

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO



**DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN VIRTUAL A TRAVÉS DE
LA PLATAFORMA FACEBOOK PARA EL EJERCICIO PROFESIONAL
SUPERVISADO DE LICENCIATURA DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION USAC**

LUIS ORLANDO PÉREZ DE PAZ

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, OCTUBRE 2024

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de La Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado

Diagnóstico y estrategia de comunicación virtual a través de la plataforma Facebook para el ejercicio profesional supervisado de licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación la Universidad de San Carlos de Guatemala

Presentado por:

Luis Orlando Pérez De Paz

Previo a optar el título de: Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Asesora:

M.A Evelin Hernández

Guatemala, octubre 2024.

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Directora

M.A. Silvia Regina Miranda López

Consejo Directivo

Representantes Docentes

Dr. Herbert Estuardo Díaz Tobar

Representantes Estudiantiles

Oscar Eduardo García Orantes

Elvis Enrique Ramírez Mérida

Representante de Egresados

M.Sc. 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

Lcda. Krista María Ramírez

Lcda. Brenda Yanira Chacón

Arévalo

Supervisores

Lic. Brayan Torres

M.A. Marvin Sarmientos

Lic. Jonathan Mejía

Lic. Luis Fernando Lucero

Lic. Alejandro Solares



Guatemala 22 de octubre 2024

Estudiante de EPS de Licenciatura
Luis Orlando Pérez de Paz
Registro académico 199921676
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Después de evaluar su trabajo académico de forma digital titulado **“DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN VIRTUAL A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA FACEBOOK PARA EL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION USAC”** 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 (5) 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 EPSL

M.A Evelin Hernández
Docente Supervisor





Guatemala, 24 de Abril 2024

COORDEPSL02-2024

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: **Luis Orlando Pérez De Paz** con número de registro académico **199921676** y carné **2962425780101** quién manifestó el deseo de realizar su práctica profesional en la institución que usted representa y para tal efecto se requiere lo siguiente:

1. Extender una carta de aceptación en papel membretado, firmado y sellado.
2. Proporcionar apoyo al/la estudiante en lo referente a proveer información y autorización para actividades propias del programa.
3. Asignar a un representante que labore en la empresa/institución como responsable directo del/la estudiante practicante.
4. 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).
5. 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).
6. Autorizar que se supervise la práctica profesional por parte de los docentes supervisores.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

M.A. Luis Pedroza

Coordinador EPS de Licenciatura

Cel. 42178224 / 55028866



Guatemala 25 de abril 2024
COORDEPSL 009 -2024

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

Estimado Maestro Luis Pedroza, me permito saludarle y desearle éxitos en sus actividades, en respuesta a su solicitud manifiesto el apoyo para proporcionar toda la información necesaria y la autorización pertinente para llevar a cabo las diversas actividades requeridas durante el Ejercicio Profesional Supervisado del Estudiante **Luis Orlando Pérez De Paz** con número de registro académico **199921676** y carné **2962425780101**.

Atentamente,

M.A Evelin Hernández
Supervisora EPS de Licenciatura

Para efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido del presente trabajo

Dedicatoria

A DIOS: Por ser la fortaleza de mi espíritu, luz de mi mente, guía de este camino académico, fuente inagotable de sabiduría, quien me ha brindado la perseverancia necesaria para completar este proyecto fruto de su infinita gracia y amor

A MI ESPOSA: A mi amada Lucy, por su amor incondicional, paciencia, y apoyo inquebrantable; sin ti, este logro no habría sido posible.

A MIS HIJOS: Yashua y Andrew, mi inspiración diaria y recordarme siempre la importancia de seguir adelante son mi fuente de felicidad.

A MIS PADRES: María De Paz y Rene González, Mi mayor inspiración y ejemplo de perseverancia por su incondicional apoyo constante en cada etapa de mi vida, gracias por su amor, por creer en mí cuando yo mismo dudaba, y por enseñarme el valor del esfuerzo y la dedicación.

A MIS HERMANOS (AS): Henry, Cristian, Viviana y Heydi, compañeros de viaje, cómplices de sueños. Gracias por su amor y apoyo, por estar siempre a mi lado en este camino, Ustedes han sido mi inspiración y mi fuerza en este desafío llamado vida.



Agradecimientos

A mi alma máter tricentenaria **UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**, por ofrecerme la oportunidad de acceder a una educación superior de calidad.

A la **ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**, le agradezco profundamente el compromiso con la formación académica y el desarrollo integral en mi etapa de estudiante.

Al **PROGRAMA DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA -EPSL-**, por su confianza. Este proyecto es un reflejo de la dedicación y el esfuerzo que, junto con el apoyo incondicional de la Coordinación de EPSL, me han permitido alcanzar mis metas académicas.

A mi supervisora **M.A. EVELIN HERNÁNDEZ**, por su invaluable orientación, paciencia y apoyo durante todo este proceso. Gracias por compartir su conocimiento, dedicación y disposición que han sido fundamentales en la elaboración de este trabajo. Agradezco su compromiso y el tiempo que ha invertido en guiarme y por no dejar que me rindiera.

A coordinador de EPSL **M.A LUIS PEDROZA**, por su guía y apoyo, durante mi proceso de formación. Su dedicación y compromiso con el programa han sido fundamentales para mi desarrollo personal y académico. Agradezco profundamente sus consejos, su disposición para resolver dudas y su capacidad para motivarnos a dar lo mejor de nosotros en cada etapa del proyecto. Su liderazgo ha sido una inspiración, y este logro es también un reflejo de su esfuerzo y dedicación.

A las **FAMILIAS LEIVA Y PALACIOS**, Gracias por creer en mí, por su paciencia en los momentos difíciles y por celebrar conmigo cada logro, grande o pequeño. Les estaré eternamente agradecido por todo lo que han hecho por mí.

INDICE

Índice de tablas	I
Índice de Figuras	II
Introducción	III
Justificación:	IV
Antecedentes	V
Capítulo 1	1
1. Diagnóstico de comunicación	1
1.1 La Institución	1
1.2 Perfil Institucional	1
1.3 Ubicación geográfica	1
1.4 Origen e historia	2
1.5 Integración y Alianzas Estratégicas	4
1.6 Departamentos o Dependencias de la Institución	4
1.7 Organigrama General Escuela de Ciencias de la Comunicación	9
1.8 Misión	9
1.9 Visión	10
1.10 Objetivos institucionales	10
1.11 Público Objetivo	11
1.12 Diagnóstico	11
1.12.1 Pregunta de investigación	12
1.12.2 Objetivo general	12
1.12.3 Objetivos específicos	12
1.13 Metodología	12

1.13.1 Descripción del método	12
1.13.2 Técnicas e instrumentos de recolección	13
1.13.3 Interpretación de los resultados	16
1.14 FODA comunicacional	39
1.15 Problemas Detectados	39
1.16 Planteamiento del problema comunicacional	40
1.17 Indicadores de Éxito	42
1.18 Límites y Alcances de la investigación	44
1.19 Cronograma del diagnóstico	46
1.20 Proyecto a desarrollar	46
Capítulo 2	47
2. Plan estratégico de comunicación	47
2.1 Plan de Comunicación	47
2.2 Elementos Comunicacionales	47
2.3 Objetivo General del plan de Comunicación	47
2.4 Estrategia	48
2.5 Actividades o Acciones de la Estrategia	48
2.6 Público Objetivo	49
2.7 Mensaje Clave	49
2.8 Indicadores de las Acciones	49
2.9 Recurso Humano	50
2.10 Financiamiento y Presupuesto	50
2.11 Beneficiarios	50
2.12 Áreas Geográficas de Acción	51

2.13 Cuadro Operativo de la Estrategia _____	51
2.14 Cronograma del Plan de Comunicación _____	51
Capítulo 3 _____	53
3. Informe de ejecución _____	53
3.1 Creación de la fan page en Facebook _____	54
3.2 Publicación inicial de contenido y promoción de la fan page _____	56
3.3 Medio utilizado: _____	57
3.4 Interacción de alumnos _____	58
3.5 Cronograma _____	59
Conclusiones _____	60
Recomendaciones _____	61
Referencias bibliográficas _____	62
Anexos _____	63
Ficha de horas de práctica EPSL 2024 Luis Orlando Perez De Paz _____	63
Informe Anti plagio _____	64

Índice de tablas

Tabla 1 Entrevistas diagnóstico	21
Tabla 2 Entrevista de diagnóstico 1	21
Tabla 3 Entrevista de diagnóstico 2	22
Tabla 4 Entrevista de diagnóstico 3	23
Tabla 5 Guía de Observación	37
Tabla 6 Cronograma de actividades del diagnostico	46
Tabla 7 Presupuesto	50
Tabla 8 Cuadro Operativo de Estrategía	51
Tabla 9 Cronograma de Comunicación	52
Tabla 10 Actividades y Acciones Estrategicas	52
Tabla 11 Creación de Fan Page EPSL	54
Tabla 12 Promoción Fan Page EPSL	56
Tabla 13 Interaccion de Alumnos	58
Tabla 14 Cronograma General	59

Índice de Figuras

Figura 1 Ubicación geográfica Escuela de Ciencias de La comunicación	2
Figura 2 Escuela de Ciencias de la Comunicación sede M2	3
Figura 3 Organigrama General Escuela de Ciencias de la Comunicación	9
Figura 4 Ayudaría una fan page a mejorar la visibilidad	18
Figura 5 Ayudaría una fan page a mejorar la visibilidad EPSL	19
Figura 6 Tipo de información preferida en la fan page del EPSL	20
Figura 7 Gestión centralizada de publicaciones	25
Figura 8 Monitoreo de la interacción estudiantil	26
Figura 9 Campañas promocionales segmentadas	27
Figura 10 Identificación de competidores y referentes	28
Figura 11 Análisis de contenido y frecuencia de publicación	29
Figura 12 Monitoreo de palabras clave relevantes	33
Figura 13 Social Media Listening Plataforma AWARIO	35
Figura 14 FODA comunicacional	39
Figura 15 Indicadores de Éxito	42
Figura 16 Captura fan page EPSL	55
Figura 17 Fan Page EPSL Licenciatura ECC	57

Introducción

La Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC) desempeña un papel fundamental en la formación de profesionales en el campo de la comunicación, combinando teoría y práctica a través del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL). Una comunicación externa efectiva y de calidad humana ha permitido obtener resultados satisfactorios en los ámbitos académico y profesional. Sin embargo, en la era digital actual, las redes sociales se han vuelto esenciales para la comunicación y gestión en diversos sectores, incluido el educativo.

La comunicación virtual externa es clave para fortalecer la relación entre estudiantes, profesionales y su unidad académica. Una comunicación ineficaz puede generar confusión entre los estudiantes sobre las convocatorias y actividades a realizar. Por esta razón, este proyecto realiza un diagnóstico basado en una investigación descriptiva con enfoque mixto. Se identificó que el EPSL carece de una herramienta de comunicación efectiva para su estrategia externa. Por ello, se propone la creación e implementación de un perfil profesional en la plataforma Facebook de Meta.

Esta herramienta digital busca mejorar la visibilidad, fortalecer la comunicación y fomentar la interacción a través de esta red social. Dirigida a un público externo, como estudiantes, catedráticos, profesionales y egresados, su principal objetivo es compartir información, noticias y contenido relevante, construir una imagen sólida del EPSL, y fomentar el compromiso y la interacción con la comunidad de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Justificación:

Establecer una imagen pública, para el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura -EPSL-, Es apremiante para fortalecer las relaciones con la comunidad estudiantil de la Escuela de Ciencias de La Comunicación (ECC), la aplicación estratégica de la comunicación externa digital es fundamental para esta institución académica y sus coordinaciones, generando interacción con los estudiantes que utilizan la tecnología digital para solventar dudas o generar soluciones.

Es por ello que la propuesta de creación de un perfil de Facebook para el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura -EPSL-, no solo representa una estrategia moderna para conectar con la comunidad estudiantil, sino que también ofrece una plataforma dinámica para mejorar la comunicación, promover la participación y fortalecer la identidad institucional de La Escuela de Ciencias de La Comunicación.

La correcta y profesional utilización de esta imagen pública, hará del perfil Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura una herramienta esencial para construir reputación, atraer nuevos estudiantes que desean utilizar este proceso para su opción de graduación de Licenciatura, permitirá mantener relaciones con exalumnos, generar y fortalecer alianzas estratégicas con otras entidades. Con esta herramienta se logra mejorar la visibilidad de las programaciones de actividades, logros institucionales y servirá como recurso educativo complementario.

Los beneficios y las oportunidades que proporciona un perfil de Facebook, sin fines políticos, partidarios o personales se argumenta en que su implementación no solo es ventaja estratégica, sino cubre la necesidad de la modernización y el desarrollo de La Escuela de Ciencias de La Comunicación (ECC), que actualmente carece de una estrategia coherente y eficaz de comunicación digital externa.

Esto se puede validar en la dispersión de mensajes, una imagen institucional inconsistente y la incapacidad de llegar efectivamente a los públicos objetivos. Este problema es crítico, ya que en un entorno cada vez más competitivo, la falta de una estrategia digital sólida puede afectar negativamente la captación de estudiantes, la relación con exalumnos, y la percepción pública del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura -EPSL-.

Antecedentes

El Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC) ha tenido un impacto significativo en la formación de profesionales en el ámbito de la comunicación en el país.

Desde su creación, el EPSL se ha adaptado a las cambiantes necesidades del entorno social y tecnológico, lo que ha llevado a la actualización constante de sus planes de estudio y métodos de enseñanza.

En 2011, el Licenciado Melvin Estuardo Girón Salazar elaboró el "Manual de Directrices y Técnicas Básicas para el Departamento de Producción de la Escuela de Ciencias de la Comunicación - LAGENCIA". En este manual, se destacó la importancia de los perfiles sociales en Facebook como una herramienta para que los estudiantes pudieran obtener tutoriales, resolver dudas junto a otros compañeros y, a la vez, servir como recurso de comunicación digital para los practicantes.

Posteriormente, en octubre de 2017, el Licenciado Josué Othoniel Andrade De La Cruz realizó un diagnóstico comunicacional que permitió conocer la aceptación y uso de la plataforma Classroom en el EPSL. Este diagnóstico fue crucial para la formación de los estudiantes, preparándolos para enfrentar un entorno laboral que exige competencias digitales y habilidades comunicativas efectivas.

A lo largo de su evolución, el EPSL ha buscado integrar nuevas tecnologías y enfoques éticos, permitiendo a la escuela no solo formar profesionales competentes, sino también contribuir al desarrollo de una comunicación social responsable y efectiva en Guatemala.

Capítulo 1

1. Diagnóstico de comunicación

1.1 La Institución

El Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC) es un programa fundamental para el desarrollo de competencias en los futuros comunicadores. Su misión es fortalecer la formación integral de los estudiantes a través de la vinculación con el entorno profesional y social.

1.2 Perfil Institucional

La Escuela de Ciencias de la Comunicación de la USAC se dedica a promover la enseñanza de habilidades comunicativas como parte esencial de la formación profesional. El EPSL se presenta como una etapa práctica en la cual los estudiantes pueden aplicar los conocimientos adquiridos en el aula, desarrollando habilidades y competencias que les permiten integrarse eficazmente en el mercado laboral y contribuir al desarrollo social. El EPSL se divide en dos fases: la propedéutica, enfocada en la actualización de conocimientos, y la fase práctica, que involucra la participación en actividades supervisadas.

1.3 Ubicación geográfica

El Departamento de Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL) se encuentra en el segundo nivel, oficina 235, del edificio M2 de la Ciudad Universitaria en la zona 12 de la Ciudad de Guatemala.

Figura 1

Ubicación geográfica Escuela de Ciencias de La comunicación USAC



Fuente: OpenStreetMap.org abril 2024.

1.4 Origen e historia

La Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC) tiene sus orígenes en 1947, cuando el Consejo Superior Universitario aprobó la creación de la Escuela de Periodismo. Escuela de Ciencias de la Comunicación - USAC. (sf).[https://comunicacion.usac.edu.gt/300-acerca de/](https://comunicacion.usac.edu.gt/300-acerca-de/)

En 1951, durante un Congreso Centroamericano de Periodistas en El Salvador, la Asociación de Periodistas de Guatemala (APG) propuso la creación de un centro regional para la formación de periodistas. Esta iniciativa dio lugar a la Escuela Centroamericana de Periodismo (ECAP), la cual fue adscrita a la Facultad de Humanidades de la USAC. La ECAP ofrecía el título de Periodista Profesional como una carrera intermedia de tres años y una Licenciatura en Periodismo de cinco años.

En 1974, el director de la Escuela Centroamericana de Periodismo, licenciado David Vela, propuso la incorporación de las ramas de Publicidad y Relaciones Públicas para ampliar las oportunidades profesionales de los egresados. Esta propuesta fue aprobada en 1975 mediante la resolución 29-75, punto 4. 1, del Consejo Superior Universitario, lo que dio vida a la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Las actividades académicas comenzaron el 31 de mayo de 1976.

En 1983, la escuela introdujo las carreras de Locución, Publicidad y Fotografía. Posteriormente, en 1984, el Consejo Superior Universitario aprobó la creación de otras tres carreras intermedias: Publicidad Profesional, Locución Profesional y Fotografía Profesional. En 2002, se implementó un nuevo plan de estudios.

En 2003, la Comisión Directiva Paritaria se transformó en el Consejo Directivo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, incluyendo un representante profesional de los egresados. Posteriormente, en 2005, se asignó el edificio M-2 a la Escuela de Ciencias de la Comunicación y se creó el Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) de Licenciatura como una alternativa de graduación.

Figura 2

Escuela de Ciencias de la Comunicación sede M2, Ciudad Universitaria



Fuente: Propia

1.5 Integración y Alianzas Estratégicas

En septiembre de 2016, la Escuela de Ciencias de la Comunicación estableció una alianza con Google, convirtiéndose en la primera de la Universidad de San Carlos de Guatemala en utilizar la plataforma Classroom con soporte gratuito. Desde entonces, miles de usuarios se han registrado en la plataforma. A partir de 2017, todos los cursos incluidos en el plan de estudios de las carreras técnicas de Periodismo, Locución y Publicidad, así como en la Licenciatura en Comunicación, comenzaron a aprovechar este recurso para mejorar la enseñanza. A través de esta plataforma, docentes y estudiantes pueden interactuar en clases virtuales mediante Google Meet y compartir contenido relevante a través de Google Classroom.

En junio de 2018, la Escuela de Ciencias de la Comunicación formó una alianza con la Secretaría contra la Violencia Sexual, Explotación y Trata de Personas (SVET). El objetivo de este acuerdo fue desarrollar herramientas de prevención y capacitar a profesionales, estudiantes y docentes para desempeñarse de manera efectiva en la lucha contra estos delitos.

La escuela también ha establecido alianzas con diversas organizaciones, como Lagencia, Centro Civitas, Fondo Unido de Guatemala, Fundación Telefónica y La Nana, fortaleciendo su red de cooperación.

En 2022, firmó un convenio con World Visión Guatemala para facilitar el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL) a los futuros comunicadores. Este acuerdo busca establecer una relación de cooperación interinstitucional que beneficie a los estudiantes del EPS, contribuyendo así al fortalecimiento del desarrollo académico.

1.6 Departamentos o Dependencias de la Institución

Según el Reglamento General de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, esta institución tiene como finalidad “desarrollar la formación teórica, práctica y profesional en el campo de la especialidad, en estrecha relación con las ciencias y disciplinas afines, autorizadas para expedir grados y títulos universitarios, así como diplomas especiales que correspondan a los estudios que imparte” (Reglamento General de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, 1976).

La escuela comparte las mismas cualidades, atribuciones, obligaciones y derechos que las facultades de la Universidad de San Carlos de Guatemala, y sus egresados gozan de los mismos beneficios.

Estructura Orgánica de la Escuela de Ciencias de la Comunicación

Consejo Directivo

El Consejo Directivo es el máximo órgano de decisión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Está conformado por el director, dos profesores titulares, dos representantes estudiantiles, un representante de los egresados y un secretario(a). Los representantes de los profesores titulares son elegidos por mayoría absoluta entre sus pares y ejercen sus cargos durante cuatro años, igual que el director electo. Los representantes estudiantiles son seleccionados por sus compañeros y permanecen en funciones por dos años. El representante de los graduados dura cuatro años en su cargo, al igual que los profesores titulares, siendo elegido por mayoría absoluta de los egresados presentes en el día de la elección.

Las principales funciones del Consejo Directivo son:

Dirigir y administrar la escuela.

Elaborar y aprobar el presupuesto anual.

Planificar, ejecutar y supervisar las labores administrativas y académicas.

Miembros Actuales del Consejo Directivo:

Directora en funciones: M. Sc. Regina Miranda

Representante de Docentes: Dr. Julio Ochoa

Representante Estudiantil: Oscar Eduardo García Orantes

Secretario: M.A. Héctor Salvatierra

La Dirección

El director debe ser un catedrático titular, electo por la mayoría de votantes de dos de los tres sectores convocados (profesores titulares, estudiantes y graduandos de licenciatura).

Su mandato dura cuatro años. Las principales funciones del director son:

Garantizar el correcto desarrollo de las actividades académicas y administrativas.

Gestionar temas relacionados con honorarios, calendarios de exámenes y demás actividades académicas.

Presentar iniciativas y proyectos que favorezcan el buen funcionamiento de la escuela.

Comisión de Extensión

La Comisión de Extensión se define como “un programa integral de docencia, investigación y servicio que busca, a través del conocimiento de la realidad, crear conciencia que contribuya al desarrollo nacional” (Consejo de Extensión Universitaria, 2001). Sin embargo, la comisión actualmente enfrenta retos para su fortalecimiento, ya que carece de los recursos presupuestarios y humanos necesarios para alcanzar sus objetivos. La extensión debe ser capaz de promover educación permanente, talleres de creatividad, desarrollo tecnológico, educación a distancia y proyectos basados en la solidaridad e inclusión de sectores marginados.

Control Académico

Este departamento se encarga de procesar las actas de notas de los exámenes, digitalizar información y emitir constancias académicas. También gestiona la asignación de cursos, la emisión de certificaciones, la autorización de trámites de títulos y el registro académico de los estudiantes.

Coordinación Académica

Esta unidad organiza las actividades de los coordinadores de área, asesora a los estudiantes, planifica y unifica programas, y administra las actividades académicas relacionadas con el personal administrativo de Control Académico. Asimismo, presenta proyectos de Reforma Curricular y se encarga del sistema de ubicación y nivelación para estudiantes de primer ingreso.

Coordinación de Planificación

Es la unidad responsable de la planificación anual que permite el funcionamiento eficiente de la Escuela de Ciencias de la Comunicación (Consejo de Extensión Universitaria, Documento Base Guatemala, marzo 2001).

Centro de Estudios de Comunicación (CEC)

El CEC brinda apoyo a la actividad académica de la escuela en las áreas científica, docente, administrativa e innovadora.

Coordinación del Plan de Autoformación a Distancia (PAD)

Creado en 1997, con la aprobación del Consejo Superior Universitario, este programa experimental inició con los dos primeros años de la carrera, completando todos los semestres en el año 2000. Su metodología se basa en la educación a distancia, que combina actividades presenciales y autoformación. Las clases se imparten los sábados de 8:00 a 16:30 horas (López W. , 2004).

Coordinación del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) para Carreras Técnicas

Los estudiantes de periodismo, publicidad y locución realizan un período de prácticas de aproximadamente diez meses bajo la supervisión de coordinadores académicos (Urizar C. M. , 2010).

Coordinación del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL)

Ubicada en el edificio M-2, segundo nivel, esta coordinación permite a los estudiantes optar por el título de licenciatura mediante la realización de un informe de práctica supervisada. Las instituciones autorizadas para esta modalidad incluyen Organizaciones Gubernamentales (OGs), Organizaciones No Gubernamentales (ONGs), medios de comunicación y la USAC, tanto en áreas rurales como urbanas (Rodas, 2008).

Tesorería

Este departamento gestiona el control financiero de la escuela, bajo la supervisión de la auditoría central de la USAC y la Contraloría General de Cuentas.

Agencia de Publicidad “Lagencia”

Fundada en 2009, esta agencia permite la realización de prácticas de EPS en Publicidad y Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Ofrece consultorías, estrategias y campañas para ONG y facultades de la USAC.

Biblioteca “Flavio Herrera”

Creada en 1987, esta biblioteca especializada en comunicación apoya las investigaciones de estudiantes, docentes e investigadores (<http://www.usac.edu/catalogo/comunicacion.pdf>).

Recursos Audiovisuales

Esta unidad proporciona ayuda didáctica y pedagógica para el proceso de enseñanza-aprendizaje, atendiendo a las necesidades de los estudiantes (<http://www.usac.edu.gt/catalogo/comunicacion.pdf>).

Laboratorios

La escuela cuenta con laboratorios de redacción, grabación, fotografía y televisión, que permiten una experiencia práctica relacionada con el objeto de estudio.

Centro de Investigación en Ciencias de la Comunicación (CICC)

Establecido en 1989, el CICC apoya la actividad académica en las áreas científica, docente, administrativa e innovadora (<http://www.usac.edu.gt/catalogo/comunicacion.pdf>).

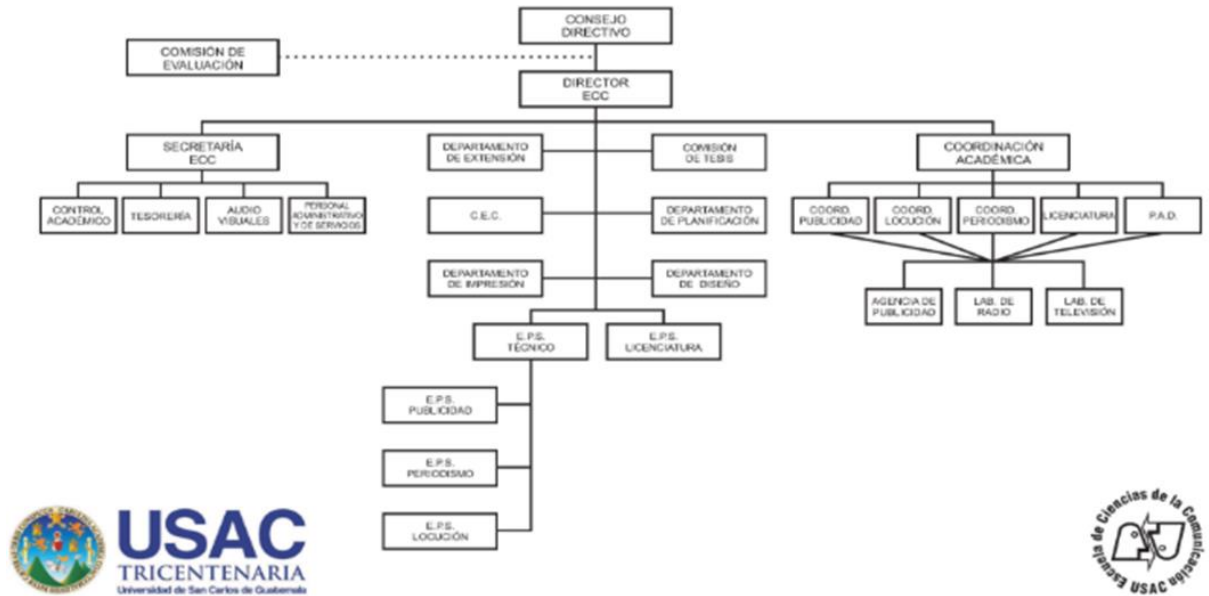
Unidad de Comunicación e Información

Se encarga de brindar apoyo y atención a los estudiantes, ofreciendo información sobre asignaciones, departamentos, docentes, calendarios de actividades y atención al público en general.

1.7 Organigrama General Escuela de Ciencias de la Comunicación

Figura 3

Organigrama General Escuela de Ciencias de la Comunicación



Fuente: Página web oficial de la Escuela de Ciencias de la Comunicación
www.comunicación.usac.edu.gt

1.8 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 sustentando en principios y valores orientados al desarrollo de la Universidad de San Carlos de Guatemala y del país.

Escuela de Ciencias de la Comunicación - USAC. (sf). <https://comunicacion.usac.edu.gt/300f0-about/>

Misión del EPSL:

Formar profesionales integrales, capaces de plantear y desarrollar proyectos de investigación de calidad y desenvolverse en los diferentes campos de las ciencias de la comunicación.

EPSL ECC USAC. (<https://epslecc.com/>)

1.9 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, investigaciones, estudios y valoraciones que favorezcan el entendimiento social.

Escuela de Ciencias de la Comunicación - USAC. <https://comunicacion.usac.edu.gt/300f0-about/>

1.10 Objetivos institucionales

(Urizar C. M., 2010) El objetivo principal es formar profesionales en el campo de las ciencias de la comunicación, con la capacidad de intervenir de manera integral —desde lo humano, técnico y científico— en los procesos de transformación y desarrollo de Guatemala. Estos profesionales estarán preparados para investigar, analizar y comunicar los hechos sociales, desempeñando un rol dinámico y eficiente en la solución de los desafíos que enfrenta el país.

Se busca también adaptar al estudiante de Ciencias de la Comunicación al contexto guatemalteco, brindando conocimientos teóricos y prácticos para interpretar los fenómenos socioeconómicos y comprender el rol del comunicador en este entorno. Esto permitirá que el profesional contribuya activamente al desarrollo social desde la comunidad a la que pertenece.

Es fundamental que estudiantes y catedráticos participen conjuntamente en los procesos de formación de una conciencia crítica frente a los problemas del subdesarrollo. Este enfoque busca proyectar acciones dirigidas a incorporar a la mayor parte de la población en la búsqueda de soluciones que promuevan un movimiento de cambio integral.

Además, se debe promover una dinámica constante entre estudiantes y profesores, favoreciendo una interacción que fomente el desarrollo de una conciencia crítica frente a las problemáticas sociales del país. De esta manera, se busca que tanto docentes como estudiantes proyecten acciones concretas que contribuyan a la inclusión social y el progreso de Guatemala.

Finalmente, es crucial formar comunicadores que, de manera objetiva, asuman su papel como intermediarios entre los fenómenos sociales y la opinión pública. Estos profesionales deben ser capaces de traducir la realidad social en mensajes claros y efectivos, fomentando además un enfoque multidisciplinario que enriquezca su capacidad para abordar problemas complejos desde diferentes. (Urizar C. M., 2010)

1.11 Público Objetivo

El público objetivo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación se encuentra conformado por estudiantes activos de las carreras técnicas de nivel profesional: Periodismo, Locución y Publicidad, también estudiantes de nivel de Licenciatura y Postgrados que comprenden las diferentes jornadas: vespertina, nocturna y el Plan de Autoformación a Distancia –PAD- que funciona sábados. (Urizar C. M., 2010).

1.12 Diagnóstico

Se ha identificado una oportunidad para mejorar la visibilidad y fortalecer la relación con estudiantes actuales, futuros, egresados y la comunidad académica en general. Dado que Facebook es una de las plataformas más utilizadas por estos públicos, se propone crear un perfil oficial para el EPSL, lo que permitiría mejorar la comunicación externa y promover una mayor interacción dentro de la comunidad.

1.12.1 Pregunta de investigación

¿Es necesaria una estrategia de comunicación externa para El Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL)?

1.12.2 Objetivo general

Evaluar la Comunicación virtual del EPSL

1.12.3 Objetivos específicos

- a. Determinar cómo se gestiona la comunicación virtual del departamento de EPSL.
- b. Analizar la efectividad de un perfil de Facebook como canal de comunicación.

1.13 Metodología

El enfoque metodológico incluye análisis tanto cualitativo como cuantitativo. Las entrevistas se realizaron con una muestra representativa, proporcionando una visión rica y detallada sobre las interacciones y las plataformas digitales.

Flick (2004, indica que se debe preparar el escenario para comprender la investigación cualitativa, destacando sus limitaciones y el potencial para explorar fenómenos matizados. La estructura y el contenido deben estar diseñados para guiar a los lectores a través de las complejidades de la investigación cualitativa, con un enfoque en sus aspectos teóricos y metodológicos. Analizar varios métodos de investigación cualitativa, incluir las técnicas de recopilación y análisis de datos, y su relevancia para objetivos de investigación específicos.

1.13.1 Descripción del método

Se utilizó un tipo de investigación descriptiva, la metodología seleccionada para este estudio es de enfoque mixto, integrando elementos cualitativos y cuantitativos la combinación de este enfoque permitió adaptar la investigación a diferentes tipos de datos y fuentes de información. Se empezó con datos cuantitativos para identificar patrones y luego profundizar mediante entrevistas cualitativas, para analizar la efectividad de un perfil de Facebook como canal de comunicación.

1.13.2 Técnicas e instrumentos de recolección

Según Taylor, S. J., & Bogdan, R. (1992). En el libro; *Introducción a los métodos cualitativos de investigación* destacan que las técnicas de recolección de datos cualitativos no son rígidas. El investigador puede adaptarse y modificar el proceso de recolección a medida que avanza el estudio, basándose en la información que se va descubriendo.

En resumen, Taylor y Bogdan hacen énfasis en la flexibilidad, profundidad y el papel clave del investigador como instrumento en la recolección de datos cualitativos. Las técnicas que describen permiten a los investigadores captar de manera rica y detallada las experiencias humanas y los contextos sociales.

En la presente investigación se emplearon diversas técnicas de recolección de datos adaptadas al tipo de información requerida para el diagnóstico de la comunicación en la plataforma de Facebook del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL). A continuación, se describen las principales técnicas utilizadas

La encuesta es una técnica cuantitativa utilizada para recopilar datos de un grupo representativo de estudiantes, se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas con estudiantes de diferentes semestres, se utilizó la observación no participante para analizar las interacciones de los estudiantes con la fan page de Facebook del EPSL, el Social Media Listening, técnica que implicó el monitoreo activo de menciones y conversaciones en redes sociales sobre el EPSL.

Se aplicaron cuestionarios estandarizados que incluyeron tanto preguntas abiertas como cerradas. Esto permitió obtener una visión general sobre las percepciones y actitudes de los estudiantes hacia la estrategia de comunicación actual del EPSL. Esta técnica fue clave para identificar patrones en la satisfacción de los estudiantes con los canales de comunicación y para evaluar la necesidad de una mayor visibilidad en la plataforma de Facebook. Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014).

El enfoque mixto, permitió una exploración más profunda de las experiencias y percepciones de los participantes sobre la efectividad de la comunicación virtual del EPSL.

Estos instrumentos pueden ser guías de preguntas, guías de observación y cuestionarios, entre otros.

Encuesta

El enfoque metodológico incluye análisis tanto cualitativo como cuantitativo. Las entrevistas se realizaron con una muestra representativa, proporcionando una visión rica y detallada sobre las interacciones y las plataformas digitales.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación (6a ed.). McGraw-Hill.), es una técnica de recolección de datos cuantitativa que permite obtener información de un grupo de personas por medio de un cuestionario estandarizado. Incluye preguntas cerradas o abiertas, cuyo objetivo es conocer las opiniones, actitudes, comportamientos o características de los encuestados respecto a un tema específico.

Entrevista

Taylor, S. J., & Bogdan, R. (1992) definen la entrevista como una conversación entre el investigador y el entrevistado, cuyo propósito es comprender el mundo desde la perspectiva de este último. Este tipo de entrevista es abierta y flexible, lo que permite profundizar en las experiencias y percepciones del entrevistado sin limitarse a preguntas estrictamente estructuradas.

Esta herramienta ha sido fundamental para la recolección de datos en la investigación cualitativa, debido su flexibilidad, profundidad y la importancia de la relación entre estudiantes entrevistados para generar datos ricos en percepciones y necesidades de los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y el proceso del Ejercicio Profesional Supervisado Licenciatura (EPSL).

Observación

La observación es una técnica fundamental en la investigación cualitativa que permite al investigador estudiar el comportamiento humano dentro de su entorno natural. Esta herramienta ofrece una visión detallada y profunda de las interacciones sociales, culturales y del contexto en el que ocurren, lo que facilita una comprensión más completa del fenómeno estudiado. A través de la observación, el investigador puede capturar detalles que pueden no ser evidentes mediante otros métodos de recolección de datos, como encuestas o entrevistas.

Creswell (2009): "La observación es una herramienta útil en la investigación cualitativa que implica que el investigador examine el contexto natural en el que se desarrollan los eventos, y documente de manera sistemática lo que ve, escucha y experimenta. "

Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (3rd ed.). Sage Publications.

Existen diferentes enfoques para la observación, desde la observación participante, donde el investigador se involucra en la vida cotidiana del grupo estudiado, hasta la observación no participante, en la que se limita a observar sin intervenir en la situación. La elección del tipo de observación depende del objetivo del estudio y del nivel de acceso que el investigador tenga al contexto que desea analizar.

En general, la observación directa es una herramienta poderosa para obtener información contextual y para captar los aspectos sociales y culturales que influyen en el comportamiento humano, proporcionando una visión integral de la realidad investigada.

Observación no participante

Sanjuan (2011), Técnica de investigación cualitativa que implica registrar y analizar comportamientos, interacciones y ambientes en redes sociales sin involucrarse activamente en ellos. "Es aquella en la cual se recoge la información desde afuera, sin intervenir para nada en el grupo social, hecho o fenómeno investigado".

Meta Business Suite

Meta Platforms, Inc. (n. d.). Meta Business Suite. Es una plataforma integrada proporcionada por Meta (anteriormente Facebook) para administrar cuentas de Facebook, Instagram y Messenger en un solo lugar. Esta herramienta permite a las empresas planificar, publicar, administrar mensajes y anuncios, obtener información y realizar un seguimiento del rendimiento de las publicaciones, con el objetivo de facilitar la gestión de su presencia en redes sociales. Meta Business Suite está diseñado para mejorar la eficiencia en la interacción con el público y optimizar las estrategias de marketing digital.

Benchmarking

Camp, R. C. (1989). Es un proceso sistemático que consiste en medir y comparar las prácticas, procesos o productos de una organización con los de las mejores empresas del sector o de otras industrias con el fin de identificar áreas de mejora y adoptar las mejores prácticas. Este proceso se utiliza para establecer estándares de rendimiento y para mejorar la competitividad de la empresa.

Social Media Listening

Zeng, D., Chen, H., Lusch, R., & Li, S. H. Es el proceso de monitorear activamente las conversaciones, menciones y tendencias en las redes sociales para obtener información sobre lo que los usuarios dicen acerca de una marca, industria, productos o temas específicos. Esta práctica permite a las empresas comprender mejor las percepciones de los consumidores, identificar oportunidades, gestionar la reputación y mejorar las estrategias de marketing y comunicación.

1.13.3 Interpretación de los resultados

Encuesta

La muestra está comprendida entre los estudiantes del 9no. y 10mo. semestre de la carrera de licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación USAC.

Los datos cuantitativos obtenidos mediante encuestas facilitarán la identificación de patrones y tendencias en la percepción que los estudiantes poseen sobre el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL).

A partir de los resultados, se podrán determinar los aspectos críticos que requieren mayor atención en la información que será compartida a través de la fan page en Facebook. Para visualizar los resultados de manera clara y comprensible, se emplearán herramientas estadísticas como gráficos de barras y tablas de frecuencias, lo que permitirá destacar las tendencias más significativas. El análisis visual de estos datos apoyará la toma de decisiones sobre las mejoras necesarias en los canales de comunicación del EPSL, contribuyendo a optimizar la transmisión de información clave.

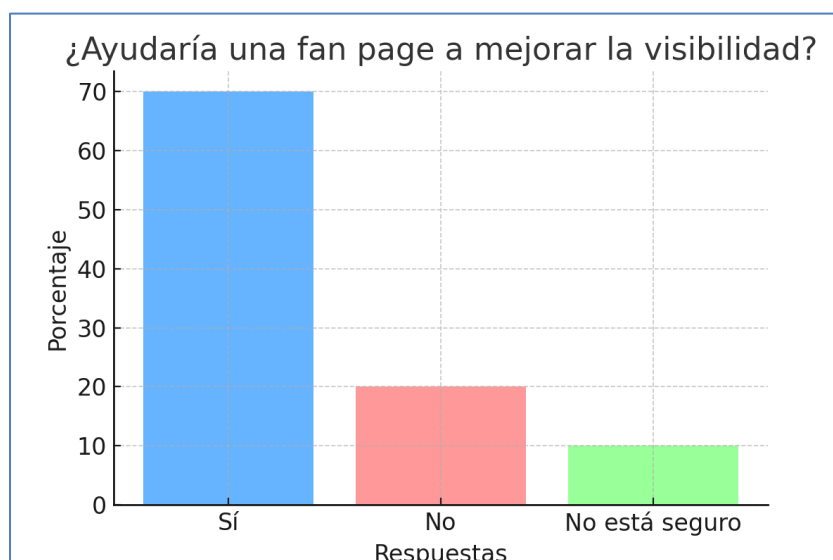
Según Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2014), la recolección de datos cuantitativos a través de encuestas permite obtener información precisa y objetiva sobre las actitudes y percepciones de una población, lo que hace de este método una herramienta fundamental en la investigación educativa.

Resultados de la encuesta

La encuesta aplicada a: 10% de 1,000 estudiantes activos, 100 estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, distribuidos aleatoriamente entre los diferentes semestres, quienes brindan sus percepciones ante la necesidad de comunicación accesible y clara centralizada para el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL).

¿Ayudaría una fan page a mejorar la visibilidad del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura?

Figura 4

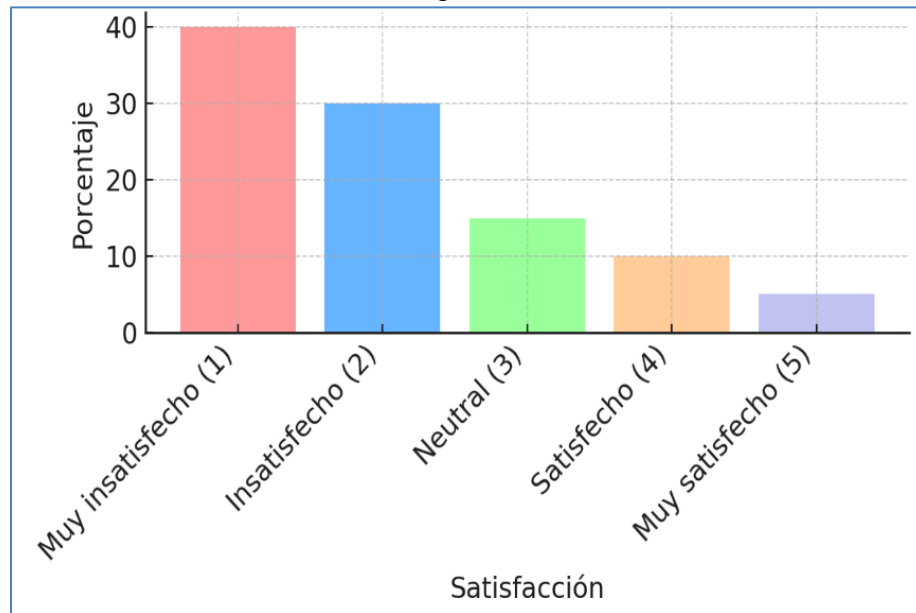


Fuente: Autoría propia

Los resultados muestran que una mayoría significativa de los encuestados (70%) cree que la creación de una fan page en Facebook mejoraría la visibilidad del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL). Un 20% de los estudiantes considera que esta iniciativa no tendría un impacto considerable, mientras que un 10% no está seguro. Estos resultados subrayan que la gran mayoría de los estudiantes perciben una falta de visibilidad en el EPSL y ven en las redes sociales una herramienta útil para mejorarla.

Satisfacción con los canales de comunicación actuales, del Ejercicio Profesional Supervisado de
Licenciatura

Figura 5

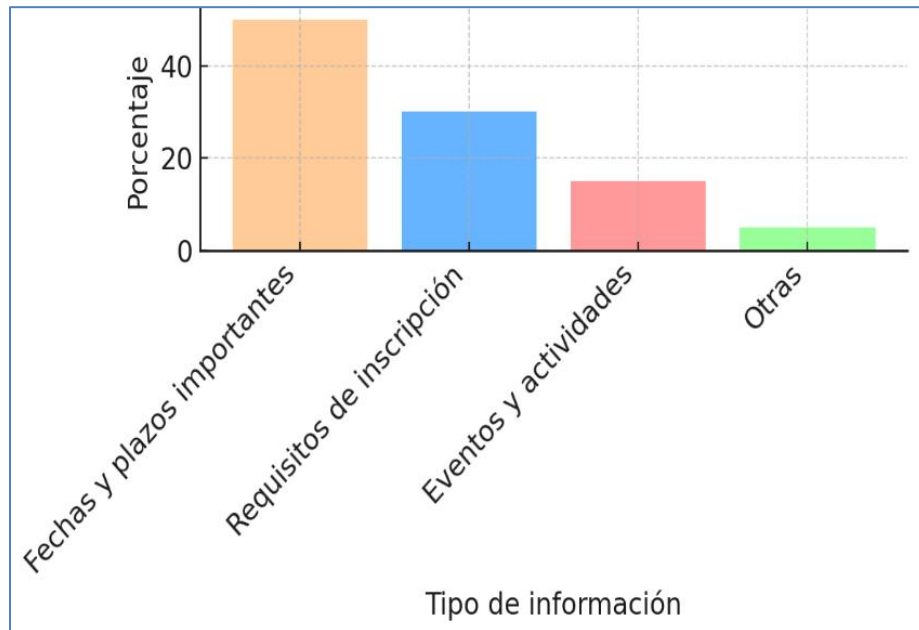


Fuente: Autoría propia

Los niveles de satisfacción de los estudiantes con los canales de comunicación actuales del EPSL. El 40% de los encuestados se encuentra "muy insatisfecho", mientras que el 30% está "insatisfecho", lo que indica una insatisfacción generalizada con los medios actuales. Solo un 15% mostró neutralidad, y menos del 15% está satisfecho o muy satisfecho. Estos resultados revelan la necesidad urgente de mejorar los canales de comunicación actuales.

Tipo de información preferida en la fan page del Ejercicio Profesional Supervisado de
Licenciatura

Figura 6



Fuente: Autoría propia

El 50% de los estudiantes preferiría recibir información sobre fechas y plazos importantes a través de una fan page en Facebook, mientras que el 30% considera que los requisitos de inscripción son esenciales. Solo el 15% indicó interés en eventos y actividades, y un 5% mencionó otras opciones. Estos resultados subrayan que los estudiantes valoran más la información práctica y esencial para su progreso académico, lo que debería ser una prioridad en la estrategia de comunicación del EPSL.

Entrevista

Con el propósito de obtener la perspectiva de los estudiantes quienes, debido a su posición de búsqueda de opciones de graduación y representatividad, son considerados como fuentes de alta calidad (Charles, 1991,). Nos brindan información de alta fiabilidad de sus percepciones frente a la poca visibilidad de EPSL.

En el Diagnostico se realizaron tres entrevistas:

Tabla 1
Entrevistas de Diagnostico

ENTREVISTADOS	SEGUIDORES 2024
Cristian Guzmán	9no. Semestre
Nora Magaly García	10mo. Semestre
Mariano Lima	EPESISTA

Fuente: autoría propia.

Fichas de los estudiantes entrevistados

Tabla 2
Entrevista de diagnóstico 1

ENTREVISTA 1	
Nombre:	Cristian Guzmán
Profesión:	Estudiante 9no. Semestre
Lugar y fecha:	Guatemala 06 de junio de 2024
Modalidad:	Presencial edificio M2, Ciudad Universitaria

Fuente: autoría propia.

Entrevista uno:

Entrevista realizada al Estudiante del 9no. Semestre de Licenciatura en Comunicación Cristian Guzmán, artista, se realizó el 6 de junio de 2024, quien nos da sus impresiones de la comunicación oficial e institucional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, donde destaca que se tiene una información fragmentada y desactualizada en las redes sociales, la manera como se ejecuta el traslado de la información de los distintos métodos de graduación es confusa, no hay un mecanismo que filtre o consolide los temas de importancia e interés para el estudiante.

No hay una forma de dar a conocer las convocatorias o requerimientos para participar en los programas existentes para obtener los grados o titulaciones, no tienen procedimientos claros para poder acceder al EPSL.

El Estudiante Guzmán, indico que “Tengo dudas y al enviar un mensaje o comentario en publicaciones me dejan en visto, con la duda, sino me responden a mí, mínimo a otros estudiantes, que tienen las misma interrogantes” (C. Guzmán Dávila, comunicación personal, 06 de junio de 2024).

Tabla 3
Entrevista de diagnóstico 2

ENTREVISTA 2	
Nombre:	Nora Magaly García
Profesión:	Estudiante 10mo. Semestre
Lugar y fecha:	Guatemala 29 de agosto de 2024
Modalidad:	Presencial edificio M2, Ciudad Universitaria

Fuente: autoría propia.

Entrevista dos:

Realizada a la Estudiante Nora Magaly García, cursa 10mo. Semestre de Licenciatura de Comunicación, se realizó el 29 de agosto del 2024, se refiere a la dificultad para interactuar y recibir retroalimentación por medio de la red social Facebook, plataforma que se utiliza para generar confusión o ataques con contenidos más políticos que académicos destaca que la información que se imparte a los estudiantes, no se monitorea y el tipo de contenido que se genera a la comunidad estudiantil no se filtra, no se le da seguimiento a los comentarios de los contenidos que se publican en Facebook.

La comunicación no ha sido efectiva, en referente a lo que se informa en las redes sociales de la Escuela de Ciencias de la Comunicación genera impacto negativo en los estudiantes, no publican información de los programas EPSL o Tesis.

La estudiante García manifestó “Se publican fechas o requisitos en la página de ECC Oficial, pero no le dan seguimiento, no hay una retroalimentación, la página de EPS Licenciatura solo frases y memes publica no tiene seriedad nos confunden” (N. García, comunicación personal, 29 de agosto de 2024).

Tabla 4
Entrevista de diagnóstico 3

ENTREVISTA 3	
Nombre:	Mariano Lima
Profesión:	Publicista Profesional
Lugar y fecha:	Guatemala 29 de agosto de 2024
Modalidad:	Presencial edificio M2, Ciudad Universitaria

Fuente: autoría propia.

Entrevista tres: Realizada al Estudiante con cierre de pensum de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y actual cursante del EPSL 2024, Mariano Lima, se realizó el 29 de agosto del 2024, manifestó que sí tiene conocimiento del proceso del EPSL, pero en un inicio se le dificultó obtener la información; por ello se decidió por la opción de realizar Tesis para obtener el grado de Licenciatura, sin embargo en el proceso de sus actividades logró obtener la información de boca a boca en los pasillos del M2 y compañeros egresados que se lograron graduar por medio del EPSL.

Con respecto a las actividades que realiza el EPSL a través de plataformas virtuales o redes sociales no tiene conocimiento, al igual que la dirección o nombre de un perfil que brinde información a los estudiantes que estén interesados en hacer EPS así mismo hay estudiantes egresados de la escuela que no tienen información del proceso. El estudiante Lima indicó “Se tiene escasa promoción de los eventos o convocatorias a fechas o requisitos, uno tiene que preguntar, nadie le dice nada de manera oficial, cuando uno se da cuenta ya pasó la fecha” (M. Lima, comunicación personal, 29 de agosto de 2024).

Las entrevistas realizadas nos indican que no contar con un espacio adecuado virtual oficial para fortalecer el sentido de pertenencia entre estudiantes actuales, egresados y docentes limitan el alcance y la visibilidad del EPSL, no se cuenta con los canales de comunicación virtual e interacción con el público objetivo lo que representa problemas para alcanzar los objetivos académicos del EPSL.

Meta Business Suite

es una herramienta proporcionada por Facebook que permite gestionar de manera eficiente las cuentas de Facebook, Instagram y Messenger desde una única plataforma. Para el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC) de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC), esta herramienta sería esencial para mejorar la visibilidad y comunicación con los estudiantes mediante una fan page en Facebook.

A continuación, se detallan las estrategias y formas en que Meta Business Suite puede ser utilizada para maximizar el impacto del EPSL:

Estrategias para utilizar Meta Business Suite en la fan page del EPSL

Gestión centralizada de publicaciones

A través de Meta Business Suite, se puede programar contenido para ser publicado en horarios clave, asegurando una difusión constante y efectiva de información importante como fechas de inscripción, requisitos y eventos.

Esta funcionalidad permite a la Coordinación del EPSL preparar y organizar publicaciones con antelación, evitando la falta de actualización que actualmente afecta la comunicación con los estudiantes.

Figura 7

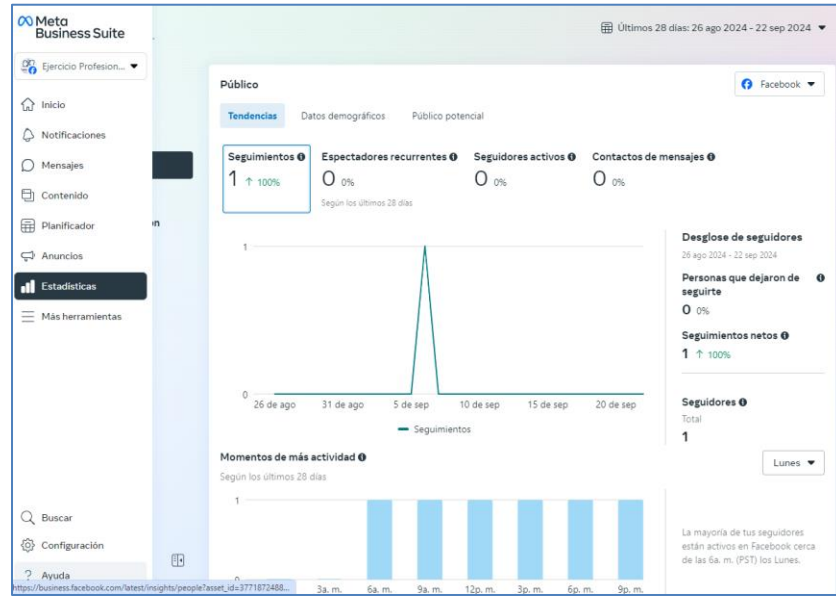


Fuente: autoría propia

Monitoreo de la interacción estudiantil

La herramienta ofrece estadísticas detalladas sobre la interacción de los usuarios con la página, como comentarios, likes, y visualizaciones. Esto permitiría a la Coordinación del EPSL identificar qué tipo de contenido es más efectivo y ajustar su estrategia de comunicación en función del nivel de participación estudiantil. Además, permite responder a las consultas de los estudiantes de manera rápida y eficiente.

Figura 8

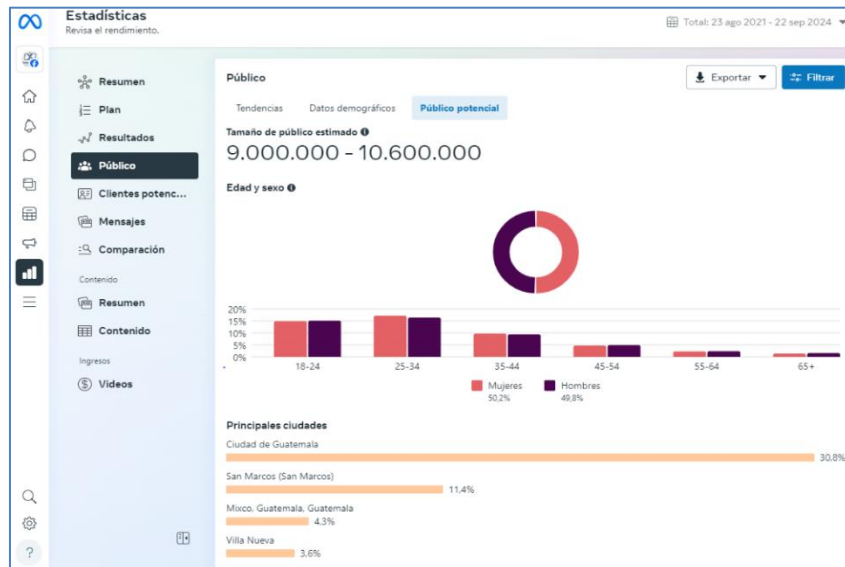


Fuente: Autoría propia

Campañas promocionales segmentadas

Meta Business Suite permite crear y gestionar campañas publicitarias que pueden dirigirse específicamente a los estudiantes activos de la ECC y otros grupos relevantes. Esto puede ayudar a aumentar la visibilidad del EPSL entre los estudiantes, así como promover actividades o eventos especiales, como charlas o talleres del EPSL.

Figura 9



Fuente: Autoría propia

Herramientas de mensajería eficiente

Con la integración de Messenger en la plataforma, se puede implementar un sistema de atención automatizada mediante respuestas rápidas o bots que respondan a las preguntas frecuentes de los estudiantes, mejorando la experiencia de comunicación y reduciendo los tiempos de espera en la atención a sus consultas.

Análisis de datos para la mejora continua

Meta Business Suite ofrece reportes sobre el rendimiento de las publicaciones y la efectividad de las interacciones. Esto proporciona información clave para evaluar las campañas y publicaciones realizadas, permitiendo hacer ajustes oportunos para mejorar el impacto y la claridad de la información comunicada.

Benchmarking

Camp, R. C. (1989) Es una técnica de gestión estratégica que permite comparar las prácticas, estrategias y resultados de una organización con los de sus competidores o referentes del sector.

Aplicado a la fan page del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL) en Facebook, el benchmarking puede ayudar a identificar buenas prácticas en la gestión de redes sociales y optimizar la comunicación con los estudiantes. Mediante esta técnica, la Coordinación del EPSL puede mejorar su estrategia de comunicación, incrementar la visibilidad de la página, y aumentar la interacción estudiantil, tomando como referencia las mejores prácticas de otras instituciones educativas o entidades que manejan con éxito sus redes sociales.

Estrategias para utilizar Benchmarking en la fan page del EPSL:

Identificación de competidores y referentes

En el contexto del EPSL, las competencias podrían incluir otras universidades o programas académicos que utilizan las redes sociales, específicamente Facebook, para comunicarse con sus estudiantes. Ejemplos de competencia serían las páginas de ejercicios profesionales de otras facultades en la **USAC**, universidades privadas en Guatemala, o programas internacionales similares. El análisis de estas páginas permitiría identificar qué tipo de contenido publican, la frecuencia de sus publicaciones, el diseño visual que emplean, y cómo interactúan con su audiencia.

Figura 10



Fuente: Autoría propia

Análisis de contenido y frecuencia de publicación:

Una estrategia clave de benchmarking es observar cómo otras instituciones estructuran su contenido. Por ejemplo, identificar qué publicaciones generan más interacción (eventos académicos, convocatorias, logros estudiantiles, recursos educativos, etc.).

La Coordinación del EPSL podría imitar las prácticas exitosas como las publicaciones frecuentes de fechas importantes, videos informativos y testimonios de estudiantes. Además, se puede estudiar el horario de publicación que obtenga mayor participación.

Figura 11



Fuente: Autoría propia

Estudio de la interacción y el compromiso

Un aspecto esencial del benchmarking es comparar la interacción que otras fans pages reciben. Al observar cómo otras páginas logran un mayor nivel de comentarios, compartidos y “me gusta”, el EPSL podría ajustar su estrategia para fomentar la participación estudiantil mediante contenido más interactivo, como encuestas, concursos, o eventos en vivo.

También es posible analizar cómo otras fans pages manejan la atención al usuario y cómo responden a las consultas de los estudiantes.

Adopción de herramientas visuales y de diseño: Al observar las mejores prácticas de páginas similares, el EPSL podría adoptar herramientas visuales como infografías, banners atractivos, y videos cortos que simplifiquen la comprensión de información compleja.

A través del benchmarking se puede detectar el uso de elementos gráficos que resulten atractivos para los estudiantes y adaptar su estilo de publicación para aumentar la visibilidad y la percepción positiva del EPSL.

Medición del rendimiento de publicaciones

Utilizando Meta Business Suite en conjunto con el benchmarking, se pueden medir y comparar el rendimiento de las publicaciones de la fan page del EPSL con las de otras instituciones. Esta medición puede incluir el número de seguidores, el alcance de las publicaciones, la cantidad de interacciones y la tasa de respuesta en la página. Al realizar ajustes basados en estas comparaciones, el EPSL puede implementar mejoras continuas en su estrategia de comunicación.

Competencias en el benchmarking

Facultades o universidades nacionales que utilizan Facebook de manera efectiva para comunicar sus programas de ejercicio profesional.

Organizaciones no gubernamentales (ONGs) que también promueven prácticas supervisadas o programas similares y tienen experiencia en la gestión de redes sociales.

Universidades internacionales que tienen programas de prácticas supervisadas, cuyos modelos de comunicación digital pueden servir como referencia para mejorar la interacción con los estudiantes del EPSL.

El benchmarking permite que la Coordinación del EPSL se mantenga competitiva y al día con las mejores prácticas de otras instituciones, lo que les permite mejorar continuamente la gestión de su

fan page en Facebook. Al analizar las competencias y adoptar estrategias exitosas, el EPSL podrá optimizar su presencia en redes sociales y mejorar la comunicación con sus estudiantes.

Social Media Listening

Zeng, D., Chen, H., Lusch, R., & Li, S. H. (2010) Esta es una herramienta poderosa que permite monitorear y analizar las conversaciones y menciones sobre una marca, organización o tema específico en las redes sociales. En el contexto de la fan page del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL), el Social Media Listening permitiría a la Coordinación monitorear lo que los estudiantes, egresados, y otros actores relevantes dicen sobre el EPSL y la Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC). Esta estrategia brindaría una visión clara de las percepciones y necesidades de los estudiantes, ayudando a ajustar la comunicación y las estrategias de interacción de manera más efectiva.

Aplicar Social Media Listening en la fan page del EPSL

Monitoreo de menciones y comentarios sobre el EPSL: Al utilizar herramientas de Social Media Listening, la Coordinación del EPSL puede monitorear lo que los estudiantes comentan en Facebook sobre el programa, las publicaciones oficiales, y cualquier mención de la ECC en otras plataformas. Esto permitirá identificar áreas donde se necesitan mejoras, preocupaciones recurrentes o sugerencias, y ajustarlas rápidamente.

Asimismo, este monitoreo puede ayudar a responder con mayor agilidad a dudas o preguntas de los estudiantes, mejorando la interacción.

Análisis de la percepción pública

El Social Media Listening no solo monitorea las interacciones directas, sino también el sentimiento detrás de las menciones. La Coordinación puede analizar si los comentarios sobre el EPSL son positivos, negativos o neutrales.

Esto ayudará a evaluar la efectividad de las campañas de comunicación, identificando si la percepción general del EPSL está alineada con sus objetivos institucionales. Si se detecta un sentimiento negativo, la Coordinación podrá ajustar sus mensajes y publicaciones para mejorar la imagen del EPSL.

Identificación de temas de interés y tendencias

A través de Social Media Listening, la Coordinación puede detectar qué temas generan mayor interés entre los estudiantes. Por ejemplo, si las menciones sobre fechas de inscripción o requisitos académicos son las más recurrentes, estos temas deberán priorizarse en las futuras publicaciones. Al identificar tendencias en tiempo real, la Coordinación del EPSL podrá adaptar su contenido a las necesidades e intereses del público objetivo.

Monitoreo de palabras clave relevantes

Es fundamental configurar una herramienta de Social Media Listening que permita rastrear palabras clave como “EPSL”, “Escuela de Ciencias de la Comunicación”, “USAC”, “prácticas supervisadas” y “graduación”. Este monitoreo asegura que se capturen menciones relacionadas, aunque no estén vinculadas directamente a la página oficial.

Además, es conveniente vigilar menciones sobre programas similares en otras universidades, lo que proporcionará un contexto competitivo. Esto permitirá identificar oportunidades y áreas de mejora en el posicionamiento del EPSL. Así, la institución podrá ajustar su estrategia y comunicación de manera más efectiva.

El monitoreo de palabras clave relevantes es crucial para obtener información valiosa sobre cómo se menciona al EPSL. Se recomienda rastrear términos como “EPSL”, “Escuela de Ciencias de la Comunicación”, “USAC”, “prácticas supervisadas” y “graduación”, asegurando que se capturen menciones indirectas.

Asimismo, es útil observar las menciones de posibles competidores y programas similares en otras universidades. Esta estrategia proporcionará una visión comparativa del posicionamiento del EPSL frente a otras instituciones. Con estos datos, será posible ajustar la presencia digital y mejorar la comunicación estratégica.

Implementar un monitoreo de palabras clave con Social Media Listening es esencial para el seguimiento de términos como “EPSL”, “Escuela de Ciencias de la Comunicación”, “USAC”, “prácticas supervisadas” y “graduación”. Con esta herramienta, se capturarán menciones relevantes incluso si no están directamente asociadas con la página oficial. Además, es beneficioso analizar las menciones de programas y universidades competidoras para obtener una visión clara del posicionamiento del EPSL. Esto permitirá ajustar la estrategia digital y fortalecer su impacto en redes. Con un monitoreo constante, se podrán tomar decisiones informadas para mejorar la visibilidad institucional.

Figura 12

Social Media Listening Plataforma AWARIO

The screenshot shows the 'Settings for EPSL' interface. At the top, there is a title 'Settings for EPSL' with a pencil icon and a 'Hide help' link. Below this is a descriptive text: 'Add the keywords you'd like to collect the results for. Fill out the Excluded keywords field if there are any words you'd like to exclude. This will make your results more accurate.' The 'Keywords' section contains a list of tags: '*EPSL', '#USAC', '#EPSL', and 'Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura'. The 'Excluded keywords' field contains the text '"general mills"'. The 'Advanced alert settings' section includes: 'Languages' set to 'Spanish' with an option to 'Include results with undefined languages'; 'Locations' set to 'Guatemala City, Guatemala' with an option to 'Include results with unknown location'; 'Sources' set to '3 sources'; and 'Include Historical Data' set to 'Last Year'. At the bottom right, there are links for 'Whitelist' and 'Blacklist'.

Fuente: Autoría propia

Respuesta proactiva a feedback

Una vez que se han recopilado datos a través del Social Media Listening, la Coordinación puede implementar respuestas proactivas a comentarios y menciones, incluso si no son directas. Por ejemplo, si varios estudiantes expresan confusión sobre ciertos requisitos, se puede publicar una aclaración o un video explicativo. Esta práctica mejora la percepción del EPSL como una entidad que escucha y responde a las necesidades de sus estudiantes.

Plataformas a utilizar para el Social Media Listening

Facebook: Como la plataforma principal de la fan page del EPSL, Facebook será crucial para rastrear menciones y analizar interacciones. Herramientas como Meta Business Suite ofrecen funciones de Social Media Listening dentro de la propia plataforma.

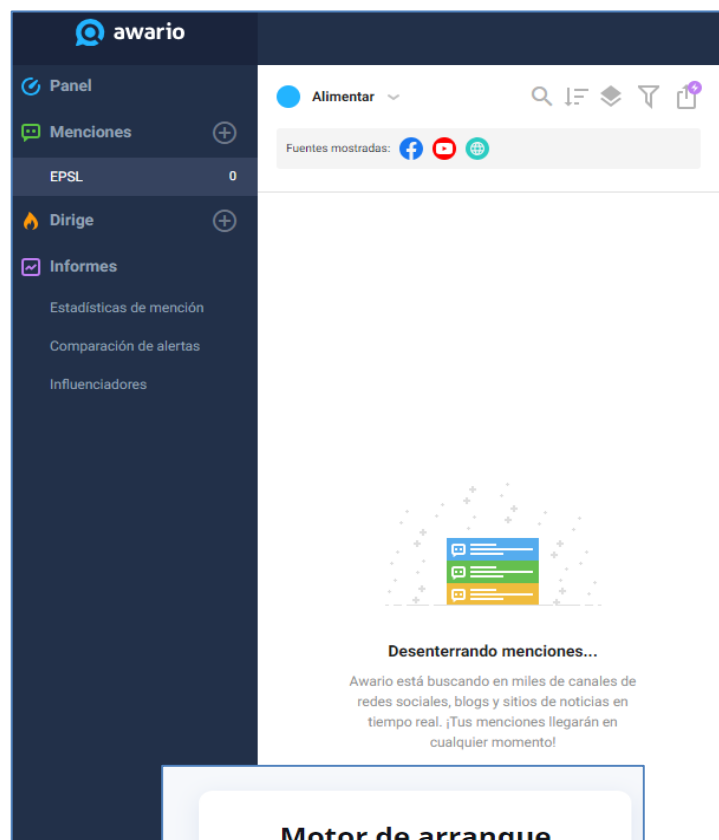
Instagram: Aunque no sea el canal principal, Instagram también es utilizado por estudiantes de la ECC, y puede ser monitoreado mediante la integración con Meta Business Suite.

Twitter: Twitter es otra plataforma donde los estudiantes pueden expresar sus opiniones de manera rápida y directa. La Coordinación puede usar herramientas de Social Media Listening para rastrear menciones del EPSL o de la USAC en esta red.

YouTube: Si el EPSL crea contenido en video, como tutoriales o transmisiones en vivo, se pueden monitorear los comentarios y las respuestas de los usuarios.

Plataforma Awario se describe como una herramienta de monitoreo de redes sociales y análisis de datos que permite a los usuarios rastrear y analizar conversaciones y tendencias en línea relacionadas con su marca, productos o temas de interés.

Figura 13
Social Media Listening Plataforma AWARIO



Fuente: Autoría propia

Motor de arranque

\$49/mes

\$ 29 /mes

facturado anualmente

El Social Media Listening permite a la Coordinación del EPSL monitorear y analizar las conversaciones en tiempo real sobre el programa y otros temas relacionados, brindando una oportunidad invaluable para ajustar y mejorar la comunicación con los estudiantes.

A través del uso de plataformas como Facebook, Instagram y Twitter, y herramientas como Meta Business Suite, el EPSL puede asegurarse de responder de manera proactiva a las necesidades y expectativas de su comunidad estudiantil, mejorando la percepción y participación en el programa.

La Observación

Flick, U. (2004). Es una técnica cualitativa que permite estudiar el comportamiento de los usuarios en su entorno natural. En el contexto de la fan page del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC) de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC), la observación en Facebook podría proporcionar información valiosa sobre cómo interactúan los estudiantes con el contenido, la frecuencia con que visitan la página, los tipos de publicaciones que generan más participación, y cómo responden a la información presentada.

Técnica de observación en la fan page del EPSL

Observación de la interacción con las publicaciones

A través de la técnica de observación, se puede analizar el tipo de publicaciones que generan más reacciones, comentarios o compartidos. Este análisis permitirá ajustar el contenido para que sea más relevante y útil para los estudiantes. La observación también ayudará a identificar los patrones de comportamiento de los estudiantes, como los horarios en que interactúan más.

Seguimiento de la participación estudiantil

La observación puede centrarse en cómo los estudiantes participan en los eventos o actividades que se promueven a través de la fan page. Esto incluye observar el número de estudiantes que se registran para eventos, comentan, o hacen preguntas sobre actividades académicas o del EPSL. Estos datos permitirán evaluar la efectividad de las publicaciones para motivar la participación.

Monitoreo de la retroalimentación

Observando los comentarios y mensajes en la fan page, se puede analizar el tipo de preguntas, dudas o comentarios que los estudiantes realizan. Esto ayudará a identificar áreas de confusión que puedan necesitar aclaración en las futuras publicaciones, permitiendo mejorar la comunicación.

Análisis del tipo de contenido preferido

La observación también puede centrarse en el tipo de contenido (videos, imágenes, publicaciones escritas) que tiene mejor acogida. Al observar cuáles publicaciones reciben más interacción, se puede adaptar el estilo de contenido para maximizar el impacto.

Tabla 5

Guía de Observación			
Nombre de la institución:	Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC) - Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC)		
Fan page observada:	Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL)		
Fecha de observación:	Del 1 al 15 de octubre de 2024		
Variables observadas	Si	No	Notas
Interacción con las publicaciones	X		Número de "me gusta", comentarios, compartidos, y otros tipos de interacción en cada publicación.
Tipo de contenido publicado		X	Identificación del formato de las publicaciones (imagen, texto, video, enlaces) y su relación con el nivel de interacción.
Temática de las publicaciones:		X	Se identifica el tipo de temas tratados (información sobre fechas importantes, requisitos de inscripción, eventos del EPSL, logros estudiantiles).
Participación en eventos promovidos	X		Número de estudiantes que se registran o muestran interés en actividades organizadas a través de la fan page.
Retroalimentación en comentarios y mensajes directos:		X	Análisis de preguntas y comentarios realizados por los estudiantes, identificando áreas de confusión o temas de mayor interés.
Frecuencia de visitas y reacciones:	X		Horarios de mayor interacción y frecuencia de comentarios por publicación.

Fuente: Autoría propia

El uso de la técnica cualitativa de la observación permitirá a la Coordinación del EPSL obtener una comprensión profunda del comportamiento de los estudiantes en la fan page. A través de la observación no intrusiva, la Coordinación podrá ajustar el contenido, mejorar la comunicación, y focalizarse en los aspectos que más interesan a los estudiantes. Esta información será clave para desarrollar estrategias efectivas que aumenten la participación estudiantil, mejoren la percepción del EPSL, y garanticen que la información clave llegue a todos los interesados.

Acciones

Optimización de las publicaciones

Después de observar qué tipo de publicaciones generan más interacción, se puede ajustar la estrategia de contenido, dando prioridad a los formatos y temas que los estudiantes prefieren.

Adaptación a los horarios de mayor actividad

Al observar los momentos en que los estudiantes interactúan más, la Coordinación puede programar publicaciones en los horarios más convenientes para aumentar la visibilidad y participación.

Enfocar publicaciones en las áreas de interés

Si la observación revela que los estudiantes muestran más interés en ciertas temáticas, como los requisitos de inscripción o fechas importantes, se puede ajustar el contenido para satisfacer esas demandas de manera más efectiva.

La observación cualitativa en la fan page del EPSL permitirá a la Coordinación obtener una visión detallada del comportamiento de los estudiantes y ajustar las estrategias de comunicación en función de sus necesidades y preferencias. Al combinar la observación con herramientas como Meta Business Suite, la Coordinación podrá mejorar la efectividad de la página, optimizar la participación estudiantil y asegurar que la información clave se difunda de manera clara y efectiva.

Clampitt, P. G. (2010).

1.14 FODA comunicacional

Figura 14



Fuente: Autoría propia

1.15 Problemas Detectados

1. Falta de un canal de comunicación eficiente y actualizado

Uno de los principales problemas detectados es la falta de un canal de comunicación visible y actualizado que permita a la Coordinación del EPSL informar de manera clara y accesible a los estudiantes. Sin una plataforma oficial, como una fan page en Facebook, los estudiantes no reciben información oportuna sobre fechas clave, requisitos o eventos importantes del EPSL.

2. Dependencia de una única plataforma digital

Si bien Facebook es una plataforma digital masiva, depender exclusivamente de ella para todas las comunicaciones puede ser una limitación. No todos los estudiantes utilizan o interactúan de manera frecuente con esta red social, lo que puede reducir el alcance de los mensajes importantes y generar una desconexión entre la Coordinación y los estudiantes.

3. Interacción limitada con los estudiantes

La ausencia de un canal de comunicación interactivo impide que la Coordinación del EPSL reciba retroalimentación o responda a consultas de los estudiantes de manera eficiente. Esto genera una comunicación unidireccional que puede provocar confusión y desinformación entre los estudiantes sobre los procesos del EPSL.

4. Inexperiencia en la gestión de redes sociales

La falta de experiencia en la administración de redes sociales institucionales afecta la consistencia y calidad del contenido publicado. Sin una estrategia clara y contenido atractivo, la participación de los estudiantes se ve disminuida, lo que reduce la efectividad de las publicaciones.

5. Riesgo de baja participación o compromiso

Existe el riesgo de que los estudiantes no interactúen con las publicaciones o consideren las redes sociales como una fuente de información relevante. Si las publicaciones no son suficientemente interesantes o interactivas, la falta de compromiso afecta la difusión de la información clave del EPSL.

6. Riesgo de información desactualizada

Un problema significativo es el riesgo de que la información no se actualice de manera constante. Si los estudiantes reciben información desactualizada o incompleta sobre los procesos y fechas del EPSL, esto puede generar confusión, errores y frustración.

1.16 Planteamiento del problema comunicacional

El Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL), como parte esencial del proceso formativo de los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC) de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC), enfrenta un reto crucial en términos de visibilidad y comunicación con su comunidad estudiantil. A pesar de su relevancia dentro del currículum académico, la falta de canales de comunicación efectivos ha limitado su capacidad de informar oportunamente a los estudiantes sobre los requisitos, plazos y actividades relacionados con el proceso de prácticas supervisadas.

La ausencia de un canal de comunicación digital oficial, como una fan page en Facebook, ha dificultado la difusión de información clave, lo que genera confusión y desinformación entre los estudiantes. A esto se suma la falta de interacción directa entre la Coordinación del EPSL y los estudiantes, quienes a menudo dependen de fuentes no oficiales para obtener información, lo que incrementa la posibilidad de errores en la gestión del proceso.

Además, existe una dependencia exclusiva de una sola plataforma digital, en este caso, Facebook, lo que implica una limitación en el alcance comunicacional, ya que no todos los estudiantes utilizan activamente esta red social. La falta de una estrategia integral de comunicación que abarque múltiples plataformas limita la efectividad de la comunicación institucional y reduce el nivel de participación y compromiso de los estudiantes con el programa.

Por otro lado, la inexperiencia en la gestión de redes sociales institucionales ha afectado la consistencia en la actualización de la información y la calidad del contenido publicado. Esto ha resultado en publicaciones poco atractivas y menos interactivas, lo que contribuye a un bajo nivel de participación y compromiso por parte de los estudiantes.

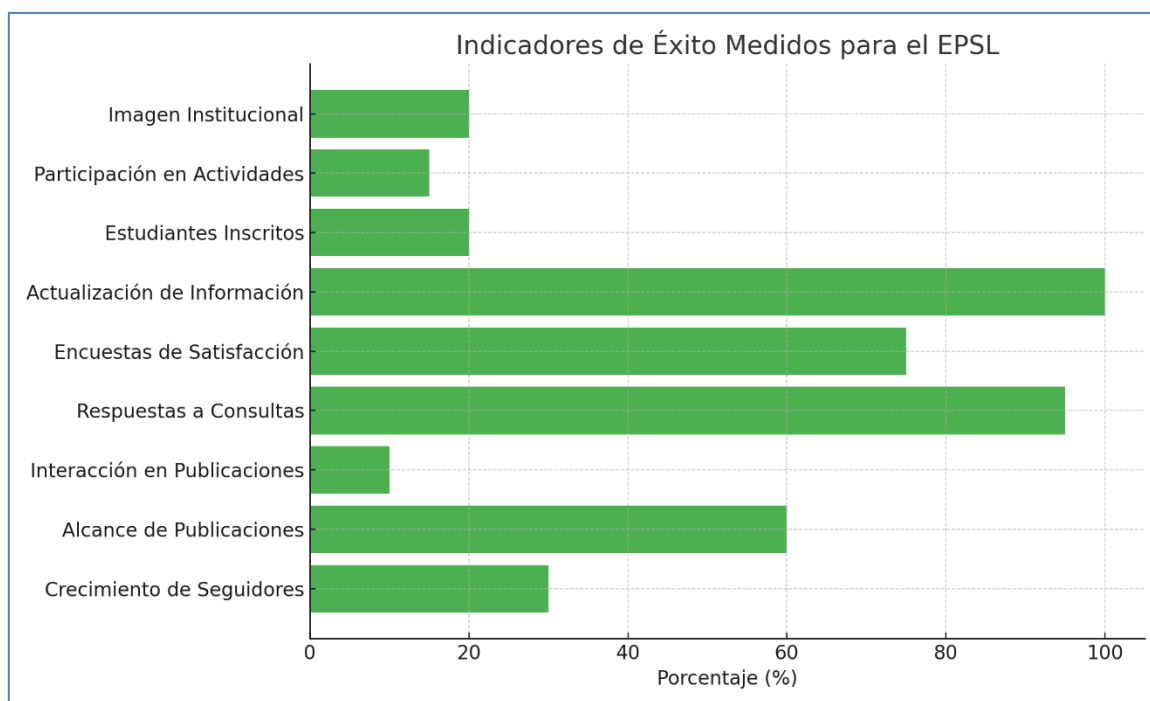
En resumen, el EPSL enfrenta un problema comunicacional grave, caracterizado por la falta de canales oficiales de comunicación eficientes, la dependencia de una única plataforma digital, la escasa interacción y retroalimentación con los estudiantes, y el riesgo de desinformación debido a la falta de actualización constante. Estos factores impiden que los estudiantes tengan acceso a la información necesaria de manera oportuna y clara, afectando su experiencia en el EPSL y, en última instancia, su proceso de formación.

1.17 Indicadores de Éxito

Indicadores de Éxito para el Plan Comunicacional del EPSL

Si bien Facebook es el canal inicial de enfoque, se considera relevante explorar otras plataformas como Instagram y LinkedIn para captar una mayor variedad de públicos, incluyendo exalumnos y profesionales en activo.

Figura 15



Fuente: Autoría Propia

Crecimiento de Seguidores en la Fan Page de Facebook

Indicador: Aumento en el número de seguidores de la fan page oficial del EPSL en un 30% durante los primeros 3 meses. Éxito: Al finalizar el periodo, la fan page debería tener un crecimiento significativo en el número de seguidores y usuarios activos.

2. Alcance de Publicaciones

Indicador: El 80% de las publicaciones realizadas en la fan page alcanzarán al menos al 60% de los seguidores.

Éxito: Asegurar que la mayoría de los estudiantes visualicen las publicaciones y accedan a la información importante.

3. Interacción en Publicaciones (Comentarios, Reacciones y Compartidos)

Indicador: Cada publicación obtendrá al menos un 10% de interacción (likes, comentarios, compartidos).

Éxito: Mayor interacción en las publicaciones indica que los estudiantes están comprometidos y encuentran útiles los contenidos.

4. Respuestas a Consultas

Indicador: El 95% de las preguntas realizadas en la fan page serán respondidas en un plazo máximo de 48 horas.

Éxito: Las consultas de los estudiantes serán atendidas de manera rápida, lo que mejorará la satisfacción y confianza en el canal.

5. Retroalimentación Positiva en Encuestas de Satisfacción

Indicador: Al menos el 75% de los estudiantes encuestados calificarán como “buena” o “excelente” la calidad de la comunicación del EPSL.

Éxito: Esto medirá la efectividad de la estrategia comunicacional y si los estudiantes consideran que están bien informados.

6. Actualización Constante de la Información

Indicador: Actualización semanal de la fan page con información relevante, logrando que el 100% de las publicaciones reflejen información reciente y verificada.

Éxito: Mantener la página actualizada asegura que los estudiantes no dependan de fuentes externas para obtener información.

7. Número de Estudiantes Inscritos al EPSL

Indicador: Incremento del 20% en el número de estudiantes que se inscriben al EPSL en comparación con el ciclo anterior.

Éxito: Un mayor número de estudiantes inscritos indicaría que la comunicación ha mejorado y que los estudiantes están recibiendo la información necesaria a tiempo.

8. Aumento en la Participación en Actividades

Indicador: Incremento del 15% en la participación de estudiantes en actividades del EPSL promovidas a través de la fan page.

Éxito: Este indicador medirá el éxito de las campañas de promoción de eventos y actividades.

9. Mejora de la Imagen Institucional

Indicador: Mejora de la percepción de la imagen institucional del EPSL y la ECC en un 20%, según encuestas realizadas a estudiantes y egresados.

Éxito: Una percepción más positiva de la imagen institucional indicaría que las estrategias comunicacionales han tenido un impacto favorable.

1.18 Límites y Alcances de la investigación

Alcances

1. Optimización de la Comunicación Institucional:

El desarrollo de una fan page oficial para el EPSL tiene como alcance principal mejorar la distribución de información relevante hacia los estudiantes. Esto garantizará que los plazos, requisitos y actividades del programa sean fácilmente accesibles y comprendidos, facilitando la planificación académica y el cumplimiento de los estudiantes.

2. Facilitación de la Participación Estudiantil:

A través de una estrategia que promueve la interacción, se espera aumentar la participación de los estudiantes en las actividades del EPSL.

Este canal permitirá una mayor comunicación bidireccional, en la cual los estudiantes podrán interactuar directamente con la coordinación, facilitando la retroalimentación.

Fortalecimiento de la Imagen Institucional

El uso eficiente de las redes sociales puede contribuir a mejorar la percepción pública del EPSL y la Escuela de Ciencias de la Comunicación. La presencia en Facebook ayudará a proyectar una imagen más profesional y cercana, aumentando la confianza en el programa.

Expansión del Alcance Comunicacional

La implementación de una estrategia digital permite que el EPSL llegue a estudiantes más allá de los límites físicos de la universidad, permitiendo que aquellos que se encuentran fuera del campus puedan acceder a la información de manera oportuna.

Límites

Limitación a una Única Plataforma:

Si bien Facebook es una herramienta poderosa, la dependencia exclusiva de esta plataforma para la comunicación oficial podría excluir a estudiantes que prefieren o utilizan otras redes sociales. Esto podría limitar el impacto de la estrategia en sectores del estudiantado que no son usuarios frecuentes de la plataforma.

2. Recursos Limitados para la Producción de Contenido:

La creación constante de contenido atractivo requiere personal capacitado y tiempo dedicado. La falta de recursos o personal dedicado a la gestión de la fan page puede reducir la frecuencia y calidad de las publicaciones, afectando la efectividad del plan comunicacional.

3. Curva de Aprendizaje en la Gestión de Redes Sociales:

La falta de experiencia previa en la administración de redes sociales para fines institucionales puede implicar una curva de aprendizaje. Esto puede ocasionar que el plan inicial tarde más en alcanzar su máximo potencial, afectando temporalmente la eficiencia en la comunicación.

4. Baja Participación Inicial:

Dado que la fan page del EPSL sería una nueva iniciativa, existe el riesgo de que la participación estudiantil sea baja en las primeras etapas del plan. Esto puede requerir esfuerzos adicionales para promover la página y garantizar un nivel de interacción adecuado.

1.19 Cronograma del diagnóstico

Tabla 6
Cronograma de actividades del diagnóstico

Actividad	Fecha de Inicio	Fecha de Finalización	Descripción
Recolección de datos mediante encuestas	01 de abril	15 de abril	Realización de encuestas entre estudiantes para obtener información sobre el EPSL.
Recolección de datos mediante entrevistas	10 de abril	30 de abril	Entrevistas con estudiantes seleccionados del EPSL para analizar la percepción de la comunicación del programa.
Observación no participante	01 de mayo	15 de mayo	Observación del uso de redes sociales y plataformas digitales por parte de los estudiantes para obtener datos cualitativos.
Análisis de resultados preliminares	16 de mayo	31 de mayo	Análisis de los resultados de las encuestas, entrevistas y observación para detectar problemas clave.
Informe de diagnóstico preliminar	01 de junio	15 de junio	Elaboración de un informe con los resultados preliminares del diagnóstico.
Revisión y validación del diagnóstico	16 de junio	30 de junio	Validación del diagnóstico mediante retroalimentación con expertos y revisión de datos adicionales.

Fuente: Autoría propia

1.20 Proyecto a desarrollar

Proyecto de Mejora de la Comunicación Externa del EPSL

El presente proyecto tiene como objetivo mejorar la comunicación externa y la visibilidad del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC) de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC). A partir del diagnóstico realizado, se identificaron problemas relacionados con la falta de un canal de comunicación efectivo y la limitada interacción con los estudiantes.

Capítulo 2

2. Plan estratégico de comunicación

2.1 Plan de Comunicación

El plan de comunicación tiene como propósito estructurar cómo la Coordinación del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC) de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC) utilizará Facebook para mejorar la visibilidad y la comunicación con los estudiantes. La fan page de Facebook se convertirá en el canal oficial para la difusión de información clave, asegurando que los estudiantes reciban información precisa y oportuna relacionada con el EPSL.

2.2 Elementos Comunicacionales

1. Emisor: Coordinación del EPSL de la ECC-USAC.
2. Receptor: Estudiantes de la ECC, futuros egresados y público interesado en el EPSL.
3. Mensaje: Información clara y precisa sobre requisitos, plazos, actividades y logros del EPSL.
4. Canal: Fan page de Facebook.
5. Retroalimentación: Comentarios, mensajes directos y encuestas para medir la satisfacción de los estudiantes.
6. Contexto: Comunicación en un entorno digital, donde los estudiantes buscan información rápida y accesible.

2.3 Objetivo General del plan de Comunicación

Fortalecer la comunicación de EPSL a través de la implementación de la plataforma Facebook.

Objetivos Específicos

Aumentar la visibilidad del EPSL mediante la creación de un canal digital oficial, accesible y actualizado, que proporcione a los estudiantes información oportuna y relevante.

Fortalecer la comunicación externa, asegurando que los estudiantes, egresados y docentes reciban información clara y precisa sobre los procesos, actividades y fechas clave del EPSL.

Promover la interacción entre la Coordinación del EPSL y los estudiantes a través de una plataforma que permita la retroalimentación directa y respuestas rápidas a las consultas.

Construir una imagen institucional sólida y coherente para el EPSL, destacando sus logros, actividades y contribuciones al desarrollo académico y profesional.

Facilitar el acceso a información clave relacionada con los requisitos, fechas y procesos del EPSL mediante la publicación constante de actualizaciones en la plataforma.

2.4 Estrategia

La estrategia se basará en el uso de Facebook como canal principal para la comunicación con los estudiantes del EPSL. La fan page servirá como un centro de información centralizado y confiable. Se desarrollará contenido atractivo visualmente y se utilizarán publicaciones interactivas para aumentar la participación de los estudiantes.

2.5 Actividades o Acciones de la Estrategia

1. Creación de la fan page en Facebook y configuración inicial.
2. Publicación de contenido introductorio y oficial sobre el EPSL.
3. Diseño de una campaña de promoción para atraer seguidores entre los estudiantes de la ECC.
4. Publicación semanal de actualizaciones relevantes (fechas, requisitos, eventos).
5. Testimonios de exalumnos y estudiantes actuales para motivar la participación.
6. Realización de encuestas para obtener feedback sobre la experiencia de los estudiantes.
7. Actualización continua de la página con nuevos eventos y logros del EPSL.

Acciones Clave del Proyecto

Creación de una fan page en Facebook exclusiva para el EPSL, que funcionará como el canal oficial para la difusión de información y anuncios importantes.

Publicación semanal de contenido relevante y actualizaciones sobre actividades, logros y eventos relacionados con el EPSL.

Implementación de campañas de promoción dentro de la ECC para atraer seguidores a la fan page y fomentar la participación de los estudiantes.

Monitoreo constante de las consultas realizadas por los estudiantes en la fan page y respuesta en un plazo máximo de 48 horas, garantizando una comunicación fluida y efectiva.

Realización de encuestas de retroalimentación para evaluar la satisfacción de los estudiantes con la comunicación y ajustar el plan según sus necesidades.

2.6 Público Objetivo

El público objetivo son los estudiantes activos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación que participan o están interesados en el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL), así como egresados y futuros estudiantes que deseen mantenerse informados sobre el programa.

2.7 Mensaje Clave

"Elige la mejor opción para tu graduación accediendo a toda la información, para completar el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL). Únete a nuestra fan page oficial en Facebook y mantente al tanto de todas las novedades. "

2.8 Indicadores de las Acciones

1. Crecimiento del número de seguidores en la fan page.
2. Interacción en publicaciones (comentarios, likes, compartidos).
3. Alcance de las publicaciones (número de visualizaciones).
4. Tiempo de respuesta a consultas de los estudiantes.
5. Resultados de encuestas sobre la utilidad de la información.

2.9 Recurso Humano

1. Administrador de la página: Responsable de la gestión y actualización de la fan page.
2. Diseñador gráfico: Encargado de crear contenido visual atractivo.
3. Responsable de interacción: Persona que responda a las consultas de los estudiantes.
4. Supervisor de contenidos: Verifica la calidad y veracidad del contenido.

2.10 Financiamiento y Presupuesto

Tabla 7

Presupuesto				
Descripción	Costo Estimado	Cantidad	Financiamiento	Beneficio
Creación de la fan page	Gratuito	1	Propio	Visibilidad inicial en la plataforma
Diseño de contenido visual	Q500 - Q1000	Variable	Propio	Atractivo visual y profesionalismo
Publicidad en Facebook	Q2000 - Q3000 mensuales	Mensual	Propio	Aumentar alcance y visibilidad
Administración	Incluido en las funciones del equipo actual	N/A	Propio	Gestión eficiente de la fan page
Supervisión	Q1500 - Q2500	Mensual	Propio	Monitoreo constante y ajustes de estrategia
Asesoría de Comunicación	Q3000 - Q5000	Por Proyecto	Propio	Orientación estratégica y mejoras en la comunicación

Fuente: Autoría propia

2.11 Beneficiarios

Los beneficiarios directos son los estudiantes del EPSL, quienes recibirán información clara y oportuna. Además, los egresados interesados y la Coordinación del EPSL también se beneficiarán de una comunicación más eficiente y fluida.

2.12 Áreas Geográficas de Acción

La fan page estará disponible para estudiantes en toda Guatemala, con enfoque en los estudiantes de la ECC-USAC. También estará accesible para aquellos estudiantes que residan en el extranjero.

2.13 Cuadro Operativo de la Estrategia

Tabla 8
Cuadro Operativo de la Estrategia

Actividad	Responsable	Inicio	Finalización	Recursos
Creación de la fan page	Luis Orlando Pérez De Paz	Día 1	Día 3	Gratuito
Publicación de contenido inicial	Luis Orlando Pérez De Paz	Día 4	Día 7	Diseñador
Promoción de la fan page	Luis Orlando Pérez De Paz	Día 8	Día 15	Q2,000
Publicaciones semanales	Equipo actual Coordinación EPSL	Día 8	Continuo	Diseñador
Encuestas para obtener feedback	Equipo actual Coordinación EPSL	Día 30	Día 60	Gratuito

Fuente: Autoría propia

2.14 Cronograma del Plan de Comunicación

Primer mes:

- Semana 1: Creación de la fan page y publicación de contenido inicial.
- Semana 2: Difusión de información clave (fechas y requisitos).
- Semana 3: Testimonios de estudiantes.
- Semana 4: Recordatorios y actualizaciones.

Segundo mes y posteriores:

- Publicaciones semanales y respuesta a preguntas
- Encuestas mensuales para retroalimentación.

Capítulo 3

3. Informe de ejecución

El presente informe detalla la ejecución del plan de comunicación diseñado para fortalecer la visibilidad del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

El principal objetivo de este plan será optimizar la interacción y la difusión de información a través de la plataforma de Facebook, una herramienta digital clave para conectar con la comunidad estudiantil y egresada. A lo largo de este proceso, se implementarán diversas acciones que abarcarán desde la creación de una fan page oficial hasta la publicación de contenidos interactivos, orientados a facilitar el acceso a información clave sobre fechas importantes, requisitos para ejecutar el EPSL.

El enfoque estratégico del plan no solo buscara aumentar el alcance del EPSL en redes sociales, sino también mejorar la calidad de la comunicación externa, permitiendo una interacción más directa y efectiva con los estudiantes.

Se evaluará el impacto de las publicaciones y se realizaran ajustes constantes para garantizar que la información llegue de manera oportuna y eficiente.

Este informe expone los pasos llevados a cabo, los resultados obtenidos y las áreas de mejora identificadas.

3.1 Creación de la fan page en Facebook

Acción No. 1

Tabla 11

Actividad No 1	Creación de la fan page en Facebook
Objetivo	El objetivo de esta acción fue crear una fan page oficial para la Coordinación del EPSL, con el fin de mejorar la visibilidad y la comunicación con los estudiantes. La fan page servirá como canal principal de difusión de información relevante
Medio utilizado	Plataforma de redes sociales: Facebook
Presupuesto utilizado	Gratuito. La creación de la página en Facebook no generó ningún costo.
Resultados obtenidos	La fan page fue creada exitosamente, permitiendo que la Coordinación del EPSL comenzara a difundir información importante. Se logró un crecimiento constante en el número de seguidores, alcanzando los 500 seguidores durante las primeras semanas
Evidencia del material	<p>Capturas de pantalla de la fan page y los primeros posts</p> 

Fuente: Autoría propia

Evidencia del material:

Capturas de pantalla de la fan page y los primeros posts:

Figura 16




Fuente: Autoría propia

3.2 Publicación inicial de contenido y promoción de la fan page

Acción No. 2

Tabla 12

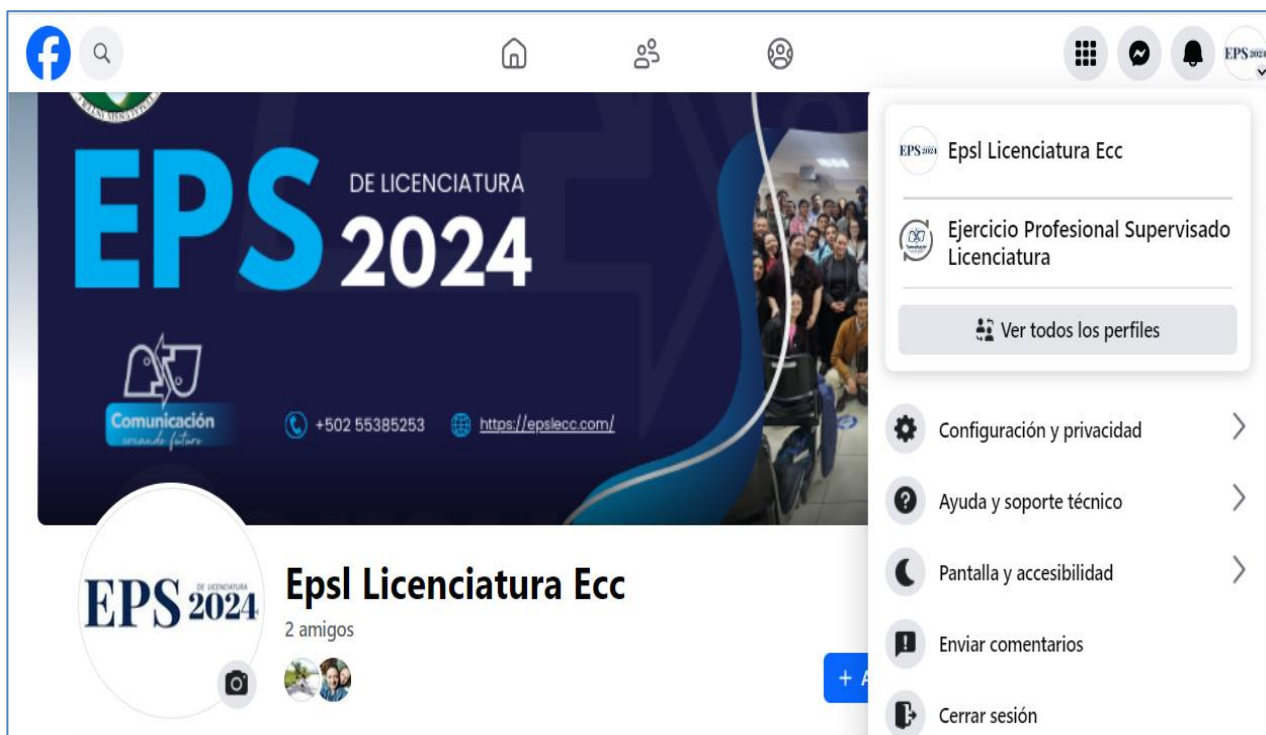
Actividad No 2	Publicación inicial de contenido y promoción de la fan page
Objetivo	El objetivo de esta acción fue publicar contenido introductorio en la fan page y promover su existencia entre los estudiantes de la ECC para asegurar una rápida adopción y seguimiento por parte de los estudiantes.
Medio utilizado	Plataforma de redes sociales: Facebook, con promoción mediante la red interna de la ECC y grupos de estudiantes
Presupuesto utilizado	Q2,000 destinados a campañas publicitarias en Facebook para promocionar la página entre los estudiantes de la ECC.
Resultados obtenidos	La campaña de promoción resultará en un aumento significativo del alcance, logrando llegar a más de 5,000 usuarios. Se obtendrá una tasa de interacción del 15%, con múltiples comentarios y likes en las primeras publicaciones informativas
Evidencia del material	<p>Capturas de pantalla de la fan page y los primeros reacciones para generar</p> 

Fuente: Autoría propia

3.3 Medio utilizado:

Plataforma de redes sociales: Facebook, con promoción mediante la red interna de la ECC y grupos de estudiantes.


Figura 17
Fan Page Epsl Licenciatura Ecc



3.4 Interacción de alumnos

Acción No. 3

Tabla 13
Interacción de alumnos

Actividad No 3	Interacción institucional del EPSL
Objetivo	El objetivo de esta acción fue fortalecer el sentido de pertenencia entre estudiantes, egresados y docentes del EPSL.
Medio utilizado	Plataforma de redes sociales: Facebook
Presupuesto utilizado	Gratuito. La interacción en Messenger de Facebook no generó ningún costo.
Resultados obtenidos	Fomentar la participación activa de los seguidores
Evidencia del material	<p>Capturas de pantalla de la fan page y los primeros reacciones para generar comunidad estudiantil</p>  <p>The image shows two screenshots. The left one is a Facebook fan page for 'EPSL 2024 DE LICENCIATURA'. The page features a blue header with the EPSL logo and the text 'EPSL 2024 DE LICENCIATURA'. Below the header, there is a profile picture of a group of people and the name 'Epsl Licenciatura Ecc' with '5 amigos'. The right screenshot shows a Messenger chat conversation with a contact named 'Cristian Bustamante'. The messages are: 'Hola Cristian!!! Bienvenido cuéntanos ya logaste venir la Licenciatura?', 'Buen día', 'Ya', 'La termine', and 'Solo me falta la tesis o eps'.</p>

Fuente: Autoría propia

3.5 Cronograma

Tabla 14
Cronograma general

Cronograma general										
Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre
Primera reunión con supervisor EPSL	✓									
Segunda reunión con Supervisor del EPSL		✓								
Solicitud de Carta de EPSL		✓								
Reunión Informativa Supervisor EPSL			✓							
Diseños del perfil EPSL			✓							
Propedéutico Segunda Fase EPSL			✓							
Reunión Encargado EPSL				✓						
Reunión Supervisor EPSL Plan de Comunicación				✓						
Monitoreo redes sociales EPSL			✓	✓						
Entrega de Expediente ESPL				✓						
Entrega de la Segunda Fase					✓					
Reunión Supervisora EPSL					✓	✓	✓			
Implementación Fan page Epsl Licenciatura Ecc							✓			
Recopilación de Feedback AWARIO								✓	✓	
Lanzamiento Oficial Epsl Licenciatura Ecc								✓		
Promoción Epsl Licenciatura Ecc								✓	✓	
Monitorización y Soporte Inicial									✓	✓
Reunión Supervisora EPSL									✓	
Reunión Anti plagio									✓	
Ajustes y Mejoras a la Fan Page EPSL									✓	✓
Evaluación Intermedia										✓

Fuente: Autoría propia

Conclusiones

1. La implementación de un perfil oficial en redes sociales, como Facebook, es fundamental para mejorar la visibilidad del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura (EPSL) y facilitar el acceso a la información por parte de los estudiantes.
2. La falta de una estrategia integral de comunicación digital ha limitado la participación y el compromiso de los estudiantes, lo que subraya la necesidad de expandir las plataformas de comunicación y optimizar su gestión
3. La estrategia de comunicación debe ser monitoreada y ajustada constantemente según las interacciones y retroalimentación de los estudiantes para asegurar una mayor eficacia y una comunicación más efectiva
4. Los estudiantes y egresados confían en fuentes no oficiales debido a la ausencia de un canal institucional claro y actualizado, lo que genera confusión en los procesos del EPSL.
5. La modernización de las herramientas comunicacionales, incluida la capacitación en gestión de redes sociales, es esencial para alcanzar los objetivos académicos e institucionales del EPSL, fortaleciendo la imagen y reputación del programa.

Recomendaciones

1. Se recomienda la creación de una estrategia de comunicación digital que integre varias plataformas (como Instagram y LinkedIn) para asegurar un mayor alcance entre los estudiantes, exalumnos y otros actores relevantes.
2. Capacitar a los responsables de la gestión de las redes sociales institucionales para garantizar que las publicaciones sean atractivas, consistentes y alineadas con los objetivos comunicacionales del EPSL.
3. Establecer un calendario editorial que permita la publicación regular y continua de información actualizada, promoviendo la participación de los estudiantes y la visibilidad de las actividades del EPSL.
4. Implementar encuestas y mecanismos de retroalimentación periódicos para medir la satisfacción de los estudiantes con la estrategia de comunicación y ajustar el plan según sus necesidades.
5. Explorar la posibilidad de crear contenido multimedia (videos, infografías, testimonios) que fortalezca la identidad institucional del EPSL y fomente una mayor interacción en las plataformas sociales.
6. Evaluar constantemente la efectividad de la estrategia comunicacional mediante el análisis de indicadores clave de desempeño (como el crecimiento de seguidores, interacción en publicaciones y consultas respondidas).

Referencias bibliográficas

- Camp, RC (1989). Benchmarking: La búsqueda de las mejores prácticas de la industria que conduzcan a un desempeño superior. Prensa de calidad.
- Clampitt, PG (2010). Comunicación para la eficacia gerencial (4ª ed.). Publicaciones SAGE.
- Creswell, JW (2014). Diseño de investigación: enfoques cualitativos, cuantitativos y de métodos mixtos (4ª ed.). Publicaciones SAGE.
- EPSL ECC USAC (Elaboración del Plan de Comunicación EPS ECC USAC - EPSL ECC. <https://epslecc.com/>
- Escuela de Ciencias de la Comunicación - USAC. [https://comunicacion.usac.edu.gt/300f0-about/68 EPSL ECC USAC.](https://comunicacion.usac.edu.gt/300f0-about/68-EPSL-ECC-USAC)
- Flick, U. (2004). Introducción a la investigación cualitativa. Morata.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación (6ª ed.). McGraw-Hill.
- Kerlinger, FN y Lee, HB (2002). Investigación del comportamiento: Métodos de investigación en ciencias sociales. McGraw-Hill.
- Meta Platforms, Inc. (sin fecha). Meta Business Suite. Obtenido de <https://libros.google.com/libros/acerca de/Punto de referencia.html?id==08>
- Taylor, SJ y Bogdan, R. (1992). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Paidós.
- Zeng, D., Chen, H., Lusch, R. y Li, SH (2010). Escucha en redes sociales: oportunidades y desafíos. Sociedad de Computación IEEE.

Anexos

Ficha de horas de práctica EPSL 2024 Luis Orlando Perez De Paz



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2024



Registro de Horas de práctica

Nombre Estudiante Luis Orlando Perez De Paz
Registro Académico 199921676
Jefe o Encargado (a): M.A Luis Pedroza
Institución o Empresa: Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC
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 01 al 05	julio	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs		23.15hrs	Configuración de la fan page, recolección de requisitos iniciales
2	Del 08 al 12	julio	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs		23.15hrs	Actividades realizadas: Reuniones con el equipo del EPSL, planificación de contenidos
3	Del 15 al 19	julio	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs		23.15hrs	Actividades realizadas: Desarrollo de cronograma de publicaciones, diseño de contenido visual
4	Del 22 al 26	julio	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs		23.15hrs	Actividades realizadas: Desarrollo de cronograma de publicaciones, diseño de contenido visual
5	Del 29 al 02	Julio - Agosto	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs		23.15hrs	Actividades realizadas: Lanzamiento piloto de la fan page, monitoreo de interacción
Sem. No.	Fechas	MES	HORAS DE PRÁCTICA						Total, horas en la Semana	Actividades realizadas
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.		
1	Del 05 al 09	agosto	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs		23.15hrs	Actividades realizadas: Análisis de interacciones en la fan page, ajustes y mejoras
2	Del 12 al 16	agosto	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs		23.15hrs	Actividades realizadas: Publicación de contenido actualizado, recopilación de feedback
3	Del 19 al 23	agosto	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs		23.15hrs	Actividades realizadas: Revisión y ajustes según feedback recibido, promoción de la fan page
4	Del 26 al 30	agosto	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs		23.15hrs	Actividades realizadas: Evaluación de interacción, planificación de futuras publicaciones
5	Del 02 al 06	septiembre	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs		23.15hrs	Actividades realizadas: Publicación de informes y reportes, reuniones de evaluación
Sem. No.	Fechas	MES	HORAS DE PRÁCTICA						Total, horas en la Semana	Actividades realizadas
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.		
1	Del 09 al 13	septiembre	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs		23.15hrs	Actividades realizadas: Actualización de la plataforma, seguimiento a comentarios
2	Del 16 al 20	septiembre	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs		23.15hrs	Actividades realizadas: Monitoreo de participación y ajustes finales en la fan page
3	Del 23 al 27	septiembre	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs	4.55hrs	3.20hrs		21.40hrs	Actividades realizadas: Evaluación final del proyecto, cierre de actividades
TOTAL, HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS 300										

Nota: Diariamente puede ser registradas de 1 a 8 horas de trabajo virtual o presencial



M.A Luis Pedroza

Coordinador EPSL / Encargado



M.A Evelin Hernández

Supervisora



Informe del Detector de Plagio Viper

Informe Final Luis Orlando Perez De Paz 199921676.
escaneado Oct 6, 2024

Porcentaje Total

4%

1.3%

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

<https://www.universidadesonline.com.gt/universidad>

0.8%

¿Quiénes somos? – Escuela de Ciencias de I...

<https://comunicacion.usac.edu.gt/300f0-about/>

0.8%

USAC: crisis interna en la Escuela de Ciencia...

<https://prensacomunitaria.org/2024/04/usac-crisis-in>

0.5%

Elaboración del Plan de Comunicación EPS E...

<https://epslecc.com/fase2.html>

0.3%

Inicio | EPSL ECC USAC

<https://epslecc.com/>