locución de voz femenina de la epesista Valerie Whitfield.



Escena 4

Edición Adobe After Effects, Premiere Pro, Audition.

Descripción:

Modelo número 1, joven mujer con una computadora de escritorio. Se realizará en locación interior, una oficina.

Observaciones:

Llevará música instrumental dinámica y locución de voz femenina de la epesista Valerie Whitfield.



Escena 5

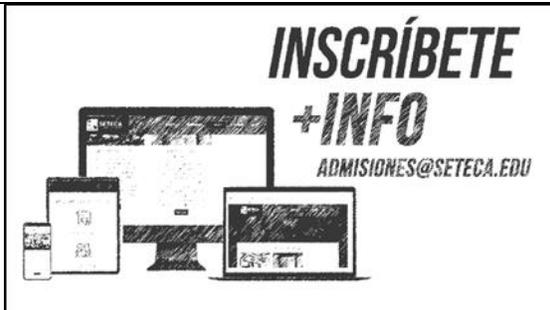
Edición Adobe After Effects, Premiere Pro, Audition.

Descripción:

Modelo número 1, hombre adulto con una computadora portátil. Se realizará en locación interior, un restaurante.

Observaciones:

Llevará música instrumental dinámica y locución de voz femenina de la epesista Valerie Whitfield.



Escena 6

Edición Adobe After Effects, Premiere Pro, Audition.

Descripción:

Cierre del vídeo, invitando a las personas a solicitar más información.

Observaciones:

Llevará sonido de fondo, música instrumental dinámica y locución de voz femenina de la epesista Valerie Whitfield.

Vídeo Número 3

Tema: Programas en línea de Posgrado

Especificaciones Técnicas:

Tamaño: 1920 x 1080 Duración: 37 segundos. Fotogramas: 31 por segundo.

Personal: 4 actores, 1 camarógrafo, 1 asistente.

Audio: música y voz.



Escena 1

Edición Adobe After Effects y Premiere Pro

Descripción:

Escena de introducción al vídeo, animación del logotipo de la institución, el fondo llevará una viñeta en gris y blanco.

Observaciones:

Llevará sonido de fondo, música instrumental dinámica.



Escena 2

Edición Adobe After Effects y Premiere Pro

Descripción:

Escena de introducción al vídeo, animación del mensaje publicitario de la campaña.

Observaciones:

Llevará sonido de fondo, música instrumental dinámica.



Escena 3

Edición Adobe After Effects, Premiere Pro, Audition.

Descripción:



Escena 4

Edición Adobe After Effects, Premiere Pro, Audition.

Descripción:

Modelo número 1, manos de una mujer en una computadora de escritorio. Se realizará en locación interior, oficina.

Observaciones:

Llevará música instrumental dinámica y locución de voz femenina de la epesista Valerie Whitfield.



Escena 5

Edición Adobe After Effects, Premiere Pro, Audition.

Descripción:

Modelo número 3, mujer con su teléfono móvil. Se realizará en locación interior, oficina.

Observaciones:

Llevará música instrumental dinámica y locución de voz femenina de la epesista Valerie Whitfield.

Modelo número 2, mujer en una computadora de escritorio. Se realizará en locación interior, oficina.

Observaciones:

Llevará música instrumental dinámica y locución de voz femenina de la epesista Valerie Whitfield.



Escena 6

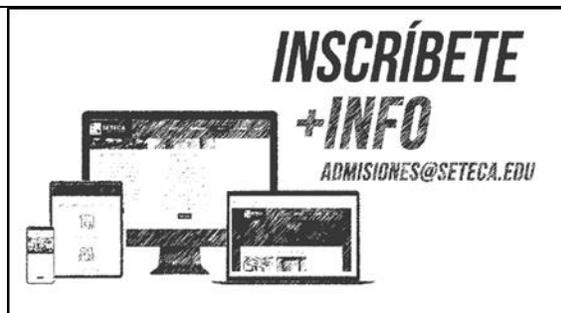
Edición Adobe After Effects, Premiere Pro, Audition.

Descripción:

Modelo número 4, un hombre en una computadora de escritorio y audífonos con micrófono. Se realizará en locación interior, oficina.

Observaciones:

Llevará música instrumental dinámica y locución de voz femenina de la epesista Valerie Whitfield.



Escena 7

Edición Adobe After Effects, Premiere Pro, Audition.

Descripción:

Cierre del vídeo, invitando a las personas a solicitar más información.

Observaciones:

Llevará sonido de fondo, música instrumental dinámica y locución de voz femenina de la epesista Valerie Whitfield.



Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Valerie Margarita Whitfield Melgar
No. Carné y DPI: 201316153 / 2232 36527 0101
Jefe o Encargado (a): Lic. Arturo René Blanco Marroquín
Institución o Empresa: Seminario Teológico Centroamericano (SETECA)
Supervisor de EPSL: M.A. Evelin Hernández

| Sem. No. | Fechas | MES | HORAS PRACTICADAS | | | | | | Total horas en la Semana |
|---|------------------|---------|-------------------|------|-------|------|------|------|--------------------------|
| | | | Lun. | Mar. | Mier. | Jue. | Vie. | Sáb. | |
| 1 | Del: 14 / Al: 19 | Mayo | 5 | 5 | 5 | 5 | 7 | 5 | 32 hrs. |
| 2 | Del: 20 / Al: 26 | Mayo | 5 | 5 | 5 | 5 | 7 | 5 | 32 hrs. |
| 3 | Del: 27 / Al: 02 | May/Jun | 5 | 5 | 5 | 5 | 7 | 5 | 32 hrs. |
| 4 | Del: 03 / Al: 09 | Junio | 5 | 5 | 5 | 5 | 7 | 5 | 32 hrs. |
| 5 | Del: 10 / Al: 16 | Junio | 5 | 5 | 5 | 5 | 7 | 5 | 32 hrs. |
| 6 | Del: 17 / Al: 23 | Junio | 5 | 5 | 5 | 5 | 7 | 5 | 32 hrs. |
| 7 | Del: 24 / Al: 30 | Junio | 5 | 5 | 5 | 5 | 7 | 5 | 32 hrs. |
| 8 | Del: 01 / Al: 07 | Julio | 5 | 5 | 5 | 5 | 7 | 5 | 32 hrs. |
| 9 | Del: 08 / Al: 14 | Julio | 5 | 5 | 5 | 5 | 7 | 5 | 32 hrs. |
| 10 | Del: 15 / Al: 21 | Julio | 6 | 6 | X | X | X | X | 12 hrs. |
| TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS | | | | | | | | | 300 hrs. |

(f)
Lic. Arturo René Blanco Marroquín
 Director Depto. Relaciones Públicas, SETECA

(f)
M.A. Evelin Hernández
 Supervisor EPSL