

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a large, circular emblem in the background. It features a central figure of a man in a cap and robe, possibly a saint or scholar, surrounded by various heraldic symbols including a crown, a lion, a castle, and a horse. The Latin motto "CETTERASORBIS CONSPICUA CAROLINA ACADEMIA COACTEMALENSIS INTER" is inscribed around the perimeter of the seal.

**DIAGNÓSTICO Y PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INTERNO Y
EXTERNO DEL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA
DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

CINDY PAOLA MORENO CERMEÑO

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, OCTUBRE 2022

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de La Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado

**Diagnóstico y Plan Estratégico de Comunicación interno y externo del Ejercicio Profesional
Supervisado de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación**

Comunicación

Presentado por:

creando futuro

Cindy Paola Moreno Cermeño

Previo a optar el título de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesora:

M.A. Evelin Hernández

Guatemala, octubre 2022

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

Lic. César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A. Silvia Regina Miranda López

DR. Marco Julio Ochoa España

Representantes Estudiantiles

José Guillermo Herrera López

Representante de Egresados

M.A. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Comisión de EPS de Licenciatura

Coordinador

M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisoras

M.A. Evelin Hernández

M.A. Evelin Morazán Gaitán

Lcda. Krista María Ramírez

Lcda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

Supervisores

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Lic. Luis Fernando Lucero

Lic. Mynor René Martínez

M.A. Edgar Martínez

M.A. Allan López



Guatemala 21 de octubre 2022

Estudiante de EPS de Licenciatura
Cindy Paola Moreno Cermeño

Registro académico 201604419

Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Después de evaluar su trabajo académico de forma digital titulado: **“DIAGNÓSTICO Y PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INTERNO Y EXTERNO DEL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN”** y luego de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, es aprobado por unanimidad por parte del tribunal examinador.

Por tanto, se autoriza el trabajo final en el acta de cierre respectiva y su entrega de forma digital en un total de (6) ejemplares en CD's con el documento incluido en formato PDF, los cuales deberá entregar una copia a la Institución o Empresa donde realizó su EPS, una copia para su trámite de colegiado y el resto a la coordinación de EPS de Licenciatura para posteriormente ser entregados a Biblioteca Central, Biblioteca Flavio Herrera y Secretaría de la ECC

Sin más que hacer constar,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



M.A Luis Arturo Pedroza Gaytán
Coordinador

M.A Evelin Lisseth Hernández Mazariegos
Supervisora EPS de Licenciatura



Guatemala, 15 de febrero 2022

EPSL-2022

M.A Evelin Hernández
Supervisora EPS de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Presente.

Reciba un cordial saludo por parte de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

A través de la presente se extiende la solicitud para autorizar el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del/la estudiante: **Cindy Paola Moreno Cermeño** con número de registro académico **201604419** y Carné **2238586250101** quién manifestó su deseo de realizar su práctica profesional en su prestigiosa institución y para tal efecto se requiere lo siguiente:

- a. Extender una carta de aceptación en papel membretado, firmado y sellado.
- b. Proporcionar apoyo al/la estudiante en lo referente a proveer información y autorización para actividades propias del programa.
- c. Asignar a un representante que labore en la empresa/institución como responsable directo del/la estudiante practicante.
- d. Brindar al estudiante la apertura que le permita desarrollar cada una de las fases del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (Diagnóstico, Plan y Ejecución de un proyecto de comunicación).
- e. Autorizar que el/la estudiante incluya toda la información que se derive del presente Ejercicio Profesional Supervisado a través de un documento de informe final (IFEPS) el cual será publicado en las instancias que corresponde (Bibliotecas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Biblioteca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación "Flavio Herrera", colegio de Humanidades, así como una copia interna en la Coordinación del EPS de Licenciatura).
- f. Autorizar que se supervise la práctica profesional por parte de los docentes supervisores.
- g. Garantizar, para el resguardo del/la estudiante, el cumplimiento de las normas sanitarias correspondientes a la actual pandemia covid-19.

Atentamente

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

M.A. Luis Pedroza
Coordinador EPS de Licenciatura
Cel. 42178224 / 55028866

Copia estudiante / supervisor

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio M2, Ciudad Universitaria USAC
Zona 12, Ciudad de Guatemala, C.A.

www.comunicacion.usac.edu.gt

(502) 2418-8920





Guatemala, 22 de febrero 2022

EPSL-2022

M.A Luis Pedroza
Coordinador EPS de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Presente.

Reciba un cordial saludo, deseándole éxitos en sus actividades.

Por este medio hago de su conocimiento que la estudiante Cindy Paola Moreno Cermeño, con registro académico 201604419 tuvo a bien tener un acercamiento con el propósito de manifestarnos su interés en realizar el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación dentro de esta coordinación; me es grato hacer de su conocimiento que su solicitud fue aceptada.

Por otra parte, nos comprometemos a brindarle a la estudiante todo el apoyo e información necesarios para la realización de su EPSL y autorizarla para que realice las actividades propias del programa. Del mismo modo, se le brindará la apertura para desarrollar cada una de las fases: "Diagnóstico, Plan y Ejecución" del proyecto.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Evelin Hernández

M.A. Evelin Hernández
Supervisora EPS de Licenciatura
Cel. 55122543

Copia estudiante / supervisor

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio M2, Ciudad Universitaria USAC
Zona 12, Ciudad de Guatemala, C.A.

www.comunicacion.usac.edu.gt

(502) 2418-8920



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

Dedicatoria

Dios

Por ser mi compañía, por ser mi refugio, mi fortaleza y por haberme levantado una y otra vez, por su amor, por su sabiduría, porque me ha enseñado que todo llega a su tiempo, por su protección y por aumentar mi fe a vivir con el corazón contento día a día.

Mi abuelita, Nina

Por ser mi abuelita, mi mamá y mi papá. Por su cariño, sus consejos, sus regaños, por enseñarme lo que significa humildad, por enseñarme a confiar en Dios. Gracias Nina por estar siempre a mi lado en las buenas y en las malas. Sin vos nada tendría sentido, eres lo mejor que la vida me dio.

Mi madre, Blanca Cermeño

Por arriesgarse a irse a Estados Unidos de forma ilegal para poder pagar mis estudios y darme una mejor calidad de vida. Por su amor infinito y por enseñarme que no nos tenemos que rendir y lograr nuestras metas. ¡Madre eres la mejor del mundo!

Mi padre, Manolo Moreno

Por estar siempre cerca de mí, por sus consejos y por empujarme a ser una profesional. Espero estés muy orgulloso de mi papi, te amo.

Mi hija Kristhal Moreno

Por ser mi motivación para querer ser mejor persona cada día, por ser la luz que alumbra mis mañanas, por animarme y decirme con esa voz tan hermosa... ¡mami te amo!, eres un angelito que llegó a mi vida cuando no tenía a nadie y me sentía sola, contigo todo es mejor cada día, todos mis logros son tuyos. Nuestro amor es verdadero y juntas vamos a alcanzar el éxito. Simplemente gracias por existir mi negrita hermosa.

Miller Velásquez

Por su cariño y por todos los detalles tan lindos que tuvo conmigo en uno de los peores momentos de mi vida, por animarme a no rendirme casi llegando a la meta y abrirme los ojos a la realidad con palabras sabias, por empujarme a confiar en mí, por haberme regalado el libro de: El Síndrome de la Impostora de Élisabeth Cadoche y Anne de Montarlot; me ayudo a no rendirme y entender el valor que tengo. Apareciste en el mejor momento mi amorcito...

Agradecimientos

A la Gloriosa Universidad de San Carlos de Guatemala

Donde me forjé y crecí profesionalmente y permitirme proveerme de sus conocimientos. Me siento orgullosa de ser sancarlista.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación

Por tener docentes de calidad, por haber aprendido que todo se logra con esfuerzo y dedicación, en donde encontré mi pasión y mi valor. Gracias por darme todas las oportunidades de aprendizaje y culminar mi carrera profesional y por la confianza brindada y abrirme las puertas para poder realizar el Ejercicio Profesional Supervisado, en especial al M.A Luis Arturo Pedroza Gaytán y al M.A. Hugo Nery Bach por todo su apoyo, confianza y confiar en mí.

Al programa de Ejercicio Profesional Supervisado -EPSL-

Por toda la experiencia recibida y gracias a las autoridades por el apoyo incondicional.

A mi madrina de graduación

Evelyn Lemus por ser una excelente profesional, por ser mi ejemplo y por ser una estupenda persona. La admiro mucho y agradezco la oportunidad brindada.

A mis amigos

Iris, Astrid, José Javier, Rony, Alfredo, Chejo, Hallan, Julio, Marisol, Gaby y Sandra, por ser parte de este largo camino porque ustedes me motivaban a querer ir a la u todos los sábados y pasar buenos momentos con ustedes, a los que estuvieron en mis peores momentos y aun así me dieron su apoyo para poder continuar.

A mi familia

Gracias infinitas por creer en mí y celebrar cada uno de mis logros.

Índice

Índice de tablas	i
Índice de figuras	iii
Introducción	iv
Justificación	v
Antecedentes.....	vi
→ Capítulo 1	1
1.Diagnóstico de Comunicación.....	1
1.1 La Institución.....	1
1.1 Perfil Institucional.....	1
1.2 Ubicación geográfica	2
1.3 Origen e Historia.....	2
1.4 Integración y Alianzas Estratégicas.....	5
1.5 Departamentos o dependencias de la institución	5
1.6 Organigrama de la Institución.....	12
1.7 Misión	14
1.8 Visión.....	14
1.9 Objetivos institucionales.....	14
1.10 Público Objetivo	15
1.12 Diagnóstico.....	16
1.12.1 Pregunta de investigación.....	16
1.12.2 Objetivo General.....	16
1.12.3 Objetivos específicos.....	16

1.13	Metodología.....	16
1.13.1	Descripción del método.....	17
1.13.2	Técnicas e instrumentos de recolección.....	17
1.13.3	Interpretación de los resultados.....	22
1.14	FODA comunicacional.....	44
1.15	Problemas Detectados.....	46
1.16	Planteamiento del problema comunicacional.....	46
1.17	Indicadores de Éxito.....	47
1.18	Límites y Alcances de la investigación.....	47
1.19	Proyecto a desarrollar.....	48
	Capítulo 2.....	49
2.	Plan estratégico de comunicación.....	49
2.1	Plan de comunicación.....	49
2.2	Elementos comunicacionales.....	49
	Comunicación Interna.....	50
	Comunicación Externa.....	51
	Comunicación organizacional.....	51
2.3	Objetivos de la Estrategia.....	53
2.4	Estrategia.....	54
2.5	Actividades o Acciones de la estrategia.....	56
2.6	Público objetivo.....	61
2.7	Mensaje clave.....	61
2.8	Indicadores de las acciones.....	62
2.9	Recurso Humano.....	63

2.10	Financiamiento y presupuesto	64
2.11	Beneficiarios	64
2.12	Áreas Geográficas de Acción	65
2.13	Cuadro operativo de la estrategia	66
	Capítulo 3	68
3.	Informe de ejecución	68
3.1	Actividad 1	69
3.2	Actividad 2	70
3.3	Actividad 3	71
3.4	Actividad 4	72
4.	Cronograma	74
	Conclusiones.....	77
	Recomendaciones	78
	Referencias Bibliográficas.....	79
	Anexos.....	91



Índice de tablas

Tabla 1	20
Tabla 2	23
Tabla 3	24
Tabla 4	24
Tabla 5	25
Tabla 6	26
Tabla 7	26
Tabla 8	27
Tabla 9	27
Tabla 10	28
Tabla 11	56
Tabla 12	58
Tabla 13	59
Tabla 14	60
Tabla 15	62
Tabla 16	63
Tabla 17	64
Tabla 18	66
Tabla 19	69
Tabla 20	70
Tabla 21	71

Tabla 22	72
Tabla 23	74

Índice de figuras

Figura 1.....	13
Figura 2.....	28
Figura 3.....	29
Figura 4.....	30
Figura 5.....	31
Figura 6.....	36
Figura 7.....	37
Figura 8.....	38
Figura 9.....	39
Figura 10.....	40
Figura 11.....	42
Figura 12.....	45
Figura 13.....	53
Figura 14.....	65

Introducción

El presente diagnóstico tiene como objetivo plantear una propuesta de comunicación interna y externa para mejorar la comunicación del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, luego de realizar encuestas a los estudiantes que están desarrollando actualmente el EPS de Licenciatura y los estudiantes del último año de Licenciatura. Además, se realizaron entrevistas a Control Académico de la Escuela y a Empresas.

El estudio se efectuó en el edificio M2 y por medio de grupos de *WhatsApp*, para que los resultados sean reales y poder plantear soluciones a las necesidades presentadas. Los resultados arrojados en las encuestas dieron una pauta para saber y conocer cómo se están manejando las herramientas de comunicación interna dentro de la coordinación del Ejercicio Profesional Supervisado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, cómo están siendo aplicadas y qué uso y validez dan los destinatarios a las mismas.

Dentro del Capítulo I se desarrolla el Diagnóstico Comunicacional que incluye: los antecedentes históricos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, su origen e historia, los departamentos que la conforman, su misión, visión, objetivos institucionales, público objetivo, organigrama y los objetivos del presente Diagnóstico. Para la recolección de datos se utilizaron las técnicas de observación, encuestas y entrevistas.

La observación permitió conocer el problema comunicacional externo que existe actualmente en el Departamento de EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación el cual es: la información dispersa. Esto provoca falta de recursos informativos del EPS de Licenciatura.

En el Capítulo II se desarrolla el plan de comunicación en donde se desglosa la información del Departamento del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS), los objetivos del plan de Comunicación, el público objetivo al cual va dirigido el mismo, el mensaje, las estrategias propuestas con sus respectivas acciones.

Justificación

La comunicación se encuentra en cada lugar y situación de la vida humana, no se puede vivir en sociedad sin comunicación. Como estudiantes de la misma, debemos tener la capacidad de realizar proyectos que impacten a la sociedad, instituciones públicas y privadas; ejemplo de ello es el EPSL.

El propósito de este informe es diagnosticar la comunicación interna y externa del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Lo más enriquecedor de esta práctica es encontrar y llevar a cabo las soluciones a las deficiencias que se encuentran luego de realizar un diagnóstico minucioso y basado en datos reales recogidos y analizados por la metodología apropiada para el estudio, que en realidad es el qué hacer del comunicador integral y con una formación superior.

El avance significativo de la tecnología implica que los estudiantes y docentes deben actualizarse con nuevas herramientas digitales. Como resultado de la automatización de la información, se planificó una campaña informativa en *Facebook*, y se realizaron guías informativas con el objetivo de facilitar el proceso de inscripción del EPSL.

Al realizar el diagnóstico comunicacional, se detectaron algunos problemas dentro de los cuales se pueden mencionar: la página institucional no cuenta con correo específico para el EPSL y desinformación de los procesos para pertenecer al EPSL.

Es por esta razón que se realizó una estrategia de comunicación para que los próximos años sea más rápido el ingreso a ESPL. La realización de esta estrategia apoya considerablemente a la coordinación del EPSL y a los estudiantes que quieran pertenecer al EPSL.

El propósito del presente informe es que los estudiantes que quieran pertenecer al Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura conozcan todo el proceso y requisitos para realizarlo.

Antecedentes

El Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) de Licenciatura en la Escuela fue creado el 16 de agosto del 2005 por la Junta Directiva Paritaria como un mecanismo adicional de graduación a la tradicional tesis de grado. El EPS de las carreras técnicas fue aprobado en punto trigésimo del acta 25-05 del Consejo Directivo.

El EPS permite conocer la comunicación interna y externa dentro del Ejercicio Profesional Supervisado, origen, historia, misión, visión, esfuerzo, trabajo, entrega y lucha para brindar la oportunidad a los interesados en continuar su formación académica en la Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC) de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

En el 2014, Sandra Nohemí Hernández y Hernández de Villagran realizó un informe de comunicación interna en el Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación con el objetivo de brindar la oportunidad de reforzar el área de comunicación interna en el Ejercicio Profesional Supervisado EPS de la unidad académica.

Al utilizar los espacios brindados por los medios de comunicación: la radio y televisión, se obtuvieron respuestas satisfactorias que fortalecen la comunicación interna en el Ejercicio Profesional Supervisado EPS de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Con los recursos existentes se procedió a realizar una sesión de fotografías, entrevistas y control de agenda a ejecutar por parte de las autoridades del Ejercicio Profesional Supervisado EPS. Las actividades se realizaron gracias a la ayuda y colaboración de la licenciada Floralba Pérez Folgar. Su apoyo dio como resultado un trabajo satisfactorio con responsabilidad y entrega.

En el 2015, Zuraya María Flores Castro ejecutó una estrategia de comunicación para el fortalecimiento de la imagen institucional del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala para dar a conocer qué es y cómo ser parte del Programa del EPS de Licenciatura. Para el trabajo elaboró el logotipo para la coordinación, trifolios informativos que se repartieron en pasos de aula a los

décimos semestres de las tres jornadas: vespertina, nocturna y sabatina. Además, colocó mantas en los dos edificios que son parte de la ECC. La acción medular fue la creación de un sitio web para el EPS de Licenciatura en donde reunió toda la información que se encontraba dispersa para que los interesados en ser parte del Programa del EPS de Licenciatura tuvieran acceso a la información en un mismo lugar. Y no podían faltar las redes sociales, así que se creó también una *Fanpage* para promocionar el sitio web del EPS de Licenciatura.

En el 2016, Evelin Lisseth Hernández Mazariegos realizó un informe de la divulgación y fortalecimiento de la imagen institucional del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala. El objetivo general del documento fue informar sobre el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura y fortalecer su imagen institucional.

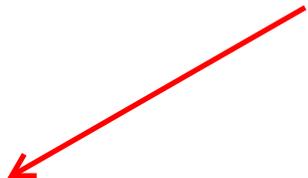
En el proyecto presentado en este documento, se realizó la divulgación del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura a los estudiantes del décimo semestre de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y se utilizaron materiales impresos como: trifoliales y tarjetas de presentación. Además, se optimizó el recurso tecnológico con *Facebook* y una página web para ese mismo fin. Así mismo, se fortaleció la imagen institucional con diversos recursos para su identificación y reforzamiento.

En el 2017, Lisbeth María Vides Samayoa realizó estrategias para fortalecer la comunicación interna y externa en el Ejercicio Profesional de Licenciatura (EPSL) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala donde se ejecutó un plan de comunicación con la finalidad de fortalecer la comunicación a nivel interno y externo del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura. Elaboró bifoliales con información sobre el procedimiento a seguir al culminar el EPS de Licenciatura.

Así mismo, trabajó un trifoliar informativo con aspectos importantes que deben conocer los que deseen inscribirse y para mejorar la comunicación con los estudiantes de EPS optimizó las guías para llevar a cabo cada una de las etapas y presentación de informes.

En el mismo año, Josué Othoniel Andrade de la Cruz realizó la implementación de la plataforma electrónica *Classroom* en el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

La implementación de la plataforma electrónica *Classroom* en el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura, presenta estrategias de comunicación que fortalecen la imagen institucional. Para obtener mejores resultados, las estrategias se ejecutaron en el área interna, con los estudiantes de EPSL, a través de acciones y materiales que los capacitaron para la utilización de dicha plataforma.



Capítulo 1

1.Diagnóstico de Comunicación

1.1 La Institución

Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC), Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC)

1.1 Perfil Institucional

La Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala es la unidad académica responsable de la formación técnica, científica y ética de las y los profesionales que conciben, recopilan, interpretan y procesan los sentimientos, aspiraciones y necesidades de la sociedad guatemalteca y los convierten en mensaje legibles, accesibles y dinámicos.

Esto implica retos permanentes de actualización en todas las áreas de la comunicación y la información, y en las diferentes disciplinas sobre las que se respalda para lograr la excelencia académica. Está autorizada para extender títulos universitarios y los diplomas especiales que correspondan a los estudios que imparta en pregrado, grado y posgrado.

Su principal objetivo es formar comunicadores capaces para el mejor desempeño de su profesión y con una eficiente intervención humana, técnica y científica en el proceso de desarrollo de las comunicaciones en Guatemala. Profesionales aptos para investigar, informar y orientar los diversos hechos sociales en la formación ciudadana.

Para ello ofrece a las y los estudiantes el contexto de la realidad nacional y mundial, así como las herramientas necesarias que les permitan la interpretación de los fenómenos socioeconómicos del país y del mundo globalizado para que ejerzan con pertinencia la función que les compete como profesional de las Ciencias de la Comunicación.

A través del proceso de enseñanza-aprendizaje se motiva a las y los estudiantes para que asuman objetivamente su papel de comunicadores y de enlaces entre los fenómenos sociales y la opinión pública, y que con enfoque crítico analicen e interpreten la realidad nacional y que contribuyan a su transformación.

1.2 Ubicación geográfica

La Escuela de Ciencias de la Comunicación está ubicada en los edificios M2 y Bienestar Estudiantil en la Ciudad Universitaria, zona 12.

El departamento del Ejercicio Profesional Supervisado de licenciatura está ubicado en la Universidad de San Carlos de Guatemala, Campus Central, zona 12, edificio M2, segundo nivel oficina 235.

1.3 Origen e Historia

La Escuela de Ciencias de la Comunicación desde sus inicios se ha caracterizado por la búsqueda de la excelencia académica. De conformidad con el Reglamento General de la Escuela de Ciencias de la Comunicación: “Es la unidad académica encargada de desarrollar la formación teórica y práctica y la educación profesional en el campo de la especialidad en estrecha relación con las ciencias y disciplinas afines, autorizadas para expedir grados y títulos universitarios y los diplomas 3 especiales que corresponden a los estudios que imparta”. (Reglamento General de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, 1976)

La Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, es la primera institución de educación superior del país encargada de formar a las y los profesionales en los ámbitos del periodismo, la locución, la publicidad y la comunicación social en general. Fue creada por disposición del Consejo Superior Universitario el 26 de noviembre de 1975. Sus orígenes se remontan a agosto de 1952, con la fundación de la Escuela Centroamericana de

Periodismo, la que durante sus 23 años de existencia fue dirigida por los licenciados Flavio Herrera (1952-1966), David Vela (1966-1974) y Elías Barahona (1975), y estuvo adscrita a la Facultad de Humanidades.

Desde febrero de 1984, ofrece las carreras intermedias de técnicos universitarios en Periodismo Profesional, Locución Profesional y Publicidad Profesional. Durante unos años impartió también la carrera de Fotografía Profesional, pero fue cancelada por la poca demanda estudiantil. Más de quince mil profesionales han egresado de las carreras técnicas y la licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Durante sus primeros doce años de existencia, la Escuela de Ciencias de la Comunicación funcionó en las instalaciones de la Escuela de Formación de Profesores de Enseñanza Media. Fue hasta en 1988 que logró un espacio propio al asignársele como sede una parte del edificio de Bienestar Estudiantil, la cual fue complementada en 2002 con la entrega del edificio M2.

Entre 1996 y 2004, desarrolló un Programa de Nivelación para Periodistas en Ejercicio, el cual profesionalizó a periodistas que por diversas razones no habían cursado estudios superiores. Tras participar y aprobar de manera satisfactoria los contenidos del programa, decenas de periodistas en ejercicio obtuvieron el título de Licenciados en Periodismo.

En 1997, debido a la alta demanda estudiantil en el plan diario, se instauró el Programa de Autoformación a Distancia, el cual funciona en jornada sabatina. En 2003, la Comisión Directiva Paritaria, máximo órgano de dirección de esta unidad académica, hasta entonces conformada por representantes de los docentes y los estudiantes elegidos de forma democrática, integró a un representante de los egresados inscrito en el Colegio de Humanidades, y cambió su nombre a Consejo Directivo. En 2005, se empezaron a impartir posgrados de especialización en diversas disciplinas de las Ciencias de la Comunicación.

En el año 2002, cobró vigencia un nuevo pensum de estudios, cuya única variación son los prerrequisitos, conociéndose este pensum como “Pensum cerrado”. En el año 2003, la Comisión

Directiva Paritaria se convierte en el Consejo Directivo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, que incluía un profesional representante de los egresados de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, inscrito en el Colegio de 5 Humanidades. Además, se remodeló la primera fase del edificio M-2 que fue asignado a la Escuela.

El Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) de Licenciatura en la Escuela fue creado el 16 de agosto del año 2005 como una alternativa de graduación a la tradicional tesis de grado. El EPS de las carreras técnicas fue aprobado en Punto Trigésimo del Acta 25-05 del Consejo Directivo. El EPS consiste en el diagnóstico, planificación y ejecución de un proyecto de comunicación de alto impacto que beneficie a la entidad y a la comunidad en donde se desarrolla.

El Programa del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura inicia cada año en el mes de enero y culmina en el mes de noviembre, y se desarrolla de la siguiente forma: propedéutico y elaboración del diagnóstico, propedéutico y elaboración del plan de comunicación, práctica supervisada, realización del informe de ejecución, presentación del informe final, examen profesional privado y graduación.

Directores en orden Cronológico hasta la actualidad

- Lic. Mario René Chávez 1976-1980
- Lic. Julio Santos 1981-1983
- Lic. Carlos Interiano 1985-1990
- Lic. Jesús Alvarado 1990-1995
- Lic. Carlos Interiano 1995-2000
- Dr. Wagner Díaz 2000-2004
- Lic. Gustavo Bracamonte 2004 – 2010
- Lic. Julio Moreno 2011 – 2016
- M. Sc. Sergio Morataya 2016 -2020
- Lic. César Paiz 2020 – 2024

1.4 Integración y Alianzas Estratégicas

Actualmente la Escuela de Ciencias de la Comunicación no tiene financiamiento económico por parte de entidades privadas. La Universidad de San Carlos de Guatemala está encargada de dar el presupuesto establecido a esta institución.

1.5 Departamentos o dependencias de la institución

La estructura orgánica de la Escuela de Ciencias de la Comunicación es la siguiente:

Consejo Directivo:

Es el máximo órgano encargado de tomar las decisiones en la Escuela de Ciencias de la Comunicación y se conforma de la siguiente manera: el director, dos profesores titulares, dos representantes estudiantiles, uno de egresados y un secretario (a). Los representantes de los profesores titulares son electos con mayoría absoluta por los mismos profesores y duran en sus cargos cuatro años, el mismo tiempo que dura en funciones el director electo.

Los representantes estudiantiles son electos entre ellos y duran en sus funciones dos años. El representante de los graduandos dura en su cargo cuatro años y al igual que los profesores titulares es electo con mayoría absoluta por los egresados que estén presentes el día de la elección.

Las principales funciones que desempeña el Consejo Directivo son:

- Dirigir y administrar la Escuela.
- Elaborar y aprobar el proyecto de presupuesto anual de la Escuela.
- Planificar ejecutar y velar por el cumplimiento de las labores administrativas y de las funciones académicas.

Actuales Miembros del Consejo Directivo:

Director: Lic. César Paiz Fernández

Representantes Docentes: Licda. Regina Miranda

Representante de Egresados: Lic. Cecilia Andrade

Representantes Estudiantiles: Ivan Porres Bonilla y Guillermo Herrera

Secretario: Lic. Hector Salvatierra

Dirección:

La persona que ocupe este cargo debe ser un catedrático titular electo por la mayoría de los votantes, es decir, dos de los tres sectores convocados a elecciones generales (profesores titulares, alumnos y graduandos de licenciatura). Dura en su cargo cuatro años. Entre las principales funciones que desempeña están:

Velar por el buen cumplimiento de las actividades académicas y administrativas, e informar a la Comisión Directiva de lo actuado al respecto. Atender lo relativo a honorarios de clases, calendario de exámenes y demás actividades relacionadas con las funciones académicas de la escuela, y con las labores administrativas.

Presentar y dar trámite a todas las iniciativas y proyectos que para la mejor marcha de la Escuela serán presentadas por docentes, estudiantes y organización de la Escuela.

Comisión de Extensión:

La Comisión de Extensión se encuentra constituida como “un programa integral de docencia, investigación y servicio a través del conocimiento de la realidad para crear una conciencia que contribuyera al desarrollo nacional” (Consejo de Extensión Universitaria, 2001).

Edificio M2, segundo nivel, área de coordinaciones. La Comisión de Extensión es la vinculación social de la Universidad, se concretiza con la participación activa, responsable y auto determinada de todos los miembros de la misma. Es constituida como un programa integral de docencia, investigación y servicio a través del conocimiento de la realidad para crear una conciencia que contribuyera al desarrollo nacional.

Control Académico:

Este departamento es el encargado de recibir y procesar actas de notas de los exámenes que se practican, digitalizar la información y extender constancias a los estudiantes. Además, se encarga de las asignaciones de cursos ordinarios y de vacaciones. Asimismo, se lleva el registro académico de las y los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y se encarga de orientar con respecto a la emisión de Certificaciones de cursos aprobados, asignación de cursos, autorización de trámite de título (nivel técnico y licenciatura), entrega de actas de examen privado o EPS, extensión de constancias de cierre de pensum.

Coordinación Académica:

Esta unidad se encuentra encargada de organizar a cada uno de los coordinadores de área en todos los aspectos docentes, atender y asesorar a los estudiantes en los problemas que planteen, planificar y unificar programas, así como administrar todas las actividades académicas, que involucran al personal administrativo de Control Académico, efectúa lo relacionado al sistema de ubicación y nivelación de estudiantes de primer ingreso y presenta los proyectos de Reforma Curricular.

Coordinación de Planificación:

La Coordinación de Planificación es la encargada de la planificación anual, que permite el funcionamiento de la Escuela de Ciencias de la Comunicación

Centro de Estudios de Comunicación -CEC-:

Edificio Bienestar Estudiantil, Segundo Nivel, CEC. Este centro se inició en 1978 como Comisión de investigación, transformándose actualmente en Centro de Estudios de Comunicación. El CEC tiene como función principal servir de apoyo a la actividad académica de la Escuela en cuatro áreas específicas: lo científico, lo docente, lo administrativo y lo innovador.

Coordinación de la comisión de tesis:

La Comisión de Tesis fue constituida según acuerdo de Comisión Paritaria 2-90 con fecha 26 de enero de 1990.

Misión: Auxiliar a los estudiantes que cierran pensum de licenciatura, a que culminen con éxito, su carrera profesional en el menor tiempo posible con productos bibliográficos de calidad que contribuyan a la búsqueda de soluciones a los problemas comunicacionales y sociales del país.

Visión: Presentar nuevas modalidades de graduación para que los estudiantes con pensum cerrado en licenciatura puedan tener opciones en el proceso de elaboración de tesis, para que, en el menor tiempo posible, obtengan su título profesional.

Objetivos:

- Orientar y proporcionar información a los estudiantes pendientes de elaboración de tesis.
- Coordinar el proceso de realización de tesis con estudiantes, asesores y revisores.

[\(https://aracellymerida.wordpress.com/quienes-somos/\)](https://aracellymerida.wordpress.com/quienes-somos/)

Coordinación del plan de autoformación a distancia PAD:

Surgió en 1997 con la aprobación del Consejo Superior Universitario. El pensum de estudios del programa es idéntico a las jornadas vespertina y nocturna del Programa Regular de la Escuela de

Ciencias de la Comunicación. La diferencia radica en la orientación, metodología y tiempo de enseñanza – aprendizaje. Pretende fortalecer la planta docente, consolidar la formación técnica y social de los estudiantes mediante experiencias reales en sus áreas de trabajo.

Su metodología es la de educación a distancia consistente en dividir las actividades en momentos presenciales y actividades de autoformación que realizan los estudiantes. Los momentos presenciales son reuniones semanales entre catedráticos y estudiantes, y las actividades de autoformación son tareas de investigación que los estudiantes realizan por sí mismos. Las cátedras se imparten los días sábados de 8:00 a 13:30 horas. El Programa posee su propia coordinación y cuerpo de catedráticos.

<http://www.usac.edu.gt/catalogo/comunicacion.pdf>

Coordinación del Ejercicio Profesional Supervisado:

EPS- Carreras Técnicas. Los estudiantes de las carreras técnicas de periodismo, publicidad y locución realizan un período de prácticas de aproximadamente diez meses, contando con un supervisor de prácticas, quienes son coordinadores de una instancia académica administrativa. (Urizar C. M., 2010).

Coordinación del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- de Licenciatura:

Esta coordinación se encuentra ubicada en el edificio M-2, segundo nivel, dentro del área de la Coordinación de Extensión de la ECC. Los estudiantes al finalizar el grado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación pueden optar para obtener el título de licenciatura a través de la realización de su informe de práctica supervisada.

Las instituciones autorizadas por esta coordinación son las siguientes: “Organizaciones Gubernamentales OG’s, Organizaciones No Gubernamentales ONG’s, organizaciones sociales,

fundaciones, medios de comunicación social y la Universidad de San Carlos de Guatemala USAC; que impulsen el desarrollo social, ubicados en el área rural o urbana del país” (Rodas, 2008).

Tesorería:

Este departamento se encarga de llevar el control financiero de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, fiscalizado por auditoría central de la USAC y la delegación de la Contraloría General de Cuentas.

Agencia de publicidad “Lagencia”:

Inició a mediados del año 2009, fue establecida para que los estudiantes realicen la práctica de EPS de Publicidad y Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Realiza consultorías, estrategias de comunicación, campañas de comunicación a Organizaciones No Gubernamentales, Facultades de la Universidad de San Carlos de Guatemala y otras entidades.

Biblioteca “Flavio Herrera”:

Fue fundada en el año de 1987 con el propósito de que la Escuela de Ciencias de la Comunicación contara con una biblioteca especializada con la bibliografía necesaria, que sirviera de apoyo en las investigaciones de los estudiantes, docentes e investigadores de las diferentes carreras que se imparten en la Unidad Académica.

(<http://www.usac.edu/catalogo/comunicacion.pdf>)

Recursos Audiovisuales:

Este departamento proporciona ayuda didáctica y pedagógica a los docentes, para que realicen el proceso de enseñanza-aprendizaje en forma didáctica y acorde a las necesidades de la población

estudiantil. Para el efecto cuenta con retroproyectors, monitores, videograbadoras, un proyector de láminas opacas, proyectores de diapositivas, pantallas, y cámaras de vídeo en formato VHS.

(<http://www.usac.edu.gt/catalogo/comunicacion.pdf>)

Laboratorios:

Para experiencias de aprendizaje específico en las áreas de redacción, grabación, fotografía y televisión se cuenta con instalaciones que proporcionan al estudiante una relación directa con el objeto de estudio.

(<http://www.usac.edu.gt/catalogo/comunicacion.pdf>)

Centro de Investigación en Ciencias de la Comunicación -CICC-:

Este centro se inició en 1978 como Comisión de Investigación, pero, en 1989 se transformó en Centro de Investigaciones en Ciencias de la Comunicación. El CICC tiene como función principal servir de apoyo a la actividad académica de la Escuela en cuatro áreas específicas: lo científico, lo docente, lo administrativo y lo innovador.

La función científica se refiere a generar conocimientos sobre comunicación social e investigación de problemas de comunicación en la sociedad guatemalteca. Asimismo, producir metodologías de análisis de los medios de información y comunicación, ajustados a la realidad guatemalteca.

La función docente apoya la docencia, incorporando los resultados de las investigaciones a la actividad docente, ya sea mediante pláticas, cursillos, talleres o la publicación de artículos y ensayos en la revista "Emisor" y el boletín mensual "Síntesis".

La tercera función es apoyar a los administradores académicos de la ECC con actividades y estudios que persigan elevar la calidad de los estudios de comunicación de la ECC. Esto incluye la organización de cursos de especialización a los profesores, epesistas y tesinados. La función

innovadora implica diseñar y presentar propuestas innovadoras para el mejoramiento de la calidad de los egresados de esta Unidad Académica.

(<http://www.usac.edu.gt/catalogo/comunicacion.pdf>)

Unidad de Comunicación e Información:

Es la unidad encargada de dar apoyo y atención a los estudiantes con relación a información general de la ECC, como fechas de asignaciones, departamentos, docentes, calendarización de actividades y atención al público en general.

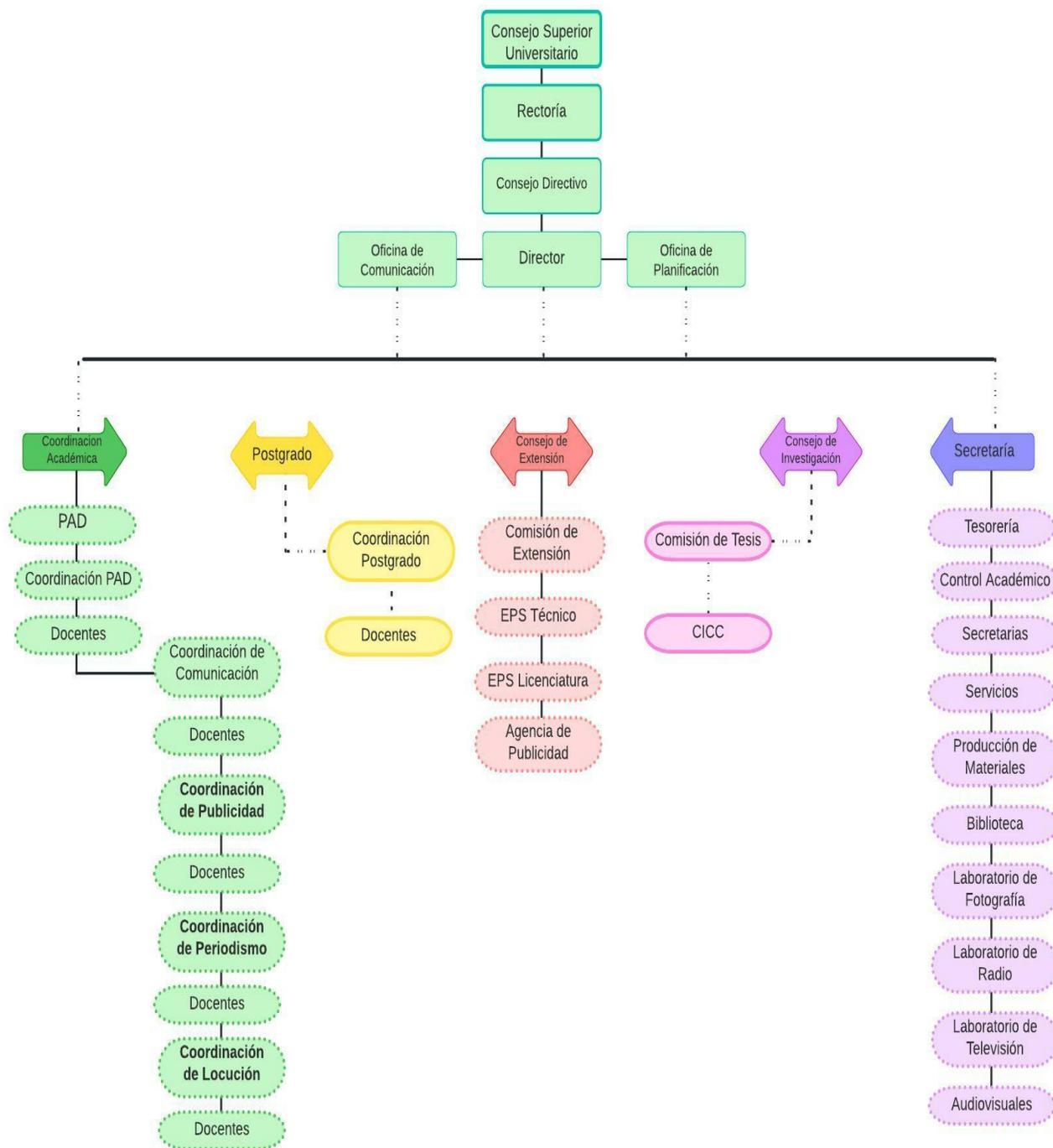
1.6 Organigrama de la Institución

El Consejo Directivo es la máxima autoridad encargada de dirigir los destinos de la Escuela a través de la planificación, organización y administración de la misma. Se integra por seis miembros: el director de la Escuela, dos representantes docentes, un representante de los egresados y dos estudiantes.

El director de la escuela realiza un trabajo de decisión superior que consiste en planificar, organizar, coordinar y controlar actividades docentes y administrativas.

La Secretaría de la Escuela, realiza un trabajo de dirección que consiste en planificar, organizar, coordinar, dirigir, ejecutar y controlar las tareas administrativas, técnicas y docentes en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos.

Figura 1
Organigrama



Fuente: Manual de Organización de Ciencias de la Comunicación (usac.edu.gt)

1.7 Misión

La Escuela de Ciencias de la Comunicación es la institución de educación superior encargada de formar profesionales de la comunicación técnica, humana, ética y socialmente preparados y preparadas para un desempeño de alto rendimiento y un sentido crítico sustentado en principios y valores orientados al desarrollo integral de la Universidad de San Carlos de Guatemala y del país.

1.8 Visión

La Escuela de Ciencias de la Comunicación es la institución de educación superior que articula la docencia, la investigación y la extensión de manera integral, participativa y propositiva; consolida de forma sostenible y estratégica la visión de largo plazo, mediante la continua actualización de su claustro docente y la preparación de sus estudiantes para alcanzar la excelencia académica y su involucramiento activo en el análisis de la problemática nacional presentando iniciativas, investigaciones, estudios y valoraciones que favorezcan el entendimiento social.

1.9 Objetivos institucionales

Objetivos Generales:

La Escuela de Ciencias de la Comunicación tiene los siguientes objetivos:

1. Formar comunicadores profesionalmente capaces para el mejor desempeño de su profesión, con una eficiente intervención humana, técnica y científica, en el proceso del desarrollo de las comunicaciones en Guatemala.
2. Formar profesionales aptos para investigar, informar y orientar sobre los diversos hechos sociales, en el contexto de una dinámica y eficiente función que incida en la formación de ciudadanía.

3. Facilitar al estudiante de Ciencias de la Comunicación, la comprensión del contexto de la realidad nacional y mundial, proporcionándole las herramientas necesarias que le permitan la interpretación de los fenómenos socioeconómicos del país y del mundo globalizado, para que ejerza con pertinencia la función que como profesional de las Ciencias de la Comunicación le compete.
4. Facilitar la participación como un todo, de estudiantes y profesores, en los procesos tendientes a formar una conciencia crítica en torno a los problemas de la comunicación a nivel nacional y mundial, con miras a incorporar a la mayoría de la población, en la búsqueda de soluciones que permitan generar una comunicación democrática para una sociedad también democrática.
5. Fomentar la interdisciplinariedad en el proceso de formación del comunicador en el hoy y en el aquí.

Objetivos Específicos

- a) Formar profesionales de la comunicación que asuman objetivamente su papel de comunicadores y de enlaces entre los fenómenos sociales y la opinión pública;
- b) Formar comunicadores que en forma crítica conozcan e interpreten la realidad nacional y el contexto en que ella está inmersa;
- c) Formar profesionales de la Ciencias de la Comunicación capaces de aportar, criticar y crear dentro del campo de su competencia;
- d) Preparar periodistas, locutores y publicistas para la nueva era, capaces de hacer uso de todos los medios de comunicación, haciendo énfasis en los más adecuados según las necesidades del país. Público Objetivo

1.10 Público Objetivo

El público objetivo del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura se encuentra conformado por estudiantes del décimo semestre con pensum cerrado que comprenden las diferentes jornadas: vespertina, nocturna y el Plan de Autoformación a Distancia –PAD- que funciona los sábados.

1.12 Diagnóstico

1.12.1 Pregunta de investigación

¿Qué factores causan debilidad en la comunicación interna y externa del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala?

1.12.2 Objetivo General

Evaluar la comunicación externa entre la coordinación y los diferentes públicos del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

1.12.3 Objetivos específicos

- Evaluar los canales de comunicación utilizados por el EPSL.
- Analizar la información que el EPSL envía hacia sus diferentes públicos.
- Identificar debilidades en la información y comunicación que el EPSL envía a sus diferentes públicos.

1.13 Metodología

La investigación es un conjunto de procesos empíricos y sistemáticos aplicados al estudio de un fenómeno. La metodología estudia técnicas y métodos de investigación científicas para alcanzar los objetivos planteados. Es una disciplina que define, clasifica y sistematiza al conjunto de técnicas y sistemas que se utilizan en la investigación científica determinada. Existen varias técnicas de investigación como las estadísticas basadas en cuestionario o encuestas y la observación.

Es muy importante determinar la metodología que se va a utilizar en cada tipo de investigación. El objetivo de la investigación es buscar estrategias para analizar la efectividad de los métodos utilizados. Existen varios tipos de métodos que estudia la metodología entre ellos se encuentran el hipotético deductivo, el lógico deductivo o inductivo y el empírico analítico.

1.13.1 Descripción del método

La investigación mixta es un enfoque que recopila, analiza e integra la investigación cuantitativa y cualitativa. Este enfoque es utilizado para mejorar la comprensión del problema encontrado en la investigación. Al realizar este tipo de investigación se aprovecha las ventajas de ambos métodos. (Sampieri, 2014, pág. 536)

Un factor adicional de utilizar el método mixto es por su naturaleza compleja de abarcar la gran mayoría de problemas de investigación de las distintas ciencias. (Sampieri, 2014, pág. 536)

Cuando se realiza una investigación mixta, el investigador logra amplitud y profundidad en la comprensión y corroboración, a la vez equilibra la problemática del uso de cada enfoque por separado.

Los métodos de investigación utilizados para la realización del presente diagnóstico fueron los siguientes: el método cuantitativo y el método inductivo, los cuales permitieron obtener información a través del contacto directo con los actuales estudiantes que realizan el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, estudiantes del último año de licenciatura y con empresas.

1.13.2 Técnicas e instrumentos de recolección

Observación Directa

Según Zapata (2006, p.145), en una técnica de observación se realizan procedimientos para analizar directamente el fenómeno que se estudia sin actuar sobre el mismo, sin modificar o manipular cualquier acción que se realice.

En la observación directa se puede observar y recopilar datos mediante la propia observación. Tamayo (2009, p. 193).

Para Méndez (2009, p251), la observación directa son procedimientos que se perciben rasgos existentes en la realidad por medio de esquemas conceptuales previo a propósitos definidos por una conjetura que se quiere investigar.

En este método de investigación se observó la confusión que tienen los estudiantes en los procesos y requisitos para poder pertenecer al Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura.

En un grupo de *WhatsApp* durante siete semanas se pudo observar que los estudiantes quieren ingresar al EPS sin tener 12 cursos de inglés de CALUSAC (Centro de Aprendizaje de Lenguas) que significa tener el idioma 1 y 2 que está dentro del pensum de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación.

El programa de EPSL no cuenta con un correo directo para poder resolver dudas de los estudiantes.

En los mensajes que los estudiantes escriben el chat se observó que los supervisores de las empresas tienen muchas dudas de cómo organizar al estudiante para que pueda cumplir las horas de práctica. A continuación, se definen las técnicas que serán utilizada en el proyecto.

Encuesta:

La encuesta es una técnica de investigación que se realiza mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de personas. Una encuesta provee información sobre las opiniones, actitudes y comportamientos de las personas a estudiar. Una encuesta les solicita a las personas información

a través de un cuestionario que puede ser de forma personal o por medios digitales. (Questionpro, 2022)

Zapata (2006, p. 189) menciona que la encuesta se define como un conjunto de técnicas para reunir datos sobre algún tema determinado a través de contactos directos o indirectos con personas o grupo de personas que integran la población estudiada.

Se evaluó y analizó por qué los alumnos no comprenden bien todo el proceso y requisitos para pertenecer al Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura. La encuesta fue realizada por medio de un grupo de *WhatsApp* conformado por los actuales epesistas.

Tabla 1
Fórmula finita

ESTIMAR UNA PROPORCIÓN	
Total de la población (N) (Si la población es infinita, dejar la casilla en blanco)	117
Nivel de confianza o seguridad (1-α)	95%
Precisión (d)	5%
Proporción (valor aproximado del parámetro que queremos medir) (Si no tenemos dicha información $p=0.5$ que maximiza el tamaño muestral)	50%
TAMAÑO MUESTRAL (n)	90
EL TAMAÑO MUESTRAL AJUSTADO A PÉRDIDAS	
Proporción esperada de pérdidas (R)	15%
MUESTRA AJUSTADA A LAS PÉRDIDAS	106

Fuente: Elaboración propia

Entrevista:

La entrevista es un dialogo entablado entre dos o más personas que intercambia ideas y opiniones. La entrevista es una técnica de investigación cualitativa que permite recabar datos y es muy útil para obtener algún tipo de información específica. Regularmente el entrevistador utiliza formularios o un esquema de preguntas. (Concepto,2020)

Existen dos tipos de entrevistas:

- Entrevista Estructurada

Se caracteriza por plantearse de manera estandarizada. Previamente se realizan las preguntas que se le van a realizar al entrevistado el cual responde concretamente a los que se planteó. Esta es la razón por la cual el entrevistador se limita a la hora de formular las preguntas, ya que estas no pueden nacer de la entrevista, sino de un cuestionario previamente realizado y analizado.

- Entrevista no estructurada y libre

Este tipo de entrevista es flexible y abierta ya que por mas que exista un objetivo de investigación que rige las preguntas, no se esperan respuestas que tengan cierta profundidad o un contenido ordenado.

En este tipo de entrevista, el entrevistador elabora preguntas, pero a diferencia de la entrevista estructurada no se sigue un cronograma sobre la forma de llevar las preguntas y su formulación. Se requiere información concreta en el tema a tratar para poder tener argumentos y opiniones que permitan profundizar y dialogar.

Este tipo de entrevista se estructura de la siguiente manera:

- Entrevista focalizada
- Entrevista enfocada
- Entrevista en profundidad

Dentro de las técnicas e instrumentos de recolección, la entrevista estructurada dirigida a empresas que cuentan con estudiantes de EPS permitió conocer la opinión que tienen las empresas sobre el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura. (Ver anexo 3)

La primera entrevista fue dirigida a Gabriela Sandoval de Control Académico de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y permitió conocer más información sobre el proceso que se debe llevar para obtener el Cierre de Pensum de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. (Ver anexo 4)

La segunda entrevista se realizó al director general de Activa Tv canal 5, Eddy Icu, y la tercera entrevista fue al supervisor de Angela Girón, Eddy Corado de Radio Faro Cultura, la cual permitió conocer que información necesitan las empresas para que el Ejercicio Profesional Supervisado se realice de una manera más ordenada y eficiente dentro de la empresa o institución.

1.13.3 Interpretación de los resultados

Observación directa:

Del 24 de enero al 8 de marzo del 2022, se observó el manejo del proceso de comunicación sobre el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura hacia los interesados en ser parte de este proceso como opción para graduarse de licenciatura. El departamento no tiene publicado un correo institucional específicamente para EPS de Licenciatura para poderles dar a conocer a los interesados el proceso y requisitos para pertenecer al EPSL.

Guía de observación

Nombre de la institución: Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

Fechas de observación: Del 24 de enero al 8 de marzo del 2022

Identidad o Cultura Corporativa: Es la unidad académica responsable de la formación técnica, científica y ética de las y los profesionales que conciben, recopilan, interpretan y procesan los sentimientos, aspiraciones y necesidades de la sociedad guatemalteca y los convierten en mensaje legibles, accesibles y dinámicos.

Tabla 2

Identidad corporativa

	Variable a observar	Sí	No	Notas
	Plan estratégico empresarial o corporativo	x		Está visible en la página web: https://comunicacion.usac.edu.gt/inicio/control/
	Misión	x		Visible en página Web: https://comunicacion.usac.edu.gt/300f0-about/
	Visión	x		Visible en página web: https://comunicacion.usac.edu.gt/300f0-about/
	Objetivos institucionales o corporativos	x		Visible en página web: https://comunicacion.usac.edu.gt/300f0-about/
	Valores y principios		x	No aparecen en la página web
	Filosofía		x	
	Organigrama		x	No está visible en la página web

Fuente: elaboración propia

Tabla 3
Identidad visual

	Variable a observar	Sí	No	Notas
	Logotipo	x		Visible y presente en medios electrónicos y canales digitales y en la fachada de la institución
	Marca		x	No está visible
	Colores institucionales definidos y visibles en sus publicaciones	x		Sí
	Slogan		x	No está visible

Fuente: elaboración propia

Tabla 4
Gestión de la comunicación

	Variable a observar	Sí	No	Notas
	Plan estratégico de comunicación		x	No está visible, se debe investigar
	Departamento de Comunicación	x		Está formado por director, representantes docentes, representantes estudiantiles, representante egresados y secretario
	Departamento de RR. HH.	x		Gestiona la comunicación interna a través de la Unidad de Bienestar Laboral.

Fuente: elaboración propia

Gestión de la comunicación Interna (aspecto operativo, mide el grado de efectividad de la comunicación formal e informal). Medios y canales: Permite identificar y evaluar la calidad de los distintos canales y soportes tecnológicos de la organización.

Tabla 5

Gestión de la comunicación interna

	Variable a observar	Sí	No	Notas
	Flujos de la información: Vertical <ul style="list-style-type: none"> • Descendente • Ascendente Horizontal Circular	X		Por ser una organización con fines institucionales de comunicación el flujo de la información interna fluye de forma vertical descendente y ascendente y también horizontal entre las personas con el mismo nivel jerárquico.
	Medios y canales internos formales: <ul style="list-style-type: none"> • Correo institucional • Intranet • Red social interna • Reuniones virtuales a través de plataformas • Reuniones presenciales • Circulares/oficios • Grupos de mensajería instantáneas • Boletines informativos • Buzón interno para sugerencias • Carteleras informativas • Teléfono PBX, celulares • Otros 	X	x	Reuniones a través de <i>Google Meet</i> para coordinación y capacitaciones internas y externas.
	Comunicación informal Rumores			No fue posible observar

Fuente: elaboración propia

Tabla 6*Gestión de la comunicación interna*

	Variable a observar	Sí	No	Notas
	Ruidos y Barreras Ambientales Psicológicos Administrativos Tecnológicos/físicos		X X X X X	No fue posible observar

Fuente: elaboración propia

Clima laboral o clima organizacional (diseño que analiza el estado de ambiente, diálogo organizacional, sentimientos, emociones, motivación, conductas).

Tabla 7*Clima laboral*

	Variable a observar	Sí	No	Notas
	Sentido de pertenencia	x		
	Cultura de la calidad	x		
	Participación y trabajo en equipo	x		
	Manejo del rumor	x		
	Promoción de la cultura organizacional	x		
	Estabilidad laboral	x		
	Servicios salud integral		x	
	Protocolo Covid19	x		
	Beneficios adicionales a ley		x	
	Seguridad Industrial	x		
	Capacitaciones	x		
	Políticas de desarrollo laboral	x		
	Incentivos económicos /premios y reconocimientos por logro de objetivos		x	
	Celebraciones internas		x	
	Política de puertas abiertas		x	
	Ambientes de trabajos adecuados	x		
	Vestuario institucional	x		

Fuente: elaboración propia

Tabla 8*Ámbito de comunicación externa*

Variable a observar	Sí	No	Notas
Campañas de comunicación a través de medios masivos (radios, prensa, tv, internet, revistas especializadas)		x	
Medios y canales			
Página Web	x		https://comunicacion.usac.edu.gt
Redes sociales	x		Facebook
Revistas digitales		x	
Canal de TV		x	
Radio en línea o programas de radio		x	
Blogs informativos		x	
Campaña de Relaciones Públicas		x	
Campañas de comunicación a través de medios alternativos:(congresos, simposios, patrocinios, ferias, activaciones BTL)		x	
Otros:			

Fuente: elaboración propia

Tabla 9*Ámbito de responsabilidad social empresarial*

Variable a observar	Sí	No	Notas
Estrategias de responsabilidad social empresarial		x	
Patrocinios		x	
Donaciones		x	
Alianzas con sector social y educativo, ambiental, cultural		x	

Fuente: elaboración propia

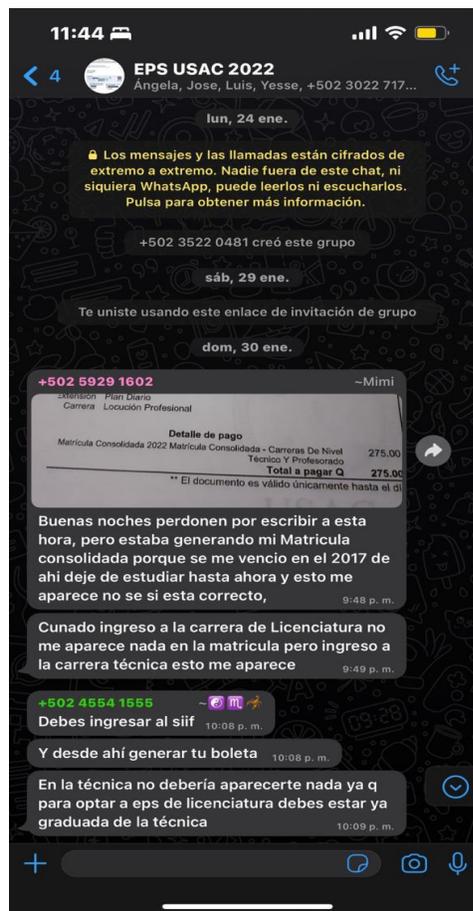
Tabla 10

Manejo de crisis

	Variable a observar	Sí	No	Notas
	Estrategia para manejo de crisis		x	No esta visible en los medios observados, se debe indagar con la persona encargada de comunicación.
	Manual de Crisis		x	
	Otros			

Fuente: elaboración propia

Figura 2



Fuente: <https://chat.whatsapp.com/HB27DHS5tHKIosBbd369r9>

Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas

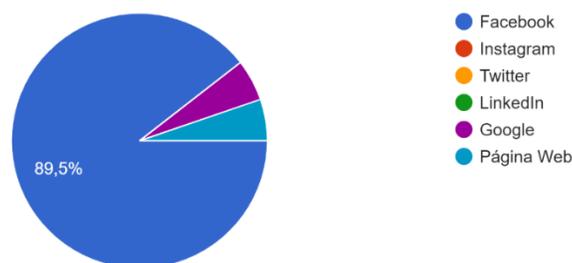
- A continuación, se describen los resultados obtenidos en la encuesta realizada a 117 estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación que actualmente se encuentran desarrollando su EPS de Licenciatura.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfIJHwgGb04bbGdurvPYav4FguKcd5JBfK WuErGeFWeqMwZHw/viewform?usp=sf_link

Figura 3

¿Qué red utiliza más para buscar información de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala?

19 respuestas



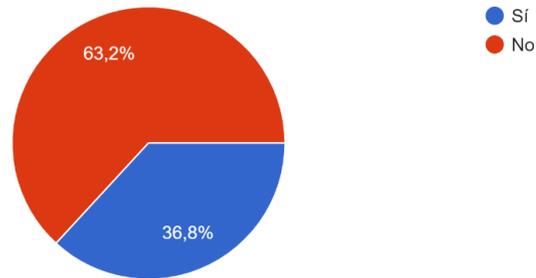
Fuente: Cindy Moreno marzo 2022

Interpretación figura 3: El 89.5% de los encuestados respondieron que la red que más utilizan es Facebook. Mientras, *Google* y la página web lo utiliza el 5.3% e *Instagram*, *Twitter* y *LinkedIn* no lo utilizan para buscar información académica. (Ver anexo 1, 2)

Figura 4

A su criterio, ¿Es accesible la información sobre el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura?

19 respuestas



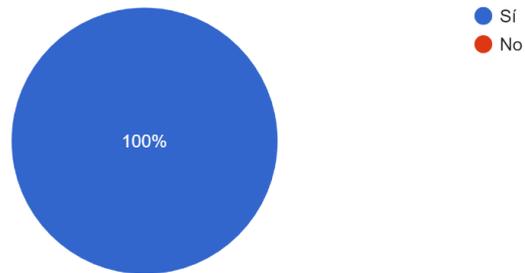
Fuente: Cindy Moreno marzo 2022

Interpretación figura 4: El 63.2% de los encuestados indicaron que la información y procesos para realizar el Ejercicio Profesional Supervisado no es accesible. Mientras, el 36.8% indicó que la información si es accesible.

Figura 5

¿Considera necesaria una guía del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura?

19 respuestas



Fuente: Cindy Moreno marzo 2022

Interpretación figura 5: El 100% de los encuestados respondieron que es necesaria una guía con todos los procesos que se necesitan para pertenecer al Ejercicio Profesional Supervisado.

1. Pregunta directa de encuesta

¿Qué tipo de información le gustaría recibir sobre el Ejercicio Profesional Supervisado?

17 respuestas

- ✓ La actualizada
- ✓ Mixta
- ✓ Procesos
- ✓ Acerca de las fases y el promedio de tiempo de cada una
- ✓ Todos los procesos y como es el examen privado
- ✓ Instructivo de los pasos para realizarlo, y poder conocer el proceso de inscripción para el EPS
- ✓ Primero ampliar la información del hacer de un comunicólogo, segundos requisitos y esto se debería de desarrollar como parte del curso de métodos y técnicas de investigación. Para que el ejercicio sea más socializado y con mejor perfil del profesional que realiza diagnósticos comunicacionales.
- ✓ Proceso y tipos de proyectos que se pueden hacer en las empresas. Entrega de papelería de manera presencial e inmediata.
- ✓ En que consiste previo a entrar al propedéutico
- ✓ ----
- ✓ Cuando inicia, requisitos
- ✓ El proceso previo para registro
- ✓ Desde que documentos piden hasta en que consiste y que tanto hacen en el EPS
- ✓ La función de los supervisores como tal ya que no hay mucha información y no sabe uno en que sí y en qué no pueden ayudar
- ✓ las etapas del proceso deberían iniciarse en los últimos cursos de la licenciatura
- ✓ Tema de inscripción

- ✓ me gustaría que en la página de la escuela tengan un apartado de EPS para que pongan toda la información de requisitos porque la única fuente de información para mí fue la página de Facebook

Interpretación de respuestas obtenidas: La mayoría de los estudiantes solicitan información de procesos y requisitos actualizados para pertenecer al Ejercicio Profesional Supervisado. Además, necesitan que en la página institucional este un apartado específicamente para EPSL para solicitar toda la información ya que no es suficiente solo con la página de *Facebook*.

2. Pregunta directa de encuesta

¿Qué información considera que la coordinación del Ejercicio Profesional debe comunicar a los estudiantes para pertenecer al EPSL?

16 respuestas

- ✓ Los pasos concretos para la realización del EPS.
- ✓ Parámetros del EPS.
- ✓ Detallar cada paso desde la inscripción.
- ✓ Los requisitos principalmente y toda la información sobre de qué se trata el EPSL.
- ✓ Fechas, procesos y requisitos. Propedéutico por cada fase del EPSL.
- ✓ La papelería para aplicar a EPSL.
- ✓ Los requisitos, hacer más fácil la solicitud de estos, aparte del Propedéutico sería muy bueno una asesoría semanal, durante cada sábado que dure el desarrollo del EPS, como en la facultad de económicas. Ellos se reúnen de 2 a 5 de la tarde para revisar sus proyectos, hacer correcciones por parte de sus asesoras.
- ✓ Alianzas estratégicas con instituciones importantes para el desarrollo del país.
- ✓ procesos y documentación.
- ✓ Que deben poner atención a los cursos de investigación.
- ✓ Todos los requisitos previos a la fecha de inscripción.
- ✓ Que detalle los documentos que se necesitan para el EPS y que aclaren que deben tener completo lo de inglés.

- ✓ Desde un principio los documentos tienen que ser más visibles esos requisitos no solo cunados uno ya está dentro de.
- ✓ Información sobre qué tipos de diagnóstico puedo realizar previo a iniciar el trabajo para tener una mejor idea de qué se puede trabajar.
- ✓ Acceso a los requisitos por medio de un apartado en la página de la escuela o bien mantener actualizada la página de *Facebook*.
- ✓ Un banco de datos de las empresas que acepten epesista para todos aquellos que a última hora andan buscando donde realizar el EPS.

Interpretación de respuestas obtenidas: Los estudiantes consideran que la coordinación de EPSL debe comunicar los pasos concretos para pertenecer al mismo, mantener la página de Facebook actualizada y un listado de empresas donde puedan realizar su EPS.

3. Pregunta directa de encuesta

¿Qué tipo de información considera pertinente que se les envíe a las empresas para tener una mejor perspectiva sobre el EPS de Licenciatura en Ciencias de la comunicación?

17 respuestas

- 2 Un seguimiento constante de parte del asesor para tener seriedad en el asunto.
- 3 En qué consiste el EPS.
- 4 El fin del EPS y el beneficio para la empresa.
- 5 Enviarles la carta directamente ellos para que se vea el interés y el seguimiento que se le está dando al proyecto. También una reunión por zoom con las entidades a cargo de las empresas.
- 6 Un video informativo sobre la labor del epesista en la institución.
- 7 Videos, carta de notificación.

- 8 Qué es un diagnóstico comunicacional, el fin del proceso que es mejorar los procesos y venderles la idea de consultorías ya que en mi caso los socios al inicio no miraron con buenos ojos mi intervención dentro de la empresa.
- 9 Una presentación con breves menciones de algunos proyectos.
- 10 Ninguna, el estudiante en su capacidad debería de estar preparado para explicarlo a la empresa debido a su grado académico.
- 11 Sobre el trabajo que debe realizar el epesista en la institución o empresa.
- 12 Casos de éxito, testimoniales de empresas que ya han sido parte.
- 13 Que se aclare que consiste en 3 fases y que en la primera fase no necesariamente debe estar en oficinas, que el estudiante invierte tiempo para trabajar desde su casa y avanzar en cada etapa.
- 14 La función de un comunicador profesional ya que piensan que la comunicación es solo publicidad.
- 15 Que no es poner en mal a la empresa sino dar un aporte a partir de los problemas visualizados.
- 16 Sobre el desarrollo del EPS y en qué les beneficia.
- 17 Video explicativo o bien una presentación.
- 18 Considero que la presentación que se dio este 2022 habla ampliamente de lo que es el EPSL en la ECC.

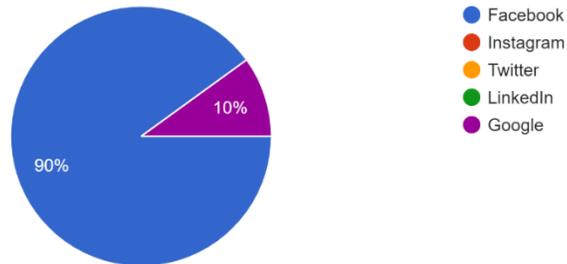
Interpretación de respuestas obtenidas: La información que los estudiantes consideran pertinente que se les envíe a las empresas para tener una mejor perspectiva es un video o presentación que explique las fases del EPS con el objetivo de dar a conocer los beneficios que obtendría la empresa con la realización del proyecto.

A continuación, se describen los resultados obtenidos en la encuesta realizada a estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación del último año de Licenciatura.
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScd3btnXbViton1BaY9ppvL3cwistwBQ4TDvVDQq0s2xVHk5Q/viewform?usp=sf_link

Figura 6

¿Qué red utiliza más para buscar información de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala?

10 respuestas



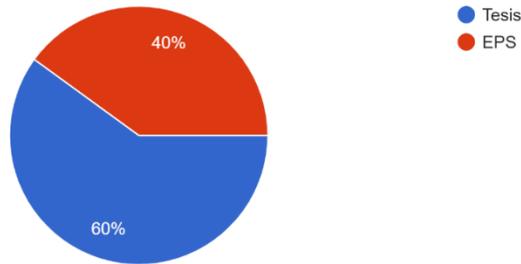
Fuente: Cindy Moreno marzo 2022

Interpretación figura 6: El 90% de los encuestados respondieron que la red que más utilizan es *Facebook*, mientras que *Google* lo utiliza el 10% e *Instagram*, *Twitter* y *LinkedIn* no lo utilizan para buscar información académica.

Figura 7

Se presentan diferentes opciones para obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Señale la que sea de su interés.

10 respuestas

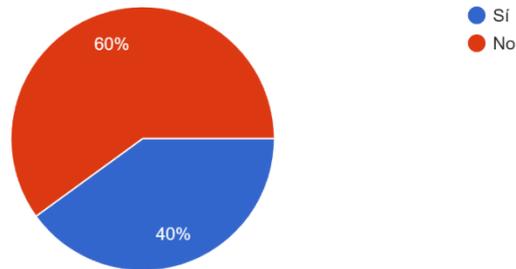


Fuente: Cindy Moreno marzo 2022

Interpretación figura 7: El 60% de los encuestados respondieron que prefieren la modalidad de tesis para obtener el Título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, mientras el 40% respondió que prefiere realizar un EPS de Licenciatura para obtener dicho grado académico.

Figura 8

¿Ha obtenido información sobre el Ejercicio Profesional Supervisado?
10 respuestas



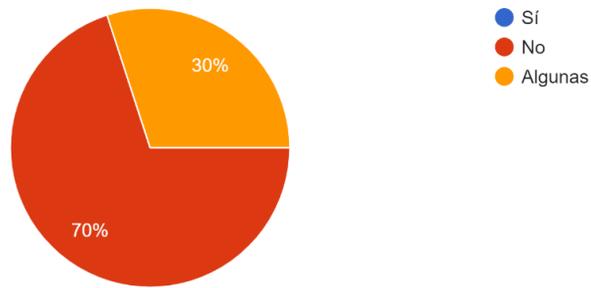
Fuente: Cindy Moreno marzo 2022

Interpretación figura 8: El 60% de los encuestados respondieron que no tienen información del Ejercicio Profesional Supervisado y el 40% si tiene información del Ejercicio Profesional Supervisado.

Figura 9

¿Tiene conocimiento de todas las etapas que debe seguir para realizar el EPS de Licenciatura de modo ordenado y adecuado?

10 respuestas



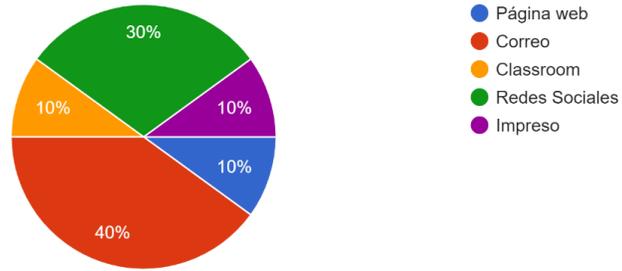
Fuente: Cindy Moreno marzo 2022

Interpretación figura 9: El 70% de los encuestados indicaron que no tienen conocimiento de las etapas que debe realizar para realizar el EPS de Licenciatura.

Figura 10

¿A través de qué medio considera que es más accesible recibir una Guía para realizar el EPS de Licenciatura?

10 respuestas



Fuente: Cindy Moreno marzo 2022

Interpretación figura 10: El 40% de los encuestados indicaron que por correo electrónico es más accesible recibir una guía con información de EPS de Licenciatura, el 30% prefiere en redes sociales, el 10% página web, el 10% *Classroom* y el otro 10% prefiere la guía impresa.

Interpretaciones del resultado de Entrevista

- A continuación, se describen los resultados obtenidos de la entrevista realizada a los supervisores de Alfredo Zam, de Activa Tv canal 5, y Angela Girón, de Radio Faro Cultura.
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScsEWeRAOR6XaqAVKAhJceu7uYv8K0oRqY15PY7g1G9SzyIaA/viewform?usp=sf_link

¿Por qué medios de comunicación le brindaron información acerca de los procesos que se tienen que realizar para ejecutar el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura?

2 respuestas

Por medio de correo electrónico y vía telefónica.

Por *Facebook* y por *Classroom*

¿De qué manera le gustaría que le enviemos la información sobre el desarrollo Ejercicio Profesional Supervisado?

2 respuestas

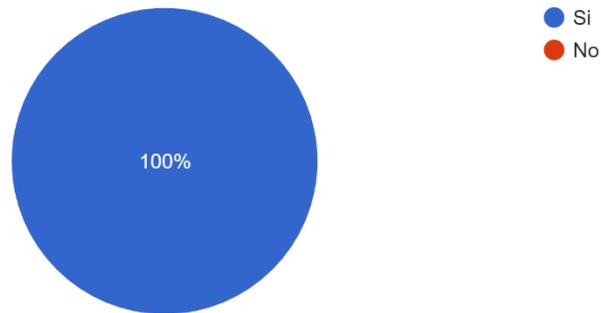
Por medio de un informe detallado, vía correo electrónico.

Power Point

Figura 11

4. ¿El estudiante le explico en que consiste y porque se pide una carta firmada y sellada de la empresa?

2 respuestas



Fuente: Cindy Moreno marzo 2022

Interpretación figura 11: El 100% de los entrevistados indicaron que los estudiantes les explicaron en qué consiste y porqué se pide una carta firmada y sellada de la empresa.

¿Qué información de relevancia considera necesaria que la Escuela de Ciencias de la Comunicación les brinde a las empresas?

2 respuestas

Los beneficios que la empresa obtendrá, al realizar una investigación sobre sí misma, y sobre todo cómo aportará al mejoramiento de la comunicación en la empresa.
Distribución de horas.

¿Cuáles considera que son los factores que influyen para que un egresista de Ciencias de la Comunicación realice su Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en la empresa/institución que representa?

2 respuestas

Su presentación personal, su manejo del discurso, que sea claro y conciso para que pueda expresar qué es lo que va a desarrollar. Que tenga claridad sobre cuál es la motivación que le llevó a realizarlo en la empresa y que sea convincente.
Pone en práctica sus conocimientos y es un proceso rápido para finalizar la formación académica.

¿Qué retroalimentación crítica nos podría brindar para mejorar la comunicación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación hacia las empresas?

2 respuestas

Abrir un canal directo de comunicación fluida y constante, porque una carta de solicitud es lo único que envían en nombre de la universidad, de ahí en adelante, nada más.
Debería entregar un esquema oficial de trabajo que debe hacer el estudiante para que las empresas puedan apoyar el proceso.

1.14 FODA comunicacional

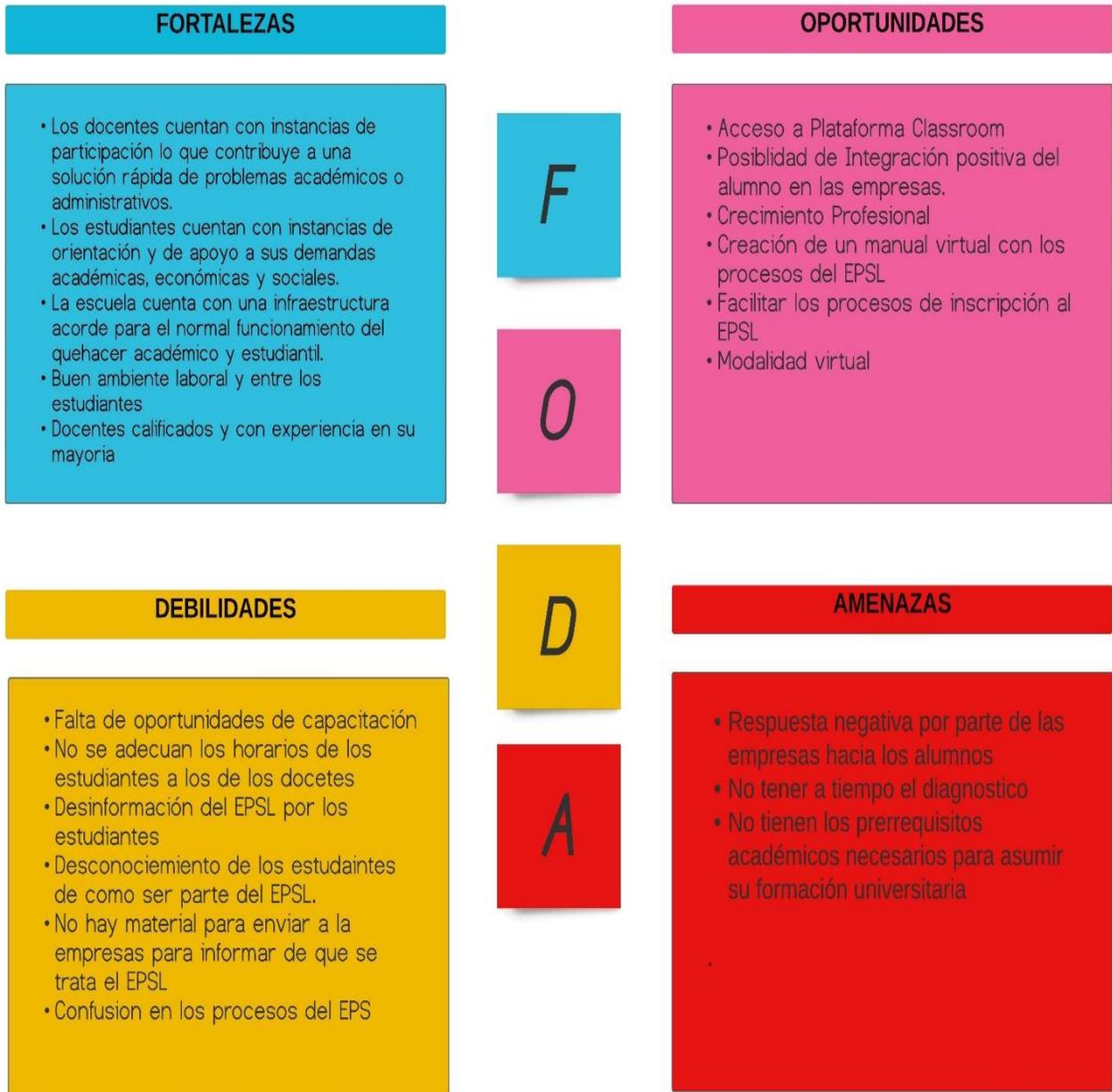
El FODA es una técnica de planeación que permite contar con información valiosa. En esta técnica se analiza los diferentes elementos que forman parte del funcionamiento interno de la empresa o institución y que pueden tener implicaciones en su desarrollo. Los principales puntos de este estudio es identificar las oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas que obstaculizan su operación.

La organización de la información de este proceso y la recolección de ideas partió por investigar y conocer a nivel interno las fortalezas y debilidades de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y luego dar a conocer a nivel externo las oportunidades y amenazas.

En el siguiente esquema de FODA se plantea la información encontrada mediante su estudio.

Figura 12

FODA



Fuente: Elaboración propia

1.15 Problemas Detectados

- La página institucional no cuenta con un correo específicamente para EPS Licenciatura. (<https://comunicacion.usac.edu.gt/contactos/>)
- No hay suficiente información del Ejercicio Profesional Supervisado en las páginas institucionales de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Muchas personas que tienen más de 5 años de no asistir a la universidad no conocen los procesos actualizados para realizar el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura.
- Las empresas no cuentan con información de los procesos del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura.

1.16 Planteamiento del problema comunicacional

En la realización del diagnóstico se detectaron problemas comunicacionales internos y externos, debido a que no hay un correo específico de EPSL en la página institucional de la Escuela de Ciencias de Comunicación, donde que los alumnos se puedan comunicar para resolver dudas sobre requisitos y procesos para la realización del Ejercicio Profesional Supervisado.

Hace falta promover y dar a conocer los procesos y requisitos mediante una guía o un manual para alumnos y empresas por medio de correo electrónico, el cual permitirá mejorar la comunicación de la coordinación del EPSL hacia los alumnos a al largo plazo, ya que se podrá enviar todo el contenido que se necesita saber para pertenecer al mismo.

Se trabajará en una estrategia de comunicación interna y externa en la cual los alumnos tendrán una herramienta para facilitar los proceso y requisitos para pertenecer al Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura.

1.17 Indicadores de Éxito

Toda intervención comunicacional correctamente gestionada debe partir de una buena planificación, por lo cual, si queremos medirla debemos tener claro el objetivo de comunicación que queremos alcanzar. Este objetivo, a su vez, debe partir de los objetivos de la empresa y el respectivo análisis de cómo contribuir a ellos desde la comunicación interna y externa.

- Conocimiento de la misión, visión y valores
- Uso de medios de comunicación adecuados
- Participación

Al mejorar la comunicación interna y externa de los epesistas en las redes sociales institucionales de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, cambiará la manera de transmitir los mensajes y la difusión de información.

1.18 Límites y Alcances de la investigación

Alcances

- Se realizará una descripción de los procesos que se deben seguir para pertenecer al Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura a modo de definición en donde se mejorará la comunicación interna y externa del EPS.
- Se delimitará la métrica relevante del proceso, necesidad crítica y recolección de información para el análisis en el desempeño del proceso.
- Se implementará las acciones de mejora a través de medios de comunicación.

Limitaciones

- El proyecto se enfocará únicamente en el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

1.19 Proyecto a desarrollar

Elaboración de material para mejorar la comunicación interna y externa del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Capítulo 2

2. Plan estratégico de comunicación

2.1 Plan de comunicación

Un Plan estratégico de comunicación es una programación donde se coloca la forma en la que la empresa va a comunicarse con su público objetivo y cuándo. En el plan se establecen los objetivos de comunicación que se desean alcanzar, también facilita un orden de las acciones que se realizarán. El plan estratégico tiene como objetivo lograr el conocimiento, el entendimiento y la participación activa del público objetivo en el desarrollo y la implementación del direccionamiento estratégico definido. (Valentín, 2020)

Existen dos tipos de plan de comunicación dependiendo al público que va dirigido, estos pueden ser internos o externos.

El plan de comunicación interno se dirige a los empleados para favorecer el traspaso de información entre los trabajadores de la empresa el objetivo es generar un buen clima laboral. Mientras, el plan de comunicación externo tiene como objetivo mejorar la imagen de la empresa, vinculando las relaciones de la compañía con diferentes grupos de interés. Una buena comunicación interna favorece la consecución de los objetivos de la comunicación externa, ambos planes de comunicación son complementarios.

2.2 Elementos comunicacionales

Martínez y Nosnik mencionan que comunicación es un proceso el cual las personas se ponen en contacto con otra a través de mensajes los cual se espera una respuesta. También afirman que la comunicación busca establecer un contacto con alguien mas por medio de pensamientos, ideas, hechos y conductas que buscan una reacción al comunicado enviado. (Martínez y Nosnik, 1988, p,12).

La comunicación tiene un objetivo, generalmente es de cambiar, reforzar o enseñar el comportamiento, actitudes y conocimiento del individuo que recibe el mensaje. La función mas importante del ser humano se desarrolla a través de la comunicación que permite un intercambio de ideas entre las personas y ofrece la posibilidad de compartir con su semejante cualquier tipo de inquietudes, deseos y frustraciones.

La comunicación intercambia información entre un emisor y un receptor donde se utiliza un código común.

Comunicación Interna

Es un conjunto de actividades realizadas por una organización para la creación de buenas relaciones entre miembros por medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para la contribución de mejorar su trabajo y lograr objetivos organizacionales.

Funciones de Comunicación Interna

- La implicación del personal (motivación-pertenencia)
- La armonía de las acciones de la empresa.
- El cambio de actitudes.
- La mejora de la productividad
- Humanizar a la dirección acercándola a la base.
- Adaptar a la organización a los cambios.
- Preparar a los colaboradores para determinadas crisis.
- Mejorar la imagen de la organización entre los colaboradores.
- El conocimiento de la realidad empresarial (nadie ama lo que no conoce).
- La amortiguación de la rumorología.

- Libertad de expresión de los colaboradores.

Comunicación Externa

Es un conjunto de procedimientos de comunicación destinados a los públicos externos de una organización. Interactuar entre los miembros de un grupo es una actividad muy importante en cuanto a organizaciones se refiere. Los individuos intentan ubicarse de manera mental en las empresas en diferentes categorías y se clasifican de acuerdo al nivel de importancia en la mente de cada uno.

La interacción mutua entre la empresa y la persona se logra con la interacción que va generando una serie de categorizaciones reciprocas entre las personas y las organizaciones, la cual se establece, enmarcando y reforzando las obligaciones y expectativas de cada uno de ellos en su relación.

La comunicación en una empresa deber se manejada cuidadosamente, ya que en la actualidad existe una contante guerra de mensajes y se debe ver de manera adecuada que mensaje se quiere dar al público. Esto ayuda a generar una buena reputación para construir relaciones fuertes con el público.

Comunicación organizacional

La comunicación en las organizaciones es parte del éxito. Los integrantes de la empresa como directores y gerentes se han dado cuenta que el buen funcionamiento y lo logro de objetivos, sea cual sea su giro, se bajas en la calidad de su producto y servicio y también en el funcionamiento y adecuada estructura de sus redes de comunicación .

La comunicación organizacional no es una moda, una tendencia pasajera, es una necesidad actual comprobada. Por ello es primordial destacar que la tarea del experto en comunicación, es tan

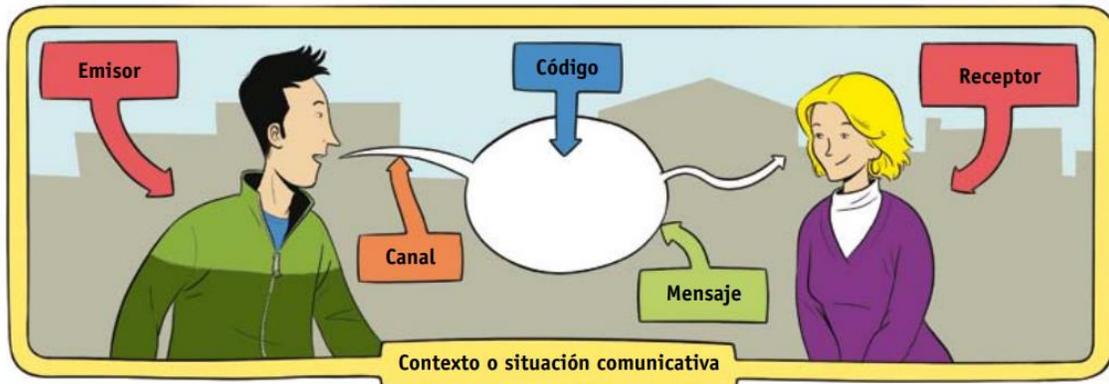
importante como la de los administradores, psicólogos y demás profesionales que se encuentran dentro de la corporación, pues el verdadero éxito requiere esfuerzo conjunto y multidisciplinario.

Para que sea posible el acto comunicativo es necesario una serie de elementos que constituyan un esquema cerrado:

1. Emisor: es quien emite el mensaje, mediante el proceso de codificación.
2. Receptor: es quien recibe el mensaje enviado por el emisor.
3. Mensaje: es la información que el emisor comunica al receptor.
4. Código: es un sistema de signos que el emisor y receptor emplean para intercambiar información.
5. Canal: es el medio donde se envía el mensaje, puede ser teléfono, redes sociales, correo. etc. el canal puede ser variable al momento de enviar el mensaje, ya que no será igual si se comunica por teléfono o por un correo electrónico o bien estando de frente el emisor y receptor.
6. Contexto: es la situación externa que rodea el acto comunicativo y que ayuda a la comprensión del mensaje, incluso modifica el significado de este dependiendo de cuál sea la situación comunicativa.

Los elementos indicados son de utilidad para entender la complejidad del proceso.

Figura 13



Fuente: <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448180445.pdf>

El Emisor será la coordinación del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de Comunicación, ya que es quien emitirá el mensaje, se compartirán los mismos canales y códigos comunicacionales con el receptor para que el proyecto pueda cumplirse de una manera exitosa.

El canal será por vía electrónica.

El código será el EPSL.

El Mensaje se mejorará para que los estudiantes entiendan mejor los procesos y requisitos del EPSL. Además, el canal de comunicación se reforzará con la creación de un correo electrónico.

Los receptores serán los estudiantes del décimo semestre de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y todos los estudiantes que ya tiene Cierre de Pensum y quieran pertenecer al EPSL.

2.3 Objetivos de la Estrategia

Objetivo General

Fortalecer la comunicación externa entre la coordinación y los diferentes públicos del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Objetivos Específicos

- Explicar el proceso para pertenecer al Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura proporcionando un material informativo útil para los estudiantes que deseen pertenecer al Ejercicio Profesional Supervisado.
- Promover el Ejercicio Profesional Supervisado a los estudiantes del décimo semestre de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Mejorar la comunicación externa del Ejercicio Profesional Supervisado.

2.4 Estrategia

Descripción técnica del Plan Estratégico de Comunicación

Esta estrategia pretende facilitar los procesos que tienen que seguir los estudiantes para pertenecer al Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura.

La Escuela de Ciencias de la Comunicación, por sus siglas ECC, forma parte de la Universidad San Carlos de Guatemala como una escuela no facultativa y depende directamente del Consejo Superior Universitario. Esta unidad académica se dedica a la formación de profesionales a nivel técnico en las especialidades de publicidad, locución y periodismo. Además, otorga el grado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación a los estudiantes que deseen obtener un grado académico mayor.

Por ello transmitir mensajes estudiantiles, informar procesos y requisitos para pertenecer al Ejercicio Profesional Supervisado de licenciatura EPSL de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala es, motivar y establecer una línea de comunicación entre estudiantes y la coordinación de EPSL.

Con base a los datos recabados durante el diagnóstico se estableció que los estudiantes no están siendo informados de los documentos que tienen que tener para poder pertenecer al EPSL. La página institucional no cuenta con un correo electrónico para poder pedir información sobre el proceso y los requisitos de EPSL. Por otro lado, los procesos y fases del EPSL no están claros para los estudiantes ni para las empresas ya que no hay un material de apoyo donde esté la información correcta.

Se propone entonces una estrategia que fortalezca la comunicación interna y externa del Ejercicio Profesional Supervisado, la cual se ejecutará en tres fases. En la primera se actualizará la página institucional con la colocación de un correo específicamente para el Ejercicio Profesional Supervisado, este procedimiento se hará mediante el encargado de las redes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Para la segunda fase se elaborarán dos guías: una para estudiantes y una para empresas, donde especifique los requisitos y procesos para pertenecer al Ejercicio Profesional Supervisado, esto con el fin de mejorar la comunicación interna y externa del EPSL. Estas guías se enviarán vía correo electrónico a todo aquel que se comunique para pedir información para pertenecer al EPSL.

En la tercera fase se realizará un video que se le enviará a las empresas de los estudiantes que realizarán el EPSL para que comprendan mejor las fases que deben seguir los estudiantes para realizar su proyecto dentro de la empresa.

2.5 Actividades o Acciones de la estrategia

Tabla 11

Guía para estudiantes

Acción o producto de comunicación	Descripción
Objetivo	Informar a los estudiantes sobre los procesos para ingresar al programa de EPSL
Producto de comunicación	Guía para estudiantes
Medios	Correo electrónico, página institucional, <i>Facebook</i>
Contenidos	<p>Procesos y requisitos para pertenecer al EPSL</p> <p>Se realizará una guía con todos los procesos y requisitos para pertenecer al EPS de Licenciatura para estudiantes del décimo semestre de licenciatura, así mismo, también se realizará una infografía para detallar de una mejor manera todo lo redactado en la guía.</p> <p>Requisitos para pertenecer al EPSL:</p> <p>12 niveles de inglés en CALUSAC</p> <p>Cierre de Pensum</p> <p>Inscripción de EPSL:</p> <p>Inscrito en el año en curso.</p> <p>Fotocopia de Carta de solicitud de prácticas Extendida por la coordinación del EPS de Licenciatura.</p> <p>Carta de Aceptación de la Empresa o Institución Extendida por la empresa o institución dónde se realizará el EPSL (original).</p> <p>Fotocopia de DPI completo y legible.</p> <p>Fotocopia del Acta de Graduación de Carrera Técnica: Se solicita en Control Académico.</p>

	<p>Fotocopia de Cierre de Pensum de Licenciatura Solicitarlo en Control Académico.</p> <p>Matrícula Consolidada</p> <p>Recibo de Pago del EPSL por Q.250.00</p>
Duración	<p>La información se le estará brindando al estudiante cuando la solicite por cualquiera de los medios antes descritos.</p> <p>Se espera estar transmitiendo dicha información en septiembre y octubre</p>
Persona encargada	<p>Ma. Luis Pedroza Gaytán</p> <p>Lic. Evelin Lisseth Hernández Mazariegos</p> <p>Cindy Paola Moreno Cermeño</p>

Fuente: Cindy Moreno

Tabla 12
Guía para empresas

Acción o producto de comunicación	Descripción
Objetivo	Informar a las empresas sobre las fases del programa de EPSL
Producto de comunicación	Guía para empresas
Medios	Correo electrónico, impreso y digital
Contenidos	<p>Se realizará una guía para las Empresas para que conozcan de qué se trata el EPS de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y sus fases.</p> <p>Se explicará detalladamente en qué consiste cada fase, cuántas fases son y el orden que deben seguir para realizar ordenadamente el proyecto.</p> <p>Fases: Diagnóstico Plan de comunicación Ejecución Evaluación</p>
Duración	Dicha información se le estará entregando al estudiante el día que se le entregue la carta de solicitud de prácticas.
Persona encargada	Ma. Luis Pedroza Gaytán Lic. Evelin Lisseth Hernández Mazariegos Cindy Paola Moreno Cermeño

Fuente: Cindy Moreno

Tabla 13*Video*

Acción o producto de comunicación	Descripción
Objetivo	Informar a las empresas las fases del EPSL
Producto	Video
Medios	El video se les estará brindado a los estudiantes el día que lleguen a traer la carta de solicitud de prácticas a la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
Temas a abordar	<p>Los temas a abordar serán: la explicación de cada fase del proyecto, cuántas horas tienen que realizar los estudiantes durante la práctica y desde qué fase empiezan a correr las horas.</p> <p>Ejemplo del video a realizar https://youtu.be/-PuSllvcdRc</p> <p>Se pretende dar una introducción que explique de qué se trata el Ejercicio Profesional Supervisado. En el núcleo del contenido se explicará en qué consisten las tres fases del proyecto y la duración de cada fase. En el cierre se dará una conclusión de la importancia de la realización del proyecto.</p>
Duración	1 minuto, en el mes de Septiembre
Persona encargada	<p>Ma. Luis Pedroza Gaytán</p> <p>Lic. Evelin Lisseth Hernández Mazariegos</p> <p>Cindy Paola Moreno Cermeño</p>

Fuente: Cindy Moreno

Tabla 14
Campaña informativa

Acción o producto de comunicación	Descripción
Objetivo	Informar a los estudiantes sobre le EPSL 2023
Producto	Campaña Informativa
Medios	<i>Facebook:</i> Actualizar información Pagina institucional: Crear un Correo institucional
Temas a abordar	Los temas a abordar serán: en qué consiste el EPSL, las fechas que se dará inicio el propedéutico, los proceso y requisitos para pertenecer al EPSL y un link para preinscripción del EPSL.
Duración	Septiembre y octubre dos veces a la semana
Persona encargada	Ma. Luis Pedroza Gaytán Lic. Evelin Lisseth Hernández Mazariegos Cindy Paola Moreno Cermeño

Fuente: Cindy Moreno

Es un conjunto de esfuerzos creativos que se realizan para lograr un objetivo a través de la persuasión. Lo que hace que una campaña sea una campaña, es que obedece a una estrategia. La publicidad informativa tiene como objetivo dar a conocer datos o hechos relevantes de una empresa o institución. Esta información se detalla claramente en la mayoría de los casos de manera comprobable y medible.

2.6 Público objetivo

El público objetivo del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura se encuentra conformado por estudiantes del décimo semestre con pensum cerrado que comprenden las diferentes jornadas: vespertina, nocturna y el Plan de Autoformación a Distancia –PAD- que funciona sábados.

Instituciones o empresas donde los estudiantes de la escuela solicitan hacer el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

2.7 Mensaje clave

El mensaje es para posicionar y dar seguimiento a la estrategia comunicacional del EPS de Licenciatura de manera clara, precisa y directa.

Estudiantes:

 ¡Descubre tu futuro!

 ¡Cada logro comienza con la decisión de intentarlo!

Empresas:

 ¡Los grandes logros siempre tienen lugar en el marco de grandes expectativas!

 ¡Un proyecto sin un camino crítico es como un barco sin timón!

2.8 Indicadores de las acciones

Tabla 15
Indicadores de éxito

Acción o producto de comunicación	Indicador cuantitativo	Indicador cualitativo
Guía	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Métricas en redes sociales ✓ Cantidad de descargas 	Comentarios positivos que los estudiantes hagan en las publicaciones
Video	Cantidad de estudiantes pre inscritos a EPSL Número de reproducciones	Opiniones de los supervisores de empresas donde los estudiantes pedirán su práctica.
Campaña informativa	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Métricas en redes sociales ✓ Reacciones 	Análisis de contenido a través de comentarios de redes sociales.

Fuente: Cindy Moreno

2.9 Recurso Humano

Tabla 16

Recurso humano

Personal	Puesto	Función
Ma. Luis Pedroza Gaytán	Coordinador de EPSL	Seguimiento y aprobación del proyecto.
Lic. Evelin Lisseth Hernández Mazariegos	Supervisora de EPSL	Seguimiento y aprobación del proyecto.
Alfredo Zam	Editor de video	Pre-producción, producción y post producción de material audiovisual.
Jeancarlo Elías	Diseñador	Diseño y diagramación de material gráfico y guías informativas.
Cindy Moreno	Estudiante del EPSL	Planificación, ejecución y control del proyecto.

Fuente: Cindy Moreno

2.10 Financiamiento y presupuesto

Tabla 17

Financiamiento y presupuesto

Cantidad	Financiamiento	Descripción	Precio unitario	Costo total
2	Estudiante de EPSL	Diseño de Guías e Infografías de requisitos y procesos.	Q.150.00	Q.300.00
1	Estudiante de EPSL	Producción de video de 1 minuto.	Q.1500.00	Q.1500.00
1	Estudiante de EPSL	Campaña Publicitaria, se creará material digital y un correo electrónico.	Q.600.00	Q600.00
1		Asesoría de comunicación	Q. 700.00	Q.700.00

Fuente: Cindy Moreno

2.11 Beneficiarios

El beneficiario principal será la coordinación del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura, que fortalecerá la comunicación interna y externa a través de materiales digitales por medio de una estrategia de comunicación que se presenta en el presente estudio.

Los beneficiarios secundarios serán los estudiantes que quieran pertenecer al Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura, ya que con el material que se les enviará se facilitara el procedimiento para poder obtener todos los requisitos necesarios y conocer el proceso para realizar su proyecto.

Tercer beneficiario la Escuela de Ciencias de la Comunicación

2.12 Áreas Geográficas de Acción

Universidad de San Carlos de Guatemala zona 12

Figura 14

Área geográfica de acción



Fuente: [mapa usac zona 12 - Bing images](#)

2.13 Cuadro operativo de la estrategia

Tabla 18

Cuadro operativo

Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica del impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Guía e infografía	Explicar el proceso para pertenecer al Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura a través de material informativo útil para los estudiantes que deseen pertenecer al Ejercicio Profesional Supervisado.	Q.800.00	Jeancarlo Elías	Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala, zona 12	Estudiantes antes de EPSL	Junio y julio 2022

Video	Mejorar la comunicación Externa del Ejercicio Profesional Supervisado	Q.3500.00	Alfredo Zam	Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala zona 12	Estudiantes de EPSL	Agosto y septiembre 2022
Campaña informativa	Promover el Ejercicio Profesional Supervisado	Q.500.00	Cindy Moreno	Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala zona 12	Estudiantes que quieren pertenecer al EPSL	Octubre y noviembre 2022

Fuente: Cindy Moreno

Capítulo 3

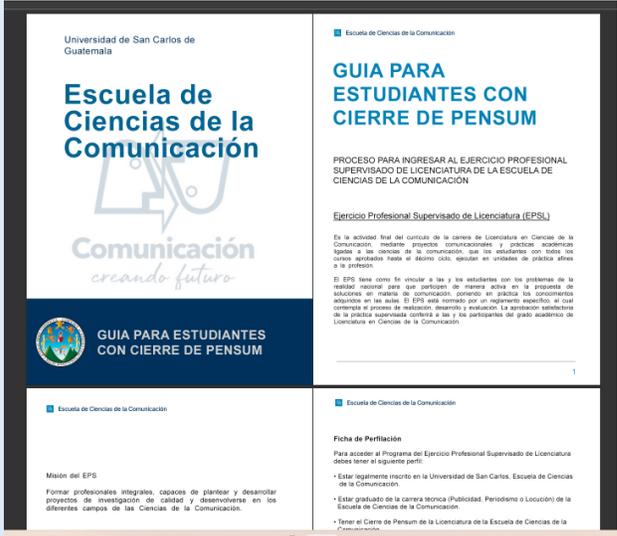
3. Informe de ejecución

El informe de ejecución del Plan de Comunicación tiene como objetivo presentar el contenido del material que se le va a brindar a los estudiantes que quieran pertenecer al Ejercicio Profesional Supervisado. El informe se estructura a partir del análisis de la fase de Diagnóstica donde se encontraron algunos problemas de comunicación que deben ser resueltos para que los próximos años el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura sea de más interés para los estudiantes.

En el Plan de Comunicación se realizó una Estrategia de comunicación para informar a los estudiantes de como pertenecer al Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en el cual se les brindará guías para ellos y para la empresa donde realizarán su proyecto. También se lanzará una campaña de información para que los estudiantes que tengan todos los requisitos solicitados puedan preinscribirse al EPSL 2023.

3.1 Actividad 1: Guía para Estudiantes que deseen ingresar al Ejercicio Profesional Supervisado 2023

Tabla 19
Actividad 1

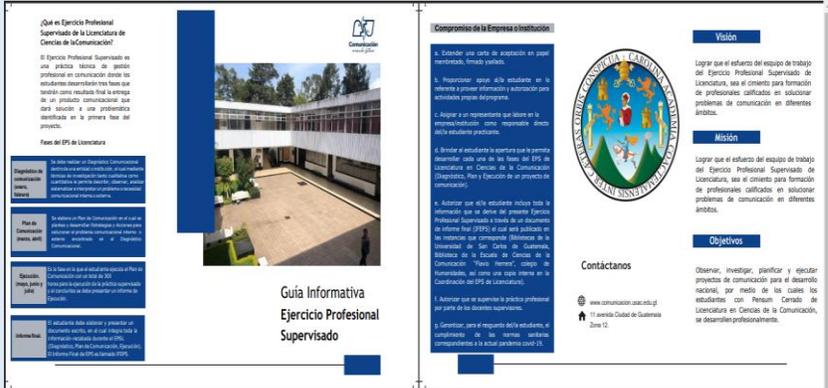
Guía para Estudiantes	Descripción
Objetivo	Informar a los estudiantes sobre los procesos para ingresar al programa de EPSL
Medio utilizado	Digital
Presupuesto utilizado	Q. 150.00
Resultados esperados	Con dicha guía se espera que los estudiantes que quieran pertenecer al Ejercicio Profesional Supervisado estén informados del proceso y requisitos para facilitar la inscripción del próximo año.
Evidencia del material (Fotografías, Capturas de pantalla, Imágenes, Links)	 <p>The screenshot shows a digital document with the following content:</p> <ul style="list-style-type: none"> Header: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación. Title: GUÍA PARA ESTUDIANTES CON CIERRE DE PENSUM. Section: PROCESO PARA INGRESAR AL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN. Sub-section: Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL). Text: En la actividad final del currículo de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, mediante proyectos comunicacionales y prácticas académicas ligadas a las disciplinas de la comunicación, que los estudiantes con todos los cursos aprobados hasta el último ciclo, equivan en unidades de prácticas afines a lo profesional. Text: El EPSL tiene como fin vincular a los y las estudiantes con los problemas de la realidad nacional para que participen de manera activa en la propuesta de actividades en materia de comunicación, promoviendo en práctica los conocimientos adquiridos en las aulas. El EPSL está normado por un reglamento específico, el cual contempla el proceso de selección, ingreso y evaluación. La duración académica de la práctica profesional varía entre 6 a 8 y se participa del grado académico de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Section: Ficha de Perfilación. Text: Para acceder al Programa del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura debes tener el siguiente perfil: Requirements: <ul style="list-style-type: none"> • Estar regularmente inscrito en la Universidad de San Carlos, Escuela de Ciencias de la Comunicación. • Estar graduado de la carrera (Mónica Publicidad, Pensum o Locución) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. • Tener el Cierre de Pensum de la Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Fuente: Cindy Moreno

<https://drive.google.com/drive/folders/1eBRMlgP3OT77HvwuSJ5ZxT0-NzpcYGAe?usp=sharing>

3.2 Actividad 2: Guía para empresas donde los estudiantes realizan el proyecto de EPSL

Tabla 20
Actividad 2

Guía para Empresas	Descripción
Objetivo	Informar a las empresas sobre las fases del programa de EPSL
Medio utilizado	Digital
Presupuesto utilizado	Q.150.00
Resultados esperados	El resultado que se espera obtener es mejorar la comunicación de estudiante a empresa para poder realizar de una manera ordenada el proyecto.
Evidencia del material (Fotografías, Capturas de pantalla, Imágenes, Links)	

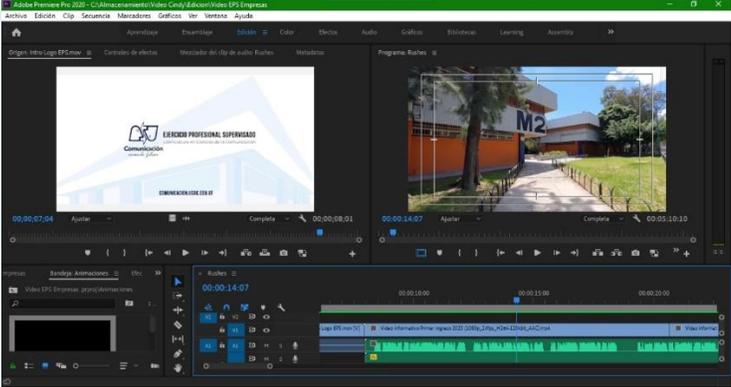
Fuente: Cindy Moreno

<https://drive.google.com/drive/folders/1eBRMIgP3OT77HvwuSJ5ZxT0-NzpcYGAE?usp=sharing>

3.3 Actividad 3: Video para Estudiantes y Empresas

Tabla 21

Actividad 3

Video Informativo	Descripción
Objetivo	Informar a las empresas las fases del EPSL
Medio utilizado	Digital y <i>Facebook</i>
Presupuesto utilizado	Q.1500.00
Resultados esperados	Que las empresas comprendan la importancia de mejorar la comunicación interna o externa.
Evidencia del material (Fotografías, Capturas de pantalla, Imágenes, Links)	

Fuente: Cindy Moreno

<https://drive.google.com/drive/folders/1eBRMIgP3OT77HvwuSJ5ZxT0-NzpcYGae?usp=sharing>

3.4 Actividad 4: Campaña Informativa en redes sociales.

Tabla 22

Actividad 4

Campaña Informativa	Descripción
Objetivo	Informar a los estudiantes sobre le EPSL 2023
Medio utilizado	<i>Facebook:</i> Actualizar información Pagina institucional: Crear un Correo institucional
Presupuesto utilizado	Q.600.00
Resultados esperados	Los temas a abordar serán: en qué consiste el EPSL, los procesos y requisitos para pertenecer al EPSL y un link para preinscripción del EPSL. Los resultados esperados son comentarios positivos que los estudiantes hagan en las publicaciones y que los estudiantes se interesen en realizar este proyecto que es un buen aporte a las empresa e instituciones para mejor la comunicación.
Evidencia del material (Fotografías, Capturas de pantalla, Imágenes, Links)	

¿Cómo pertenecer al EPSL?

Para acceder al Programa del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura debes tener el siguiente perfil:

- Estar legalmente inscrito en la Universidad de San Carlos, Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Estar graduado de la carrera técnica (Publicidad, Periodismo o Locución) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Tener el Cierre de Pensum de la Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Disponibilidad de tiempo para las actividades del EPSL, tanto para los cursos propedéuticos, reuniones, como la realización de las 300 horas de práctica).

¿Dónde puedo realizar mi EPS Licenciatura?

- Organizaciones Gubernamentales OC's
- Organizaciones no Gubernamentales ONG's
- Fundaciones Medios de Comunicación Social Programa de Becas EPSLMA (Ejercicio Profesional Supervisado Multidisciplinario)
- A partir del año 2014, el Ejercicio Profesional Supervisado lo puedes realizar en la empresa donde trabajas, el único requisito es que sea en el departamento u oficina de Comunicación.

¿Qué es Pensum Cerrado?

Es un documento que certifica que han aprobado la totalidad de cursos establecidos en el Pensum de la carrera de Ciencias de la Comunicación.

Requisitos de Cierre de Pensum

- Examen privado o EPS de la carrera técnica aprobados
- 12 niveles de CAL USAC de idioma extranjero (<https://cal.usac.usac.edu.gt>)

Requisitos para pertenecer al EPSL

1. Carta de Solicitud de parte de la ECC para la Empresa o Institución
2. Carta de Aceptación de la Empresa o Institución dónde realizara el EPSL (Original)
3. Fotocopia de carta de solicitud de prácticas firmada y sellada por su jefe inmediato (extendida por la ECC).
4. Fotocopia de DPI completo y legible.
5. Fotocopia de Acta de graduación de la Carrera Técnica.
6. Cierre de Pensum de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
7. Matrícula consolidada o solvencia general, extendida por el Departamento de Caja de la USAC (Deben verificar que la fecha de vencimiento de este documento sea del 15/11 del año en que cura en adelante)
8. Fotocopia de pago por Q250.00 es el derecho a cursar el programa de EPSL.
9. Solvencia general de no poseer bienes de la ECC
10. Solvencias de bibliotecas: Central y de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Flavio Herrera

Temporalidad del EPSL

- El EPS se desarrollará en 4 fases con la siguiente duración en horas efectivas de trabajo:
- Fase de Propedéutica (enero)
- Fase de Diagnóstica (enero-febrero)
- Fase de Planificación (febr)
- Fase de ejecución con una duración de 300 horas efectivas de trabajo de campo (mayo, junio, julio)
- Fase de informe de EPS que deberá presentarse a más tardar 15 días calendario después de concluida la fase de ejecución

Proceso para pertenecer al EPSL

Propedéutico.

El estudiante recibe información indispensable sobre el contenido del EPSL, para ubicarlo en el contenido de dicho programa. Se realiza sobre la etapa de propedéuticos y plan de comunicación. Consiste en un curso impartido por los asesores de EPS nombrados por el Coordinador el cual es 100% obligatorio, donde se desarrollará una serie de conferencias relacionadas a:

- Información sobre requisitos de inscripción
- Desarrollo de contenido de guías para informes
- Técnicas de redacción de informes técnicos
- Normas APA

Fuente: Cindy Moreno

<https://drive.google.com/drive/folders/1eBRMlgP3OT77HvwuSJ5ZxT0-NzpcYGae?usp=sharin>

4. Cronograma

Tabla 23
Cronograma

Mes	Enero						Febrero			Marzo										Abril				Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre			
Temporalidad	24	25	26	27	28	31	2	3	10	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	4	5	6	7	13							
Actividades																																	
Inicio de Observación Directa																																	
Material de apoyo																																	
Reunión virtual-Propedéutico del diagnóstico																																	
Envío de Ficha de Perfilación																																	
Entrega de ficha de perfilación																																	
Conferencia Normas APA																																	
Conferencia Normas APA																																	
Envío de listado de Supervisores																																	

Conclusiones

- Se planteó un FODA comunicacional que fue resultado del diagnóstico realizado a través de una metodología mixta, también la utilización de encuestas y entrevistas como instrumentos de recolección.
- Las encuestas indicaron que un porcentaje mínimo de estudiantes conoce los requisitos para acceder al EPSL.
- La práctica profesional es de ayuda para el estudiante de EPS, ya que brinda una preparación integral a través de la modalidad investigación-acción, debido a que se investiga, se propone, se ejecuta, se controla y se evalúa las distintas acciones.
- La elaboración de un plan de comunicación es importante porque la planificación es muy necesaria, primero para establecer diagnósticos y situaciones, así mismo, adecuar objetivos y acciones encaminadas a tener éxito en la institución.
- Las empresas e instituciones deben saber que la comunicación no es un gasto, que la comunicación es una inversión y como tal tiene una rentabilidad que hay que conocer, aunque los resultados se vean a medio y largo plazo.
- Proporcionar un material digital a los alumnos y a las empresas, implica condiciones favorables durante el desarrollo del proyecto, esto estimulará la creatividad y el empleo de recursos estratégicos en áreas de una funcionalidad y eficacia comunicativa.

Recomendaciones

- Continuar con la investigación de los problemas de comunicación que existen en la Escuela de Ciencias de Comunicación y solucionarlos para poder hacer el cambio en el tema de relaciones personales e interpersonales. Este tema debe ser investigado todos los años ya que vamos avanzando grandemente gracias a la tecnología, y así poder facilitar los procesos administrativos, tanto de la Escuela de Ciencias de la Comunicación como a la Coordinación del Ejercicio Profesional Supervisado.
- La Escuela se tiene que enfocar en mejorar la Comunicación día a día para que la sociedad se interese más en educación y que se analice y se interprete con enfoque crítico la realidad nacional y así mismo poder contribuir a la transformación.
- Proponer la elaboración de estrategias de comunicación que contenga acciones que permitan mejorar la comunicación interna y externa de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Las acciones de comunicación externa deben ser compartidas con los públicos internos, así se podrá establecer un sistema de información y de imagen que permita emitir y recibir una valoración adecuada, permanente y dinámica sobre la contribución que aporta la comunicación a la evolución y a la mejora de la Escuela.

Referencias Bibliográficas

- Aguirre Romero, M.J. (2016). *Ética de los medios de comunicación* (1ra. Ed.). España: Herder
- Andrade, de la Cruz. J.O., *Implementación de la Plataforma Electrónica Classroom en el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala – 2017* (Tesis de Licenciatura) Universidad de San Carlos de Guatemala. Recuperado de http://biblioteca.usac.edu.gt/EPS/16/16_0426.pdf
- Aljure Saab A. (2015). *El plan estratégico de comunicación, Método y recomendaciones prácticas para su elaboración*. (1ra. Ed.). Rambla del Poblenou, Barcelona: UOC.
- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna. Proceso, disciplina y técnica*. (1ª. Ed.) España: Netbiblo.
- Bernal, L.G. (2009). *Argumentos 7, Comunicación y Lenguaje* (1ra. Ed.). Lima, Perú: Santillana.
- Bracamonte G., Yucuté M., & Jiménez A. I. (2006, noviembre). *Manual de Organización Escuela de Ciencias de la Comunicación*. Recuperado de [Manual de Organización de Ciencias de la Comunicación \(usac.edu.gt\)](http://biblioteca.usac.edu.gt/EPS/16/16_0426.pdf)
- Cala, I. & Cruz, C. (2015). *Las dos caras de la comunicación* (1ra. Ed.). México: Éxito.
- Canel, M. J. (2010). *Comunicación de las instituciones públicas* (1ra. Ed.). Madrid, España: Tecnos, Grupo Anaya.
- Comunicación, E. C. (1976). *Reglamento General de la Escuela de Ciencias de la Comunicación*, 1976. Guatemala.

Flores, Castro. Z. M., Estrategia de comunicación para el fortalecimiento de la imagen institucional del ejercicio profesional supervisado de licenciatura de la escuela de ciencias de la comunicación de la universidad de san Carlos de Guatemala – 2015 (Tesis de Licenciatura) Universidad de San Carlos de Guatemala. Recuperado de. http://biblioteca.usac.edu.gt/EPS/16/16_0202.pdf

Gamboa, J. C. (2011). Comunicación estratégica: Guía Práctica para proyectos de desarrollo. (1ª. Ed.) Washington D.C.: Fondo multilateral de inversiones.

Hernández, Mazariegos. E. L., Divulgación y fortalecimiento de la imagen institucional del ejercicio profesional supervisado de licenciatura de la escuela de ciencias de la comunicación de la universidad de san Carlos de Guatemala – 2016 (Tesis de Licenciatura) Universidad de San Carlos de Guatemala. Recuperado de. http://biblioteca.usac.edu.gt/EPS/16/16_0352.pdf

Hernández Sampieri, Roberto (2006). Metodología de la investigación (6ta. Ed.). México. McGRAW-HILL Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Hohenberg, John. (1982) Ciencias Técnicas de la información en los medios masivos de comunicación (4ta. Edición). México: Interamericana.

Huidobro, J. M. (2014). Comunicaciones por radio: tecnologías, redes y servicios de radiocomunicaciones, el espectro electromagnético (1ra. Ed.). México: Alfaomega.

Interiano, C. (2015). Comunicación y Trabajo (1ra. Ed.). Guatemala: Fénix.

Lillo, J. (2015). Los 360° de la comunicación (1ra. Ed.). Colombia: Ediciones de la U.

Maquiavelo, N.B. (2003). El Arte de la Guerra (1ª. Ed.). Buenos Aires: Losada

- Martínez Alonzo, R. (2013). El Manual del Estratega: Los 5 estilos de hacer estrategia. (1ª. Ed.). España: Gestión
- Méndez, C. (2009). Metodología, Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación. (4ª Ed.). McGraw Hill. México.
- Pérez González R.A. (2008). Estrategias de Comunicación (4ª. Ed.). Barcelona: Ariel.
- Rodríguez Valencia, J. (2006). Administración con Enfoque Estratégico. (1ª. Ed.). España: Trillas
- Tamayo y Tamayo, M. (2007). El proceso de Investigación Científica. (4ª Ed.). Limusa Noriega Editores. México
- Urizar, C. (2011). Historia de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Guatemala, Guatemala.
- Vides, Samayoa. L.M., Estrategias para fortalecer la comunicación interna y externa en el ejercicio profesional de licenciatura -EPSL- de la escuela de ciencias de la comunicación de la universidad de san Carlos de Guatemala - 2017 (Tesis de Licenciatura) Universidad de San Carlos de Guatemala. Recuperado de. http://biblioteca.usac.edu.gt/EPS/16/16_0485.pdf
- Zallo Elgezabal, R. (2016). Tendencias en comunicación: cultura digital y poder (1ra. Ed.). Barcelona: Gedisa.
- Zapata, A. (2006). Metodología para la mediación de la seguridad y riesgos en los proyectos de la gerencia de ingeniería y medio ambiente de SIDOR. Trabajo Especial de grado para optar al título de especialista en Gerencia de Proyectos. Universidad Católica Andrés Bello. Venezuela.

Zúñiga Diéguez, Guillermo (2005) Técnicas de Estudio de Investigación. (1ra. Ed.). Guatemala:
Grupo editorial Águilas en las Alturas.

Anexos

Anexo 1: Modelo de encuesta realizada



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Encuesta dirigida a estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación que actualmente se encuentran desarrollando su EPS de Licenciatura.

morencindy@gmail.com [Cambiar de cuenta](#) 

*Obligatorio

Correo *

Tu dirección de correo electrónico

¿Qué red utiliza más para buscar información de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala?

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

Google



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Encuesta dirigida a estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación del último año de Licenciatura.

morencindy@gmail.com [Cambiar de cuenta](#)



*Obligatorio

Correo *

Tu dirección de correo electrónico

¿Qué red utiliza más para buscar información de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala? *

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn
- Google

Anexo 2: Vaciado de encuestas

Encuesta dirigida a estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación que actualmente se encuentran desarrollando su EPS de Licenciatura.

Marca temporal	Dirección de correo electrónico	¿Qué red utiliza?	¿Con qué medio interactúa?	¿Cómo se actualiza?	¿A través de qué IA o red social?	¿Qué tipo de información considera pertinente que se le envíe a las empresas para tener una mejor perspectiva sobre el EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación?	¿Cómo se actualiza?	¿A través de qué IA o red social?	¿Qué tipo de información considera pertinente que se le envíe a las empresas para tener una mejor perspectiva sobre el EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación?
16/03/2022 18:47:04	jonathancorji@facebook.com	Facebook	Si	Internet	No	Mixta	Si	Digital	Los pasos concretos y un seguimiento constante de parte del asesor para tener seriedad en el asunto
16/03/2022 18:48:20	deloygram@facebook.com	Facebook	Si	Internet	No	Mixta	Si	Digital	Parámetros del EPS. En qué consiste el EPS
16/03/2022 18:49:18	208172920@facebook.com	Facebook	Si	Internet	No	Mixta	Si	Digital	Detallar cada paso del EPS y el beneficio para la empresa
16/03/2022 18:51:17	naburanto@páginaweb.com	Página Web	Si	Internet	No	Mixta	Si	Digital	Los requisitos principal Enviarle la carta directamente ellos para que se vea el interés y el seguimiento que se le está dando al proyecto. También una reunión por zoom con las entidades a cargo de las
16/03/2022 18:51:41	230280121@google.com	Página web	Si	Internet	No	Mixta	Si	Digital	Fichas, procesos y no Un vídeo informativo sobre la labor del especialista en la institución
16/03/2022 18:51:46	kapaximaga@facebook.com	Redes sociales	Si	Internet	No	Mixta	Si	Digital	La papelería para aplicar Vídeos, carta de notificación
16/03/2022 18:57:17	1761459740@facebook.com	Facebook	Si	Internet	No	Mixta	Si	Digital	Los requisitos, hacer el diagnóstico comunicacional, el fin del proceso que es mejorar los procesos y venderles las ideas de consultoría ya que en mi caso los socios al inicio no miraron con
16/03/2022 18:59:02	angara@facebook.com	Facebook	Si	Internet	No	Mixta	Si	Digital	Los requisitos, hacer el diagnóstico comunicacional, el fin del proceso que es mejorar los procesos y venderles las ideas de consultoría ya que en mi caso los socios al inicio no miraron con
16/03/2022 19:01:32	ryssa.rivad@facebook.com	Facebook	Si	Internet	No	Mixta	Si	Digital	Alianzas estratégicas Una presentación con breves menciones de algunos proyectos.
16/03/2022 19:01:46	jesusarancio@facebook.com	Facebook	Si	Internet	No	Mixta	Si	Digital	proceso y documento ninguno el estudiante en su capacidad debería de estar preparado para explicarlo a la empresa debido a su grado académico
16/03/2022 19:02:17	2813590240@facebook.com	Ninguno	Si	Internet	No	Mixta	Si	Digital	Que deben poner atención Sobre el trabajo que debe realizar el especialista en la institución o empresa
17/03/2022 19:13:50	manachumel@facebook.com	Facebook	Si	Internet	No	Mixta	Si	Digital	Todos los requisitos en Casos de éxito, testimonios de empresas que ya han sido parte.
17/03/2022 19:17:34	mariaa_valle@facebook.com	Facebook	Si	Internet	Si	Mixta	Si	Digital	Que detalle los documentos que se acaban que consiste en 3 fases y que en la primera fase no necesariamente debe estar en oficinas, que el estudiante invierte tiempo para trabajar desde su casa y avanzar
17/03/2022 19:35:54	michela.09@páginaweb.com	Google	Si	Internet	No	Mixta	Si	Digital	Desde un principio las. La función de un comunicador profesional ya que piensan que la comunicación es solo publicidad
17/03/2022 19:36:29	252398769@facebook.com	Facebook	Si	Internet	No	Mixta	Si	Digital	información sobre qué, que no es poner en mal a la empresa sino dar un aporte a partir de los problemas visualizados
17/03/2022 19:39:18	hasanm86@facebook.com	Facebook	Si	Internet	Si	Mixta	Si	Digital	Sobre el desarrollo del EPS y en que las beneficia
17/03/2022 19:49:07	mariferbarra@facebook.com	Facebook	Si	Internet	No	Mixta	Si	Digital	Acceso a los requisitos Vídeo explicativo o bien una presentación
17/03/2022 19:57:26	benito.lalari@facebook.com	Facebook	No	Internet	Si	Mixta	Si	Digital	Una batería de datos o Considero que la presentación que se dio está 2022 habla ampliamente de lo que es el EPS, en la ECC

Encuesta dirigida a estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación del último año de Licenciatura.

Marca temporal	Dirección de correo electrónico	¿Con qué medio interactúa?	¿Ha interactuado?	¿Si la red social?	¿Tiene contenido?	¿A través de qué IA o red social?	¿Sabe explicar?	¿Cuáles son los términos para obtener dicho documento?	
16/03/2022 19:36:39	valery1998pg@facebook.com	No	EPS	No	Correo	No	Página web	Si No se pueden adelantar cursos	
16/03/2022 19:36:44	lalo38720@gmail.com	No	Tesis	Si	Por Facebook	No	Correo	Si Solicitarlo a control académico tras haberlo pagado.	
16/03/2022 19:42:19	lemussaralourd@facebook.com	Si	Tesis	No	Facebook	No	Correo	Si Haber aprobado todos los cursos de la carrera	
16/03/2022 19:51:28	1997019380101@google.com	Si	EPS	Si	Facebook	No	Correo	No	
16/03/2022 20:07:14	erickachitay199k@facebook.com	Si	Tesis	Si	Por Facebook	0 Algunas	Impreso	Si Obter los cursos aprobados de la carrera a fin	
16/03/2022 20:37:49	rpas@hotmail.es@facebook.com	Si	Tesis	No	Redes	No	Redes Sociales	Si Tener completos y aprobados los cursos de la carrera, incluidos los 2 de otro idioma.	
16/03/2022 20:39:38	mycetino@gmail.com	No	EPS	No	N/A	Canal	No	Redes Sociales	Si Tener todos los cursos aprobados, incluyendo el inglés
16/03/2022 21:01:53	briela_santos@facebook.com	Si	Tesis	No	Redes	No	Redes Sociales	No	
16/03/2022 22:10:00	walter23376@facebook.com	Si	EPS	Si	Por medio	Por medio	Algunas	Classroom	Si Debe de tener todos los cursos aprobados tanto de la carrera técnica como la licenciatura.
16/03/2022 22:14:28	samyoyaselena@facebook.com	Si	Tesis	No	Una	ch	Algunas	Correo	Si El pensum cerrado, se obtiene al ganar todas las materias establecidas por la Escuela.

Anexo 3: Modelo de Entrevista Realizada



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Entrevista de opinión para conocer la percepción de las empresas / instituciones sobre la información y comunicación del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

morencindy@gmail.com [Cambiar de cuenta](#)



*Obligatorio

Correo *

Tu dirección de correo electrónico

¿Por qué medios de comunicación le brindaron información acerca de los procesos que se tienen que realizar para ejecutar el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura? *

Tu respuesta

¿De qué manera le gustaría que le enviemos la información sobre el desarrollo Ejercicio Profesional Supervisado? *

Tu respuesta

Entrevista a Gabriela encargada de Control Académico

1. ¿Qué debe presentar el estudiante ante la institución para tener el ingreso al Ejercicio Profesional Supervisado?

X En dónde se localizan los requisitos del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura?

3. ¿Qué es una matrícula consolidada?

4. ¿Puede variar el precio de la matrícula consolidada?

5. Si su respuesta fue positiva ¿Por qué varía el precio?

6. ¿Dan matrícula consolidada de Licenciatura antes de Cierre de Pensum?

7. ¿Cuáles son los requisitos para obtener el Cierre de Pensum?

8. ¿Cuál es la página donde se puede visualizar toda la información de Ejercicio Profesional Supervisado?

9. ¿Cómo gestionar los documentos de forma virtual?
explicar los procesos

- 10. ✓ - equivalencias de idioma
- 11. ✓ - Cierre de Pensum técnica
- 12. ✓ - Acta de cierre

13. ¿Cuáles son los problemas que tienen los estudiantes frecuentemente?

C
Linduy - epesiste

10

Entrevista

1. Debe consultar los requisitos al coordinador de Eps.

2. El coordinador de Eps los publica en redes sociales.

3. Es la constancia de inscripción que el departamento de Registro y Estadística extiende a los estudiantes que se encuentran pendiente de exámenes generales (PEG).

4. Si, puede variar.

5. Depende del tiempo que se ha ausentado el estudiante de la universidad.

6. No, la matrícula consolidada se extiende a los estudiantes que ya tienen cierre de pensum.

7. Haber cerrado los 20 cursos de la carrera de licenciatura (incluye idioma I y II)

8. Página institucional www.comunicacion.usac.edu.gt

9. Debido a la pandemia se habilitó un correo para cada carrera, los cuales se encuentran en la página institucional.

10. Para solicitar equivalencia del idioma extranjero debe enviar su solicitud a la

coordinación académica, correo coordinacionacademica@ecplataforma.usac.edu.gt y adjunta los siguientes

documentos:

- Certificado original emitido por Calusac (fecha de emisión 2022)

- Copia de Dpi.

- Constancia de inscripción 2022. (se inscribe como estudiante de reintegro en la página de Registro y Estadística www.dre.usac.edu.gt)

11. Para solicitar documentos debe ingresar al gestor de pagos de la universidad <https://sifit.usac.edu.gt/darousac/faces/menu.jspx> y elegir la opción "certificación Q2.00" luego envía la boleta de pago al correo correspondiente a la carrera.

12. La misma respuesta anterior de la pregunta 11.

13. No comprenden instrucciones

Anexo 5: Registro de Horas de práctica



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2022



Registro de Horas de práctica

Nombre del Alumno (a): Cindy Paola Moreno Cermeño
No. Carné y DPI: 201604419
Jefe o Encargado (a): M.A. Luis Pedroza
Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala
Institución o Empresa: de Guatemala
Supervisor de EPSL: M. A. Evelin Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS DE PRÁCTICA						Total, horas en la Semana	Actividades realizadas
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.		
1	Del: 23 / Al: 28	Mayo	4	4	3	4	5	6	26 hrs.	Organización del Plan de Comunicación
2	Del: 30 de mayo / Al: 4	Junio	5	7	6	2	7	8	35 hrs.	Realización de guías para estudiantes y empresas. Elaboración de guías para estudiantes y empresas. Entrega a Supervisora para revisión.
3	Del: 20 / Al: 25	Junio	4	4	3	4	5	6	26 hrs.	Cotización de video y campaña informativa Elaboración de guías digitales. Presentación del avance de la Estrategia de Comunicación Entrega artes finales
4	Del: 27 de junio / Al: 2	Julio	6	5	3	6	7	10	37 hrs.	Exposición de lo trabajado. Observaciones y cambios. Correcciones

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS DE PRÁCTICA						Total horas en la Semana	Actividades realizadas
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.		
5	Del: 4 / Al: 9	Julio	3	4	5	4	4	5	25hrs.	Uso de la tecnología para mejorar el proceso de comunicación interna. Diagramación de imágenes que se publicaran en la campaña informativa que se realizará en Facebook
6	Del: 11 / Al: 16	Julio	3	9	7	3	7	10	39 hrs.	Presentación de Campaña Informativa para mejorar la comunicación interna de Ejercicio Profesional Supervisado de licenciatura.
	Del: 18 / Al: 23		3	4	5	4	4	5	25hrs.	Recolección de material para la realización del video informativo que va dirigido a las Instituciones o Empresas.
	Del: 25 / Al: 30		4	5	5	5	5	5	29 hrs.	Recolección de material para la realización del video informativo que va dirigido a las Instituciones o Empresas.
7	Del: 08 / Al: 27	Agosto	7	6	4	5	3	7	32 hrs.	Realización del video que se les estará entregando a las instituciones o empresas donde se va realizar EPSL el próximo año.
8	Del: 03 / Al: 24	Septiembre	4	4	3	4	5	6	26 hrs.	Elaboración de documentos. Formatos de texto. Informe Final
TOTAL DE HORAS DE PRACTICA REGISTRADAS									300 hrs.	



M.A. Luis Pedroza
Jefe encargado

M.A. Evelin Hernández
Supervisor-EPSL

Anexo 6: Imágenes

CÓMO CREAR UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

by Silvia Mazzoli



Definir y cuantificar
objetivos

Escoger el
público objetivo

Seleccionar los
medios de comunicación



Establecer el
presupuesto

Diseñar el
contenido y los mensajes

Definir el
plan de acción
cómo, cuando, duración



Asignar
responsables

Definir instrumentos de
medición y control

¡LIST@S!

Consejos al aplicar una encuesta





5 RAZONES POR LAS QUE CONTAR CON UN PLAN DE COMUNICACIÓN

1
No es un gasto,
sino una inversión



2

Concentra tus
esfuerzos en lo que
de verdad te interesa



3
Multiplica
tú visibilidad y
minimiza errores



4

No divagues,
simplemente sigue lo
establecido



5
Transmite lo mejor
de tu empresa de
la forma adecuada



PLAN DE COMUNICACIÓN

1 ANÁLISIS INICIAL



2 OBJETIVOS SMART

Específicos, medible, alcanzable, relevante y limitado en el tiempo



3 PÚBLICO OBJETIVO

Personas a las que vamos a dirigir nuestro producto/servicios
Sexo, nivel de estudios, localidad,...
SEGMENTACIÓN



4 MENSAJE

Claro y conciso
Apostar por la sencillez.
Evitemos mensajes o procesos complicados.



5 COMUNICACIÓN INTERNA

Para comunicar bien al exterior, antes debemos comunicar bien entre los miembros de la entidad.



6 COMUNICACIÓN EXTERNA

Comunicación digital: web, blog, redes sociales, newsletter, mailing, webinar...
Comunicación offline: eventos, medios de comunicación tradicionales, buzoneo...



7 PLAN DE CRISIS

Plan de prevención ante una crisis comunicativa



8 PLAN DE ACCIÓN

Programación de las acciones de comunicación y marketing



9 PRESUPUESTO

Cantidad económica con la que contamos para poner en marcha todas las acciones de comunicación y marketing



10 EVALUACIÓN

Métricas y analíticas para conocer la efectividad del plan y si fuera necesario poner medidas

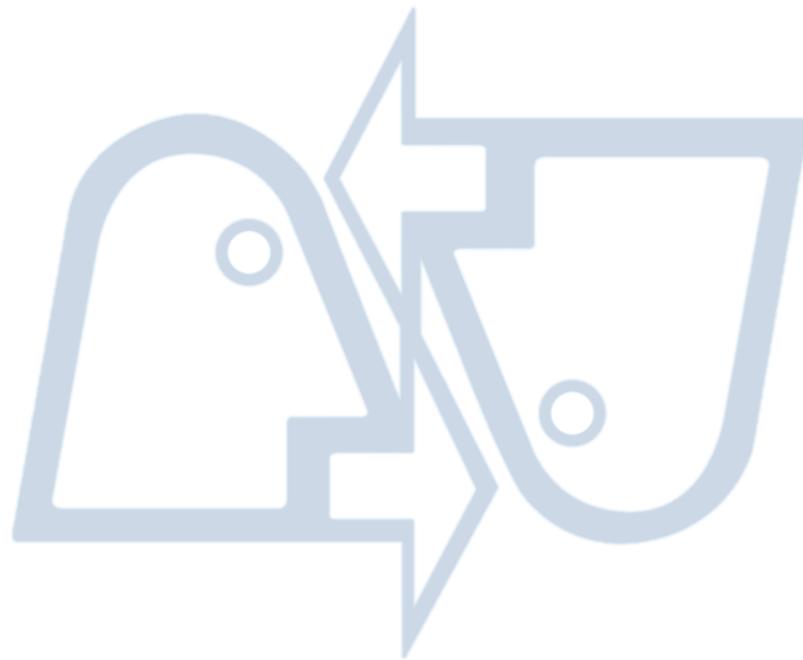


NAGORE GARCIA SANZ

Anexo 7: Anti plagio

The screenshot displays the Google Drive web interface. At the top, there is a search bar with the text "Buscar en Drive" and a navigation menu on the left. The main content area shows a folder named "Documento antiplagio". Inside this folder, a PDF document titled "Informe del Detector de Plagio Viper" is visible. The report shows a "Porcentaje Total" of 17%. Below the report, a preview of the document is shown, featuring a red PDF icon and the name "CINDY PAOLA MORENO...". On the right side, a preview pane for the document "Documento antiplagio" is open, showing "Detalles" and "Actividad" tabs. At the bottom of the preview pane, a notification states "Se han subido 2 elementos" (2 items have been uploaded), listing two PDF files by "CINDY PAOLA MORENO CERMEÑO viper..." with green checkmarks indicating successful uploads.

<https://drive.google.com/drive/folders/1h2qWSEbjQZYmGyZ-gabcWOxMJKueKbLH?usp=sharing>



Comunicación
creando futuro

