

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL



**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL
POSICIONAMIENTO DE LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL A TRAVÉS DE REDES SOCIALES**

**TRABAJO DIRIGIDO PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

Autora: Univ. Sahian Maylin Gutiérrez Temo

Tutora: Lic. Lian Crucita Rodríguez Alvarado

COBIJA – PANDO – BOLIVIA

2023

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL
POSICIONAMIENTO DE LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL A TRAVÉS DE REDES SOCIALES

Trabajo dirigido sometido a consideración de la Universidad Amazónica de Pando, del Área de Ciencias Sociales y Humanísticas y Carrera Ciencias de la Comunicación Social

Requisito para optar al grado académico de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social

Por

Sahian Maylin Gutiérrez Temo

Cobija – Pando – Bolivia

Este Trabajo Dirigido, ha sido aceptado en su presente forma por la Universidad Amazónica de Pando, la Dirección del Área de Ciencias Sociales y Humanísticas y aprobada por el Tribunal.

FIRMANTES:

M.Sc. Miladis Marilia Conde Herrera
DIRECTORA DEL ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS

Lic. Wendy Echeverria Ramirez.
TRIBUNAL

Lic. Henry Justo Mamani.
TRIBUNAL

Lic. Vanessa Reina Alejo Conde.
TRIBUNAL

Lic. Lian Crucita Rodriguez Alvarado.
TUTORA

Univ. Sahian Maylin Gutierrez Temo.
POSTULANTE

DEDICATORIA

Este Trabajo Dirigido está dedicado:

A mi madre Mary Luz Temo Vaca y a mi padre Freddy Santos Gutiérrez Mamani quienes me dieron la base para poder llegar a ser quien soy ahora, por sus consejos, el apoyo incondicional que me dan, comprensión, paciencia, esfuerzo, sacrificios que han hecho por mí a lo largo de estos años, muchos de mis logros se los debo a ellos, incluyendo este.

A mi querida Cachaza quien es mi ángel hoy en día, quien fue mi compañera a lo largo de mi vida universitaria y a mi querido Ron, quien me sigue acompañando hasta el día de hoy.

AGRADECIMIENTO

Agradecer primeramente a Dios por permitirme vivir este momento junto a mi familia, agradecer a mis padres y hermano por apoyarme en cada paso que doy

Mis agradecimientos a la carrera Ciencias de Comunicación Social, por confiar en mí y abrirme las puertas, por permitirme realizar la investigación en de la carrera, a mis docentes quienes con la gran enseñanza de sus conocimientos hicieron que pueda crecer en este proyecto, gracias a cada una de ustedes por la dedicación, el apoyo incondicional y la paciencia

ÍNDICE

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice.....	iv
Índice de tablas.....	vi
Lista de anexos.....	vii
Resumen ejecutivo.....	viii

Introducción

CAPÍTULO I.....	3
CONSIDERACIONES GENERALES.....	3
1.1. Características institucionales.....	3
1.1.1 Nombre de la institución.....	3
1.1.2. Dirección de la institución.....	3
1.1.3. Nombre del proyecto, programa o actividad a la cual se integrará el estudiante....	3
1.1.4. Importancia social de la institución.....	3
1.2. Justificación.....	4
1.3. Planteamiento del problema.....	6
1.4. Objetivos.....	7
1.5. Metodología.....	7
1.5.1. Enfoque de investigación.....	8
1.5.2. Fases.....	9
1.5.2. Técnicas de Investigación e Instrumentos.....	10
CAPÍTULO II.....	12
CONTEXTO INSTITUCIONAL.....	12
2.1. Antecedentes.....	12
2.1.1. Antecedente Institucionales.....	12
2.1.2. Aspectos Históricos.....	14
2.1.3. Características Generales de la Institución.....	15
2.2. Población Objeto de Estudio.....	17
2.3. Estructura Organizacional.....	17

CAPÍTULO III	19
MARCO REFERENCIAL	19
3.1. Marco legal.....	19
3.1.1. Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia.....	19
3.1.2. Resolución Honorable Consejo Universitario (HCU) de fundación de la carrera....	20
3.1.3. Resolución Reunión Académica Nacional (RAN).....	21
3.1.4. Plan Estratégico Institucional (PEI) del Área de Ciencias Sociales y Humanísticas.	21
3.1.5. Plan Estratégico de la Carrera.....	22
3.2. Marco Teórico.....	23
CAPÍTULO IV	28
RESULTADOS DEL TRABAJO DIRIGIDO	28
4.1. Diagnóstico comunicacional.....	28
4.1.1. Diagnóstico interno.....	28
4.1.2. Diagnóstico externo.....	48
4.2. Actividades ejecutadas y sus resultados.....	54
4.3. Propuesta de Mejora.....	56
4.3.1. Propuesta 1: Elaboración y difusión de flyers.....	56
4.3.2. Propuesta 2: Elaboración y difusión de videos.....	64
CAPÍTULO V	70
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	71
Conclusiones.....	71
Recomendaciones.....	73
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	74
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 Cantidad de estudiantes en la carrera.....	29
Tabla 2 Áreas de práctica del comunicador social.....	35
Tabla 3 Servicios complementarios de la carrera.....	36
Tabla 4 Perspectiva de posicionamiento interno.....	37
Tabla 5 Manejo comunicación de la carrera.....	39
Tabla 6 Redes sociales para la captación de nuevos estudiante.....	41
Tabla 7 Debilidades en la carrera.....	44
Tabla 8 Sugerencias para la captación de nuevos estudiantes.....	46
Tabla 9 Redes sociales y estudiantes de secundaria.....	49
Tabla 10 Criterio sobre comunicación social.....	50
Tabla 11 Información requerida	51
Tabla 12 Página del ACSyH.....	53

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1	Monitoreo de Red Social ACSy H
ANEXO 2	Guía de entrevista externas.....
ANEXO 3	Guía de entrevista internas
ANEXO 4	Validación de instrumentos de recolección de datos.....
ANEXO 5	Validación de flyers publicitarios.....
ANEXO 6	Validación de videos publicitarios.....
ANEXO 7	Registro fotográfico.....
ANEXO 8	Registro fotográfico Unidad Educativa Cobija "A".....
ANEXO 9	Registro fotográfico Unidad Educativa América.....
ANEXO 10	Solicitud de validación de instrumentos.....
ANEXO 11	Solicitud de data para exposición.....
ANEXO 12	Solicitud de fecha y hora de exposición del pan de acción.....
ANEXO 13	Solicitud de difusión de flyers y videos.....
ANEXO 14	Solicitud de antecedentes de la carrera.....
ANEXO 15	Solicitud de información de la carrera.....
ANEXO 16	Informes del Trabajo Dirigido.....
ANEXO 17	Registro de asistencia del Trabajo Dirigido.....
ANEXO 18	Videos publicitarios a la carrera.....
ANEXO 19	Flyers publicitarios a la carrera.....

RESUMEN EJECUTIVO

El presente Trabajo dirigido consistió en la identificación de las necesidades y la puesta en marcha de una estrategia comunicacional digital para promocionar la carrera mismo que estuvo dirigido a estudiantes de últimos grados del nivel regular de educación. Para el efecto, el objetivo que guió el estudio fue el de Implementar una estrategia de comunicación digital que permitió la captación y aceptación de nuevos estudiantes a la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Amazónica de Pando, para la Gestión 2024. La metodología planteada fue la investigación de tipo descriptiva con un enfoque cualitativo, para el cual se requirió de la aplicación de entrevistas dirigidas al personal administrativo y docentes de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social y se complementó los datos con el criterio de los estudiantes de secundaria de las unidades educativas América y Cobija "A".

Las teorías de soporte para el estudio fueron la teoría del capital humano y la teoría de la comunicación corporativa, ambas relacionadas con el fortalecimiento a las capacidades comunicativas de las personas.

Finalmente, la propuesta consistió en la implementación de una estrategia comunicacional digital basado en difusión de flyers y videos promocionando el perfil, misión y visión de la carrera, mismos que fueron incorporados en la página oficial de Facebook del Área Ciencias Sociales y Humanísticas.

Palabras claves

Estrategias, comunicación digital, comunicadores sociales

INTRODUCCIÓN

La carrera Ciencias de la Comunicación Social dependiente del Área Ciencias Sociales y Humanísticas, tiene como misión institucional el de “Formar profesionales en Ciencias de la Comunicación Social competentes, con vocación de servicio, comprometidos con el desarrollo sostenible de la sociedad pandina, mediante la investigación e interacción social, producción de medios y mensajes con calidez y calidad”, en ese entendido se buscó estrategias que permitan la continuidad de formación de profesionales y que a la vez la población conozca sobre el rol que juega el comunicador social en la sociedad.

El trabajo dirigido tiene una estructura que consta de cinco capítulos la cual se desarrolla de la siguiente manera:

Capítulo I, se da a conocer las características Institucionales, el nombre de la Institución, dirección, nombre del área donde se desarrolló la investigación, la importancia social que brinda, la justificación de por qué el trabajo, planteamiento del problema que llevó a realizar el trabajo, los objetivos generales y específicos, la metodología empleada, las fases en el que se desarrolló el trabajo, como las técnicas de la investigación e instrumentos aplicados.

Para lo cual el objetivo general planteado es Implementar una estrategia de comunicación digital que permita la captación y aceptación de nuevos estudiantes a la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Amazónica de Pando, para la Gestión 2024.

El capítulo II, contiene el estudio de contexto de la Institución donde se encuentran los antecedentes institucionales de la carrera, la Misión-Visión y perfil profesional, la población como objeto de estudio y la estructura organizacional de la cual está compuesta la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social.

Por su parte el capítulo III, denominado marco referencial, consta de marco legal que sustenta la base normativa.

De la investigación, el mismo que se encuentra descrito de lo general a lo particular de la siguiente manera: Constitución Política del Estado, la Reunión Académica Nacional (RAN), Plan Estratégico Institucional del Área de Ciencias Sociales y Humanísticas y el Ajuste al perfil profesional del Diseño Curricular de Ciencias de la comunicación social -2015. Así mismo se considera la postura teórica que comprende la teoría del capital humano y la teoría de la comunicación corporativa, ambas relacionadas con el fortalecimiento a las capacidades comunicativas de las personas.

El capítulo IV consta del diagnóstico de la situación problema, donde se identificó datos reales de la problemática de estudio y los resultados del mismo, los cuales se determinan que existe una insuficiente promoción de la carrera en la sociedad pandina, lo que conlleva a que los postulantes sean en menor cantidad, también se encuentra la propuesta de mejora la cual consistió en la elaboración de una estrategia comunicacional digital, la misma que fue validada y puesta en marcha a través de la página oficial del Área de Ciencias Sociales y Humanísticas.

CAPÍTULO I

CONSIDERACIONES GENERALES

1.1. Características institucionales

Entre las características institucionales se encuentran el nombre y dirección de la institución, el proyecto al que se incorporó la estudiante y la importancia social de la institución.

1.1.1 Nombre de la institución

Universidad Amazónica de Pando (UAP), Área de Ciencias Sociales y Humanísticas (ACSYH) y de manera específica la carrera Ciencias de la Comunicación Social.

1.1.2. Dirección de la institución

El Área de Ciencias Sociales y Humanísticas y la carrera Ciencias de la Comunicación Social, se encuentra ubicada en el Campus universitario de la UAP. Av. las Palmas, Torres Gemelas, edificio “B” primer piso.

1.1.3. Nombre del proyecto, programa o actividad a la cual se integrará el estudiante

El presente trabajo dirigido, fue ejecutado en la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social, dependiente del Área Ciencias Sociales y Humanísticas- Universidad Amazónica de Pando.

1.1.4. Importancia social de la institución

La Universidad Amazónica de Pando, como la principal casa de estudios superiores en el departamento, tiene como objetivo principal formar profesionales competentes y comprometidos con la sociedad.

Su enfoque se centra en la excelencia académica, el pensamiento crítico y el compromiso social. La institución considera que su importancia radica en su contribución al desarrollo de la investigación científica, tecnológica y de innovación, con calidad y relevancia social. Además, busca formar profesionales con una ética profesional sólida, capaces de proponer soluciones a problemáticas laborales, sociales y culturales. (Modelo Académico Universidad Amazónica de Pando, 2014, p. 2).

Por su parte, el Área de Ciencias Sociales y Humanísticas desempeña un papel fundamental en la Universidad Amazónica de Pando, puesto que está encaminada a formar profesionales en las ciencias sociales con sentido humano que contribuya en la identificación y tratamiento de las problemáticas sociales de la región.

De manera específica, la misión de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social es el “de formar profesionales competentes, con vocación de servicio, comprometidos con el desarrollo sostenible de la sociedad pandina, mediante la investigación e interacción social, producción de medios y mensajes con calidez y calidad” (PEI-2015).

En ese sentido, la importancia social de la carrera Ciencias de la Comunicación Social, es el de contribuir en la formación de talento humano con competencias y habilidades capaces de intervenir en distintas realidades a nivel local y departamental.

1.2. Justificación

Justificación institucional

La imagen o posicionamiento institucional en las redes sociales adquiere una relevancia fundamental generando un valor para la entidad, una buena imagen permite ocupar un espacio en la mente de los públicos internos y externos y así puedan considerar como una opción valedera en cuanto a los servicios y actividades que se ofrece; en consecuencia, las instituciones generan un mayor impacto, credibilidad y confianza para el público que desea ser integrante de la Universidad Amazónica de Pando y de la carrera.

La carrera de Ciencias de la Comunicación Social a la fecha no tiene referencia de haber explotado las redes sociales para realizar promoción y publicidad, lo cual hace que la difusión sobre sus actividades, talleres, programas, por medios digitales y redes sociales sea deficiente y no permita llegar a la población en general en especial a los estudiantes que todavía no saben

qué carrera estudiar, por lo que se identificó algunos medios alternativos de comunicación con los que se trabajó, para la publicidad y promoción de servicios a través de las redes sociales para que la sociedad en general del departamento de Pando tenga conocimiento de los servicios y actividades que brinda esta institución y así poder captar nuevos universitarios para la carrera de comunicación social.

Justificación académica

En el aspecto académico, fue fundamental aplicar los conocimientos adquiridos en el proceso de enseñanza-aprendizaje, por lo que, la elaboración de una estrategia comunicacional en el que se incluyan el componente teórico-metodológico, pretende orientar al desarrollo del manejo de medios y canales de información digital que permitió comunicar efectivamente los mensajes y transmitir a los usuarios los programas y servicios que ofrece la institución en especial la carrera de comunicación social, mejorando la interrelación con los públicos internos y externos, para captar nuevos universitarios con información acopiada en las redes sociales.

La aplicación de la estrategia de comunicación institucional adecuados, para la difusión acerca de las actividades de la institución a través de las redes sociales hacia la población en general y obtener resultados en base a procedimientos desde la comunicación organizacional, determinando acciones con los públicos internos y externos de la institución,

La propuesta se desarrolló acorde a los conocimientos aprendidos en el proceso de formación en comunicación social, en lo que refiere a métodos, guías, etapas y procesos, es importante el trabajo dirigido en una institución.

Justificación práctica

El Trabajo Dirigido se aplicó, mediante la realización de un diagnóstico interno a la carrera de Comunicación Social y en función de ello, estructurar el diseño de estrategia de comunicación externa que permita el posicionamiento y consolidación de la imagen institucional a través de las redes sociales, que genere un mayor crecimiento en la postulación

de universitarios nuevos, permitiendo el reconocimiento por parte de los mismos y público externo a través de las redes sociales,

De tal manera, se justifica la elaboración del presente informe, mismo que consta de bases teóricas y a la vez elementos prácticos, teniendo como resultado, la puesta en marcha de la estrategia comunicacional para la promoción de la carrera en la Red Social oficial del Área que es la página de Facebook.

1.3. Planteamiento del problema

Si bien, la carrera Ciencias de la Comunicación Social es una institución pública ha logrado posicionar su imagen institucional estableciendo medios y canales de difusión, se observó que aun la comunicación institucional para realizar un trabajo efectivo con el público externo o más allá de la ciudad de la Cobija es insuficiente; al contar con una estructura orgánica sin conocimiento del manejo comunicacional, dificulta el trabajo y evidencia la necesidad de comprometerse e identificarse con la institución.

Sumado a ello, la Carrera, no cuenta con manuales de comunicación que contribuyan al desarrollo efectivo del manejo organizacional y el flujo de información tanto interna como externa; las plataformas virtuales, siendo canales de información, requieren de actualizaciones permanentes mediante la generación de contenidos que mejore la interactividad con todo tipo de público.

Identificando que existe una normativa que regula la obligación de otorgar información a la población de las entidades públicas, según la Unidad de Transparencia y Lucha contra la corrupción.

Asegurar el acceso a la información pública, exigiendo a las instancias correspondientes en la entidad o institución, la otorgación de información de carácter público, así como la publicación y actualización de la información institucional en Transparencia y Lucha contra la Corrupción, salvo en los casos de información relativa a la defensa nacional, seguridad del Estado o al ejercicio de facultades constitucionales por parte de los Órganos del Estado; los sujetos a reserva o los protegidos por los secretos comerciales, bancario, industrial, tecnológico y financiero, en el marco de la normativa vigente. (Art. 10, Ley 794) parágrafo I numeral 6 (2017. Párr. 57)

Por lo tanto, basándose en el cumplimiento de la normativa se entiende que el procedimiento de acuerdo a las competencias de la institución referida, tiene como fin el demostrar las actividades que realiza.

En ese sentido, se evidenció una necesidad de un ajuste al uso que se le está dando a las redes sociales oficiales del Área y que son utilizados como conductos con la sociedad para el acceso a la información sobre la carrera, esto con el objetivo de consolidar las relaciones públicas generando mayor interacción y reconocimiento para con el público externo por lo expuesto, se formuló la siguiente pregunta:

¿Cómo la implementación de una estrategia de comunicación externa posicionará la Carrera de Comunicación Social a través de redes sociales en la gestión 2024?

1.4. Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Implementar una estrategia de comunicación digital que permita la captación y aceptación de nuevos estudiantes a la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Amazónica de Pando, para la Gestión 2024.

1.4.2 Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual de la carrera Ciencias de la Comunicación Social, respecto a su imagen institucional de manera interna y externa.
- Diseñar una estrategia de comunicación digital, dirigida a bachilleres y sociedad en general para promocionar la carrera Ciencias de la Comunicación Social de la UAP
- Validar la estrategia de comunicación digital, para la puesta en marcha de la promoción de la carrera a través de las redes sociales institucionales del ACSyH.

1.5. Metodología

El presente trabajo dirigido previo diagnóstico institucional se abordó bajo el concepto de contenido multimedia en las redes sociales, aplicando la metodología de la investigación para mejorar la imagen institucional a través de una estrategia de comunicación externa se dividió

en fases comprendida por dos tipos muy importantes: primero, se explica los pasos que se realizó para cumplir con los objetivos planteados, mediante la sistematización de diferentes etapas en su concreción; la segunda fase se limitó a la recopilación de información para fundamentar y elaborar el diagnóstico institucional, para lo cual se utilizaron diferentes técnicas de recojo de datos.

El presente trabajo dirigido contempló el tipo de investigación destinado a promocionar y lograr un posicionamiento institucional en las redes sociales de la carrera Ciencias de la Comunicación Social.

El tipo de investigación exploratorio permitió el desarrollo de la estrategia de comunicación digital para el posicionamiento de la imagen institucional a partir de la percepción de los públicos internos y externos, que de acuerdo a Hernández plantea:

Los estudios exploratorios se efectúan normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes, Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que únicamente hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio (1994. párr. 59)

Debido a que no existen investigaciones referentes a la imagen institucional en las redes sociales de la carrera de Comunicación Social, realizadas anteriormente. La investigación exploratoria se efectúa cuando el objetivo es examinar un tema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes.

1.5.1. Enfoque de investigación

Como enfoque metodológico este trabajo se centra en la investigación cualitativa. Por enfoque cualitativo se entiende al "procedimiento metodológico que utiliza palabras, textos, discursos dibujos, gráficos e imágenes, la investigación cualitativa estudia diferentes objetos para comprender la vida social del sujeto a través de los significados desarrollados por éste" (Mejía, citó a Katayama. 2014. p. 43). En este caso, la propuesta se sustenta en la creación de contenidos multimedia, que se puedan incorporar en la fan page del Facebook Institucional del

Área de Ciencias sociales y Humanísticas, como único medio disponible y autorizado para la difusión de actividades internas.

1.5.2. Fases

Se pretendió realizar e implementar un diseño estratégico de comunicación a través de las Redes Sociales que se efectuará en base al orden de los objetivos planteados para la carrera Ciencias de la Comunicación Social.

Fase 1: Diagnóstico

El diagnóstico se define como “Un juicio comparativo de una situación dada con otra situación ya que lo que se busca es llegar a la definición de una situación actual que se quiere transformar, la que se compara, valorativamente” (Scarón, citado en Arteaga y González, 2001, p. 83). Es la fase donde se obtiene información verídica de la situación actual, para lo cual se desarrolló trabajo de campo con la aplicación de la técnica de la entrevista dirigida a docentes y administrativos de la carrera, así como a los estudiantes de las promociones de las Unidades Educativas América y Cobija A de la Ciudad de Cobija.

Las actividades desarrolladas en esta etapa fueron:

- Elaboración de instrumentos para el trabajo de Campo
- Aplicación de instrumentos
- Vaciado de datos y sistematización de resultados

Todas estas actividades permitieron contar con un diagnóstico completo teniendo la visión tanto del público interno de la carrera como de la población en general.

Fase 2: Diseño de estrategias digitales

La segunda fase contempló el diseño de una estrategia digital para proyectar la nueva imagen institucional de la Carrera de Comunicación Social, mediante el diseño de contenidos visuales y audiovisuales, logrando mayor nivel de interacción por parte de los públicos internos y externos, para la promoción y posicionamiento de la Carrera de Comunicación Social en las

redes sociales, realizando la difusión y promoción de los servicios y actividades que ofrece la institución, explotando al máximo las redes sociales del Área de Ciencias Sociales y Humanísticas y así lograr la captación de nuevos universitarios con información acopiada de las redes sociales y elegir una carrera acorde a sus cualidades.

Fase 3: Validación de la estrategia digital

La tercera fase sirvió para el fortalecimiento de la interacción a través de la organización, ejecución de la difusión y promoción del plan de estudios, pensum, programa de actividades a través de las redes sociales que dispone la institución.

Esta validación fue realizada a partir del material elaborado como parte de la estrategia y contó con la aprobación del personal administrativo del Área y de la Carrera respectivamente, como parte demandante de la necesidad identificada.

1.5.2. Técnicas de Investigación e Instrumentos

Es importante considerar que, “Las técnicas, son los medios empleados para recolectar información, entre las que destacan la observación, cuestionario, entrevistas, encuestas” (Rodríguez, 2008. p.10). Es en ese sentido, las mismas deben enmarcarse en el tipo de enfoque de investigación, tomando en cuenta el público interno y externo a fin de obtener una buena información.

Entrevista

La entrevista es una técnica cualitativa, a la cual Maccoby y Maccoby (1954) la definen como: “Un intercambio verbal, cara a cara, entre dos o más personas, una de las cuales, el entrevistador, intenta obtener información de la otra u otras personas.” (p25), para efectos de estudio, esta técnica fue considerada para recoger elementos en la etapa diagnóstica de la investigación

En ese sentido, las mismas fueron aplicadas al personal administrativo del Área y de la carrera que incluyen: la Directora del Área; el Director de carrera y la responsable de Redes Sociales, además se complementó los datos con entrevistas dirigidas a docentes antiguos y nuevos para observar las diferentes perspectivas, quienes accedieron a contestar las preguntas, entre la información recolectada, destacan el posicionamiento interno de la carrera, situación del manejo comunicacional y de publicidad de la carrera, entre otros más.

Por su parte, a los estudiantes de las dos Unidades educativas América y Cobija A, se aplicó una entrevista estructurada, cuyo objetivo fue recolectar información sobre la efectividad de las redes sociales, la utilización de la red social Facebook de manera específica, puesto que es la red social oficial que dispone el Área.

3.4.3. Monitoreo

Según Hernández (1993, p. 44), Tobón y Osorio (1999, p. 11) citado en Chambi y Luque (2022. p. 88) explican que el monitoreo o seguimiento de logros es el procedimiento que vigila, mide y reporta en forma objetiva los beneficios que aparecen a lo largo de los años de un proyecto es así que el monitoreo recolecta información, permite realizar seguimiento ordenado de los eventos relacionados con la institución.

CAPÍTULO II

CONTEXTO INSTITUCIONAL

2.1. Antecedentes

Para comprender con mayor precisión los elementos que conforman el contexto institucional, se muestra los antecedentes institucionales, los aspectos históricos y las características generales de la institución, a fin de brindar información oportuna sobre la carrera.

2.1.1. Antecedente Institucionales

Desde la aprobación y promulgación de la Nueva Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia, según el Art. 92 “las universidades públicas son autónomas e iguales en jerarquía. La autonomía consiste en la libre administración de sus recursos; el nombramiento de sus autoridades, su personal docente y administrativo; la elaboración de sus estatutos, planes de estudio y presupuestos anuales”, incluyendo a este último a las Universidades, institución que tiene una autonomía propia en niveles de jurisdicción, competencias y atribuciones, de las cuales nos regiremos específicamente de la carrera de Comunicación Social, institución encargada de formar profesionales idóneos y con capacidades profesionales.

Las universidades existen para servir a la sociedad de la que reciben el apoyo moral y material. Por ello son objeto de observación y crítica públicas y tienen que ser sensibles a la opinión fundamentada y responsable. Pero más allá de esto, la universidad tiene que servir a los intereses a más largo plazo del avance del conocimiento, y por ello tiene la obligación no sólo con su propia sociedad, sino con la comunidad mundial de la ciencia (Schulte, 2004, p. 15).

La autonomía universitaria es el derecho que tienen las universidades de tomar sus propias decisiones académicas, administrativas y financieras sin la interferencia del gobierno u otras instituciones externas.

El nacimiento de la Universidad Amazónica de Pando tiene antecedentes importantes en cuanto a su propuesta y el proceso para su creación y posteriormente en su consolidación. Su demanda surge del sector de los trabajadores de Pando, planteada en el Congreso de la Central Obrera Departamental, en el año 1979, cuyo pliego petitorio se eleva al Palacio de Gobierno, en la gestión gubernamental de la Sra. Lidia Gueiler Tejada (Modelo Académico UAP, 2014, p.1).

En el año 1993 se inician las gestiones para la apertura de la Universidad, para ello las entidades sindicales, cívicas y políticas, logran que el gobierno incluya un presupuesto de la Coparticipación Tributaria para la puesta en marcha de la universidad. El CEUB designa una comisión técnica con el proyecto de funcionamiento y al mismo tiempo se otorga una credencial a la Dra. Lila Quiroga de Mérida como representante legal de la Universidad Amazónica de Pando, se consigue finalmente el funcionamiento de la universidad, con las Carreras de Biología y Enfermería a nivel de Licenciatura (Modelo Académico Universidad Amazónica de Pando, 2014, p. 2).

En la gestión del 2004 se aprobó la creación del Área de Ciencias Sociales con dos carreras: Ciencias de la Comunicación Social y Trabajo Social a nivel Licenciatura, para su puesta en marcha se contó con el apoyo financiero de la Prefectura, durante la gestión del Ing. Ronald Camargo Suzuki. Hasta el año 2015 cuando se abre nuevamente la Carrera de Comunicación Social y se re-estructura de nuevo el Área de Ciencias Sociales y Humanísticas. En la actualidad, el ACSyH cuenta con dos carreras, Trabajo Social y Ciencias de la Comunicación Social. (Plan Estratégico Institucional 2017-2021)

La Carrera de Ciencias de la Comunicación Social perteneciente Área de ciencias Sociales y Humanísticas, logrando concretar tres promociones de profesionales titulados lanzados al mercado laboral comprometidos con la región, quienes desempeñan sus actividades en instituciones públicas y privadas en nuestro Departamento. La carrera se encuentra en una nueva etapa de titular a nuevos profesionales en los próximos meses.

Actualmente la carrera se encuentra iniciando su proceso de autoevaluación con miras a una futura acreditación. (Dirección de Carrera Ciencias de la comunicación Social, 2023), lo que implica un mayor compromiso en todos los ámbitos, ya sean académicos, administrativos, de interacción e investigación social.

2.1.2. Aspectos Históricos

La Universidad Amazónica de Pando era la única opción en el departamento en ese momento, por lo que los líderes de los medios locales solicitaron a esta institución la apertura de la Carrera de Comunicación Social para sus asociados, que contribuiría al desarrollo social del norte del país.

El 14 de noviembre de 2003 se firma una carta de intenciones entre la UAP. y la FTTP. a nivel departamental y nacional, en la que se acuerda la creación del programa de Ciencias de la Comunicación Social con el apoyo financiero de las autoridades locales, la infraestructura y los medios logísticos de la FTTP.

El 04 de mayo de 2004 se creó la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social en la UAP, con el objetivo de atender una demanda urgente de los comunicadores sociales de Pando, que querían profesionalizarse en su área de trabajo, se empieza el curso vestibular y se negocia el convenio de cooperación inter-institucional entre la Prefectura y la UAP, gracias a la voluntad del prefecto Dr. Carlos Camacho Baur y las gestiones del rector Ing. Ronald Camargo Suzuki, que hicieron posible este sueño de los comunicadores sociales de Pando.

Con esta base, la Dirección Académica, respaldada por la resolución del HCU N° 18/2004 del 4 de mayo de 2004, recomendó la reapertura del Programa de Comunicación Social como un programa dependiente del Área de Ciencias Sociales. El año 2005 se iniciaron las actividades académicas con el objetivo de formar profesionales críticos que contribuyan al desarrollo del departamento de Pando.

Los primeros universitarios, en su mayoría trabajadores de la prensa, fueron más de 80 estudiantes que se inscribieron en la nueva carrera de la UAP, con un grupo de docentes seleccionados entre los pocos profesionales que vivían en Cobija, nombrando a la Lic. Ingard Miahuchi como su primera directora.

El grupo de estudiantes fue bastante grande para una carrera nueva, pero no se mantuvo y se fue reduciendo con los semestres siguientes por la dificultad de compatibilizar el trabajo y las clases, y por la falta de hábito de estudio.

Hasta junio de 2010, cuando terminaron sus estudios los que siguieron adelante, se titularon 23 como licenciados en Ciencias de la Comunicación Social y quedaron cuatro pendientes de su titulación. Con el egreso de este grupo de nuevos profesionales, y por la disminución otra vez de la subvención estatal, se cerró el Programa de Comunicación y el Área de Ciencias Sociales.

En la gestión 2015, la carrera nuevamente es aperturada, dependiente del Área Ciencias Sociales y Humanísticas y desde esa gestión se mantiene de manera ininterrumpida hasta la fecha.

2.1.3. Características Generales de la Institución

Entre las características generales de la institución se encuentran, la misión, la visión que son elementos que identifican a la carrera y a su vez el perfil profesional, que es donde se sustenta el accionar y las competencias con las que está formado un Comunicador Social de la Universidad Amazónica de Pando.

Misión

Formar profesionales en Ciencias de la Comunicación Social competentes, con vocación de servicio, comprometidos con el desarrollo sostenible de la sociedad pandina, mediante la investigación e interacción social, producción de medios y mensajes con calidez y calidad.

Visión

El Programa Ciencias de la Comunicación Social se constituirá como líder en el ejercicio de la profesión en la región Amazónica y punto de referencia a nivel nacional en la formación de profesionales capaces de transformar la realidad comunicacional en el marco del desarrollo sostenible.

Perfil profesional expresado en competencias

El licenciado en Ciencias de la Comunicación Social formado en la Universidad Amazónica de Pando, es un profesional idóneo, creativo, capaz de generar procesos de comunicación e información, investigar, gestionar estrategias y proyectos comunicacionales, mediante el uso de recursos dirigidos a fortalecer el desarrollo sostenible a través de las técnicas de promoción, con responsabilidad social y ética.

Para lograr el perfil profesional el futuro profesional cuenta con las siguientes competencias globales:

- Investigar, seleccionar y presentar información sobre temas de interés y utilidad pública que ameriten la discusión pública para enriquecer el conocimiento del entorno social, político, económico; apoyar las labores productivas y contribuir al mayor entendimiento de la sociedad, a través de un equilibrio en el manejo del mensaje y de las fuentes de información.
- Diseñar e implementar políticas y estrategias comunicacionales, a partir del manejo adecuado de las herramientas comunicacionales que permitan generar actitudes y prácticas positivas en el público interno y externo de una institución intervenida, en función a sus políticas internas definidas.
- Diseñar y ejecutar campañas de promoción publicitaria e ideológica adecuadas, con responsabilidad social, destinadas a lograr que el público meta se interese, genere un deseo y adquiera un determinado producto, servicio o favorezca a un candidato, que ha sido promocionado mediante técnicas de mercado y creación de expectativas presentes y futuras.

- Generar procesos comunicacionales que coadyuven a mejorar la calidad de vida de la población y preservar el medio ambiente a través de proyectos, planes y estrategias de comunicación en el marco del desarrollo sostenible. (Ajuste al perfil profesional del diseño curricular de ciencias de la comunicación social -2015

Debe señalarse que, estas competencias hacen de un profesional en Ciencias de la comunicación social, un profesional apto para desenvolverse en cualquier área de trabajo que requieran las instituciones y la sociedad en general.

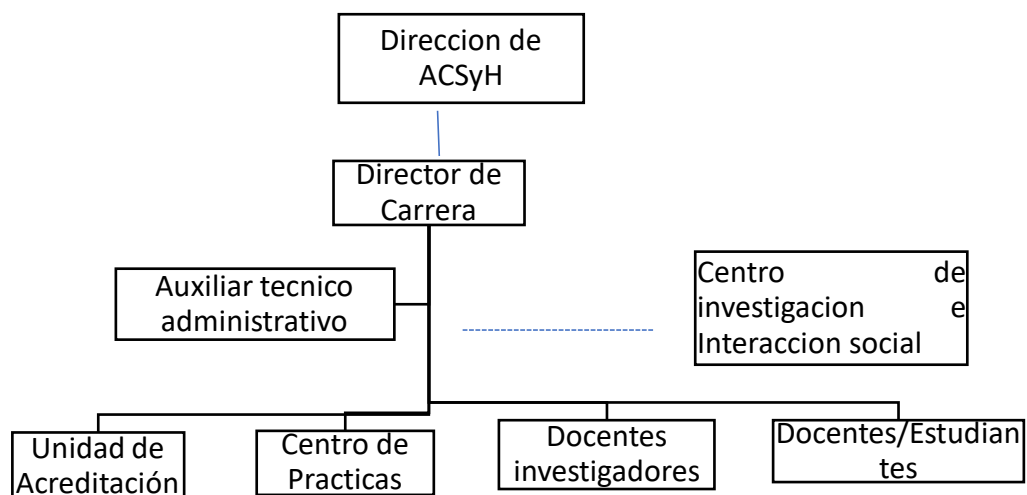
2.2. Población Objeto de Estudio

La población se define como “la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación”. Tamayo y Tamayo, (1997, p. 58). Para el presente estudio, la población se concentra en la carrera de Comunicación Social, haciendo referencia al personal interno tales como la parte administrativa y los docentes.

Por su parte, también se consideró a los estudiantes de dos Unidades Educativas, denominadas población de estudio de la investigación, con los cuales se trabajó en la recopilación de datos que sirvieron para la realización de un diagnóstico de necesidades.

2.3. Estructura Organizacional

La estructura organización de la Carrera Ciencias de la Comunicación Social, parte de una dependencia académica-administrativa de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas y su estructura actual se presenta de la siguiente manera:

Figura 1:*Estructura Orgánica*

Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por el ACSyH. (2023)

CAPÍTULO III

MARCO REFERENCIAL

3.1. Marco legal

El marco legal de la presente investigación este compuesto por la Constitución Política del Estado, como norma superior de todas las leyes nacionales, la Resolución del Honorable Consejo Universitario de la Universidad Amazónica de Pando en el que avala la creación de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social, la Resolución de la Reunión Nacional de Universidades que acredita el funcionamiento de la Carrera de Comunicación Social de la UAP, y el Plan Estratégico Institucional del Área de Ciencias Sociales y Humanísticas de donde es parte la carrera de Comunicación social.

3.1.1. Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia

En la Constitución Política del Estado, de manera específica se menciona los artículos relacionados a la educación superior, que es lo que tiene que ver con la formación de profesionales.

Educación superior:

Artículo 91 I. La educación superior desarrolla procesos de formación profesional, de generación y divulgación de conocimientos orientados al desarrollo integral de la sociedad, para lo cual tomará en cuenta los conocimientos universales y los saberes colectivos de las naciones y pueblos indígena originario campesinos.

Artículo 92 I. Las universidades públicas son autónomas e iguales en jerarquía. La autonomía consiste en la libre administración de sus recursos; el nombramiento de sus autoridades, su personal docente y administrativo; la elaboración y aprobación de sus estatutos, planes de estudio y presupuestos anuales; y la aceptación de legados y donaciones, así como la celebración de contratos, para realizar sus fines y sostener y perfeccionar sus institutos y facultades. Las universidades públicas podrán negociar

empréstitos con garantía de sus bienes y recursos, previa aprobación legislativa. II. Las universidades públicas constituirán, en ejercicio de su autonomía, la Universidad Boliviana, que coordinará y programará sus fines y funciones mediante un organismo central, de acuerdo con un plan de desarrollo universitario.

Artículo 96 I. Las universidades deberán crear y sostener centros interculturales de formación y capacitación técnica y cultural, de acceso libre al pueblo, en concordancia con los principios y fines del sistema educativo. II. Las universidades deberán implementar programas para la recuperación, preservación, desarrollo, aprendizaje y divulgación de las diferentes lenguas de las naciones y pueblos indígena originario campesinos. III. Las universidades promoverán centros de generación de unidades productivas, en coordinación con las iniciativas productivas comunitarias, públicas y privadas.

En esta normativa, se explica sobre todo la autonomía de las universidades en cuanto a la elección de las carreras que demanda el contexto, en efecto este caso, la creación de la carrera en el departamento era necesario.

3.1.2. Resolución Honorable Consejo Universitario (HCU) de fundación de la carrera

El Honorable Consejo Universitario (HCU) de la Universidad Amazónica de Pando, en el uso de sus atribuciones en la Resolución N° 018/2005, señala lo siguiente:

Artículo primero: Se dispone en el HCU homologar la Resolución CAU N° 18/2005, donde se aprueba el proyecto de creación de la Carrera de Comunicación Social a nivel licenciatura como un programa del área de Ciencias Sociales.

Artículo segundo: El Vice Rectorado de la Universidad Amazónica de Pando, será el órgano encargado de dar seguimiento a los tramites en los niveles correspondientes del Sistema Universitario Nacional. (HCU, 2005)

La creación de la Carrera, se dio por la necesidad del departamento de contar con profesionales que cumplan funciones en diferentes contextos, en ese sentido, la Universidad Amazónica de Pando, en alianza con el Gobierno departamental, posibilitan la apertura de un Área académica y dentro ella la carrera. De esa manera se respalda la creación de una nueva carrera en la UAP, que en la actualidad se encuentra en proceso de acreditación, buscando alcanzar los niveles superiores de calidad académica universitaria.

3.1.3. Resolución Reunión Académica Nacional (RAN)

El informe de la I-XIII Reunión Académica Nacional (RAM), realizada en la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho del 23 al 26 de octubre de 2018, resuelve:

Aprobar los diseños curriculares presentados por la Universidad Amazónica de Pando, entre las que se encontraba la carrera de Ciencias de la Comunicación social.

De esa manera se certifica que la Carrera es parte del Sistema de la Universidad Boliviana a partir del I-XIII UAJMS 2018, en tal sentido sus actividades, certificados y documentos reconocidos por su universidad son válidos en el territorio nacional de acuerdo a la Constitución Política del Estado y las leyes en vigencia (RAM, 2018).

Esta normativa reconoce al profesional en Ciencias de la Comunicación social y el ejercicio de la profesión en todo el territorio nacional.

3.1.4 Plan Estratégico Institucional (PEI) del Área de Ciencias Sociales y Humanísticas.

La misión del Área de Ciencias Sociales y Humanísticas “Es un área académica que forma profesionales competentes, comprometidos con el desarrollo humano de la región, genera investigación científica para responder al encargo social, y se vincula con la comunidad, en el marco de la Responsabilidad Social Universitaria” (PEI del Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, 2018, p. 9) Los profesionales graduados de las universidades, ya sea en distintos ámbitos una vez titulados, aportan al desarrollo del país a través de sus habilidades, capacidades y conocimientos científicos, adquiridas durante la formación académica.

La visión es lo que se quiere llegar a ser en un futuro, esto implica una serie de procedimientos, para lo cual se debe plantear objetivos y actividades enmarcadas a cumplir con la visión trazada.

El Área de Ciencias Sociales y Humanísticas de la UAP el 2021, es referencia por su gestión y calidad académica en la formación de profesionales competentes, con pensamiento crítico y socialmente comprometidos; reconocida por la generación de conocimientos que responden a las problemáticas sociales, articulada con la sociedad a través de procesos de interacción y extensión bajo los principios de la responsabilidad

social universitaria, contribuyendo al desarrollo de la región (PEI del Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, 2018, p.24).

De tal modo que el Área tiene como propósito la formación de profesionales competentes, eficientes, eficaces en el mercado laboral, respondiendo a las demandas exigidas por la sociedad, situación que se ha venido encarando desde la apertura de la carrera y que se ven reflejadas en el reconocimiento social.

3.1.5. Plan Estratégico de la Carrera

Las acciones que rigen el accionar tanto de las Áreas como de las Carreras se encuentran enmarcadas en el Plan de Desarrollo Institucional de la Universidad Amazónica de Pando, dirigidas a:

- La Formación profesional de excelencia en pregrado y postgrado.
- Fortalecer la investigación científica aplicada al ámbito social.
- Fortalecer la interacción social y extensión universitaria.
- Perfeccionar la gestión en los procesos universitarios.

En ese sentido, las proyecciones de mayor relevancia de la Carrera de Ciencias de la Comunicación en su Plan Estratégico, desde su funcionamiento están centradas en la materialización de los siguientes proyectos a mediano y largo plazo:

- Impulsar el rediseño curricular basado en competencias, acorde a las demandas de profesionalización en la región.
 - Elaboración y actualización permanente de una base de datos sobre las demandas de profesionalización en la región.
 - Rediseño curricular periódico del plan de estudios de las Carreras del área.
- Fortalecer el Centro de prácticas de Comunicación Social para apoyar las actividades académicas, investigativas e interacción social.
 - Implementar la Biblioteca, Videoteca y Hemeroteca especializada.

- Implementar el centro de orientación familiar.
 - Mejorar la infraestructura del Centro de Prácticas en TV, radio y prensa.
 - Fortalecer académica y técnicamente el centro de prácticas en TV Radio y Prensa.
 - Implementación de Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (Biblioteca y periódico virtual).
- Promoción y difusión permanente de las actividades académicas del ACS, a través de medios de comunicación y mini medios.
- Implementación de una estrategia de comunicación del Área de Ciencias Sociales.
 - Fortalecer y cualificar los recursos humanos para apoyar las actividades académico-administrativas del Área.
 - Docentes a tiempo completo para prácticas institucionales.
 - Investigadores con experiencia en la problemática social.
 - Gestión y seguimiento a la calidad educativa.

Con reapertura de la Carrera se espera que estas estrategias y/o proyectos sean reconstruidos a partir de las necesidades y la nueva visión que se tenga desde la óptica de sus autoridades

3.2. Marco Teórico

En el marco teórico se contempla tres teorías o aportes teóricos como son: la Teoría del capital humano donde se explica la importancia de la formación superior en los individuos; el enfoque de Marketing que es específico al tema abordado, puesto que lo se pretende el publicitar la carrera en la sociedad y por último el enfoque centrado en el usuario, que trata sobre la importancia de tomar en cuenta el criterio y las necesidades de los estudiantes que buscan formarse en la UAP.

3.2.1. Teorías del Capital Humano

Es así que la teoría del capital Humano vincula la educación con los individuos y la fuente laboral, por lo que esta teoría explica.

La teoría del capital humano considera que el agente económico tiene un comportamiento racional, invierte para sí mismo y esa inversión se realiza en base a un cálculo maximizador sujeto a una restricción presupuestaria en un mercado de competencia perfecta. La idea central de esta teoría es considerar el proceso de adquisición de habilidades y conocimientos por medio de la educación como una forma de inversión. La inversión en la capacitación y habilidades del ser humano no sólo incrementa la productividad individual, sino que al hacerlo sienta la base técnica para el proceso de crecimiento económico. En este aspecto la concepción neoclásica del capital humano considera que el individuo, en el momento que toma la decisión de invertir o no en su educación arbitra entre los beneficios que obtendrá en el futuro si sigue formándose y los costos de la inversión. (Becker, 1975, citado en Quintero, 2020).

De esta manera, la educación juega un papel muy fundamental para el ser humano, en la sociedad, siendo que a través de ello se obtiene un mejor puesto de trabajo, por lo que la teoría refiere durante la formación profesional se hace una inversión económica, además de elegir una carrera con la que se sientan identificados y de acuerdo a su vocación, ya que de esa manera se garantiza un buen ejercicio de las funciones en el lugar donde se desempeñara.

3.2.2. Teoría de la Comunicación Corporativa

La comunicación corporativa es un proceso que establece una institución y consiste en transmitir información y conocer la respuesta de la audiencia receptora del mensaje. Para eso, desarrolla acciones que permiten conectar a la institución con las personas que la integran (comunicación interna) o con un público externo (comunicación externa) con el objetivo de mejorar la relación entre ellos.

En ese sentido lo que se pretende es lograr canales de comunicación entre la carrera de Ciencias de la Comunicación social, los bachilleres y la población en general, para transmitir a través de contenidos visuales y audiovisuales la esencia del comunicador social, para lo que se tomó en cuenta esta teoría que se sustenta de la siguiente manera:

La comunicación de este modelo es esencialmente de grupos que se masifica, por el acción de la propaganda, es decir la comunicación interpersonal y grupal y la aplicación de la publicidad la cual es captada en primera instancia por los influenciadores, estos son consumidores o usuarios, que protagonizan diálogos y/o mensajes dando a conocer las bondades o desméritos de las diversas marcas; hoy en día debido a la redes sociales se han visibilizado; pero cuya actividad siempre ha existido, y lo han hecho desde el entorno familiar, hasta ámbitos más extensos; pero conforme el consumismo se ha dinamizado en la sociedad, esta actividad se ha incrementado, hasta convertirse en un oficio. Dentro del modelo de comunicación corporativa también se ubica al medio, el cual no hace referencia a nada en particular; sencillamente a algo por donde se puede transmitir un mensaje; porque en las organizaciones existen fenómenos de comunicación que deben continuar desarrollándose como el de la comunicación comercial. (Diaz, 2021. p.20).

El presente estudio aborda la teoría de la comunicación corporativa considerando que lo que lo que pretende es llegar al público interno (docentes y estudiantes) y externo (sociedad en general), a través de mensajes que informen y proyecten sobre todo el mercado laboral del comunicador social y esa manera lograr la captación de nuevos estudiantes para la carrera

3.2.3. Enfoque del Marketing

Los cambios en el mercado implican la necesidad de dominar nuevos medios para aprovechar todo su potencial y llegar a la consecución de los objetivos en todos los sectores, independientemente de su objeto social. Es por eso que ligado a la publicidad se encuentra lo que es el marketing digital.

El impacto de la globalización en las universidades se caracteriza por el incremento de los índices de matriculación, menor financiación pública y la aparición del paradigma del aprendizaje a lo largo de la vida (Dale, 2007). Este fenómeno y la búsqueda continua para mejorar la gestión y el servicio universitario, ha provocado que en los últimos años las universidades hayan adquirido nuevas tácticas, desde una perspectiva del marketing, que le permita actuar de forma más eficaz y planificada, así como adaptarse al nuevo entorno competitivo.

A razón de ello, las universidades no quedan al margen de la actualización digital que el mundo está presenciando, en ese sentido, la UNESCO (1998), afirma que:

Las instituciones universitarias están obligadas a implementar modernos enfoques de dirección en su práctica diaria y a utilizar los recursos de que disponen con gran eficacia y eficiencia. Estas circunstancias, así como las que se derivan de la necesidad de una mayor coordinación y racionalidad para dar respuesta a los nuevos requerimientos que imponen las exigencias multidisciplinarias de los procesos y de una mayor competencia por el uso de recursos comunes, le imprimen un sello característico a la gestión universitaria de estos tiempos”.(citado en Diaz, 2021. p. 25)

Esto coincide con Toledo y Luque (2017), cuando plantea que las universidades deben aplicar medidas de marketing en su gestión, como respuesta a los múltiples cambios políticos, tecnológicos y sociales que afecta al mundo de la educación superior, trayendo consigo el aumento de la competencia y la internacionalización.

Entre los principales motivos por los cuales las universidades comenzaron a aplicar, de forma más explícita, conceptos propios de marketing se pueden destacar los siguientes:

- ✓ Nueva gestión pública: las universidades aplican cada vez más políticas supranacionales (por ejemplo, en Europa) y existe una creciente competencia entre ellas.
- ✓ Masificación: la población universitaria mundial se duplicó entre 1975 y el año 2000.
- ✓ Profesionalización de la enseñanza superior: preparar adecuadamente a los estudiantes para el mercado de trabajo.
- ✓ Reducción de la financiación pública.
- ✓ Toma de conciencia de problemas de gestión de la calidad
- ✓ El avance en la gestión de los servicios. (Toledo y Luque, 2007)

Por otro lado, las universidades se han transformado considerablemente, poseen un mayor grado de participación en la política, la economía, el deporte y la cultura, lo que ha tenido como resultado que se reconozcan, no solo en su medio académico, sino en las sociedades a nivel mundial. Los espacios universitarios se hallan cada vez más impactados por las tecnologías que ofrecen nuevas oportunidades dentro de los procesos de enseñanza-aprendizaje, y que a su vez forman diferentes plataformas para publicitar y visibilizar las instituciones.

3.2.4. Enfoque centrado en el usuario a través de la publicidad

La publicidad ha experimentado en la última década cambios importantes que no solo han afectado al modo de conceptualizar, planificar y desarrollar los mensajes, sino que incluso han llegado a cuestionar la propia función y objetivos de la misma. Esto ha sido provocado por el desarrollo tecnológico y social liderado por Internet que, en el marco de la sociedad de la información, ha modificado las formas de comunicación, de relacionarse, de trabajar y colaborar de manera que las publicidades a través de las redes sociales capten nuevos estudiantes para la carrera de Comunicación Social.

Cuando las universidades crean perfiles en redes sociales, y éstos tienen una interacción exitosa con sus seguidores dentro de la comunidad universitaria, los buscadores mejoran la posición de las páginas web a las que se alude en las publicaciones.

Son diversas las variables que influyen en la toma de decisión que el estudiante y/o su familia efectúa en el momento de optar por el ingreso a una universidad que aparece como oferta:

- Publicidad: a través de medios como prensa y revistas especializadas.
- Relaciones públicas: Presentaciones de investigaciones y publicaciones de la especialización en foros y encuentros internacionales, nacionales y regionales.
- Marketing on line: divulgación de programas en Internet.
- Ventas personales: establecer un grupo de promotores directos de los programas, que colaboren en la consecución de candidatos, se sugiere que hayan sido egresados.
- Folletos y plegables promocionales: con testimonios de egresados exitosos de los programas ofrecidos.
- Presentación de programas dirigidos a interesados en el que participen docentes, egresados y directivos junto con ejecutivos de empresas que hayan vinculado en sus organizaciones egresados de la universidad (Zapata 2007, p. 23)

En este sentido, una óptica orientada al marketing se presenta como un recurso fundamental para crear una ventaja sostenible en el tiempo, mantener y mejorar la producción. La construcción de la imagen y la marca de la institución se llevan a cabo a través de múltiples medios y técnicas.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS DEL TRABAJO DIRIGIDO

4.1. Diagnóstico comunicacional

Para la construcción del diagnóstico comunicacional, se tomó en cuenta dos perspectivas; la primera que consistió en la identificación de la situación interna de la carrera, para lo cual se contó con datos proporcionados por personal administrativa de la Carrera y recogidos durante el tiempo de permanencia.

Por otro lado, considerando que se debió trabajar en una propuesta dirigida a la población externa, fue necesario la indagación respecto a la mirada más amplia que tuvieron los estudiantes de secundaria y posibles estudiantes de la carrera.

4.1.1. Diagnóstico interno

La carrera Ciencias de la comunicación social, es parte de la Universidad Amazónica de Pando desde la gestión 2005, es referente en formación de profesionales a nivel departamental, en la actualidad cuenta con 49 profesionales titulados que desempeñan sus funciones en distintas instituciones públicas y privadas a nivel departamental y nacional.

Sus formas de admisión al igual que en todas las carreras de la UAP, son tres: El preuniversitario que son las clases que se dan con motivo de preparación antes del ingreso, la prueba de suficiencia académica (PSA) y las admisiones especiales, modalidades que el postulante bachiller puede elegir de manera voluntaria para ser parte de la carrera. Estas modalidades de ingreso están vigentes en cada inicio de gestión, es decir en el primer periodo académico.

Al ser una carrera semestralizada, en el periodo II de la gestión 2023, cuenta con 21 docentes que imparten sus conocimientos a 139 estudiantes que están distribuidos en los distintos semestres.

El presente diagnóstico permite conocer la situación actual en la que se encuentra la carrera:

4.1.1.1. Estudiantes distribuidos por semestre

La carrera se encuentra dividida por semestres, en el primer periodo académico se habilitan los niveles de: primero, tercero, quinto, séptimo, noveno, y decimo semestre, en lo que corresponde al periodo dos, se habilitan los niveles pares de: Segundo, cuarto, sexto, octavo y décimo que es el único nivel que se habilita de manera permanente por ser el último y el que permite la titulación.

Cabe recalcar que al momento se encuentran habilitados los niveles correspondientes al segundo periodo académico, por lo que se muestra el detalle de la cantidad de estudiantes por cada nivel.

Tabla 1

Cantidad de estudiantes en la carrera

Semestres habilitados	Cantidad de estudiantes
Segundo	37
Cuarto	28
Sexto	27
Octavo	9
Décimo	38
Total	139

Nota: Datos proporcionados por la Dirección de carrera, (2023).

Como se puede observar en el detalle, el total de estudiantes matriculados vigentes en toda la carrera es de 139 universitarios, los índices de manera específica tienden a ir en descenso, considerando el primer y último nivel, ya que la mayor cantidad de estudiantes están en decimo semestre, es decir, los que ya se encuentran próximos a titularse.

Tomando estos datos como referencia, es que se cree pertinente la búsqueda de acciones o estrategias que permitan promocionar la carrera en toda la ciudad de Cobija y a nivel departamental, a fin de poder optimizar la cantidad de postulantes para las siguientes gestiones y poder mejorar la captación de nuevos universitarios para la carrera de Comunicación Social, que actualmente se encuentra con una carencia de estudiantes.

4.1.1.2. Formación del Comunicador social formado en la Universidad Amazónica de Pando

Se considera importante, mostrar la formación del comunicador social formado en la Universidad Amazónica de Pando, tomando en cuenta los siguientes aspectos:

➤ **Familias Laborales**

Las Familias Laborales, “son las áreas o campos profesionales en los que se desempeñará el futuro profesional y las necesidades concretas que demanda el contexto en cada una de estas familias laborales definidas en los nodos” (Fautapo, 2008). Tomando en cuenta que el objetivo de la carrera es el de “Formar profesionales Licenciados en Ciencias de la Comunicación capaces de diseñar campañas de promoción, generar procesos de comunicación a nivel institucional e implementar estrategias dirigidas a fortalecer el desarrollo sostenible, con responsabilidad social, ética y normas periodísticas.” (Ajustes al perfil profesional y estructura curricular de la carrera, 2015, p. 77), las familias laborales para la formación académica del comunicador social son cuatro y se sustentan en sus competencias y funciones:

- 1. Periodismo:** cuyas competencias se sustentan en: Investigar, seleccionar y presentar información sobre temas de interés y utilidad pública que ameriten la discusión pública para enriquecer el conocimiento del entorno social, político, económico; apoyar las

labores productivas y contribuir al mayor entendimiento de la sociedad, a través de un equilibrio en el manejo del mensaje y de las fuentes de información.

Entre sus funciones resaltan:

- ✓ Identificar problemas a través de medios y sondeos
- ✓ Documentarse
- ✓ Identificar fuentes
- ✓ Investigar
- ✓ Entrevistar
- ✓ Intercambiar información
- ✓ Contrastar la información
- ✓ Fotografíar
- ✓ Redactar
- ✓ Diseñar
- ✓ Diagramar
- ✓ Escribir con claridad y pertinencia social
- ✓ Registrar datos y acontecimientos
- ✓ Detectar temas de interés y utilidad pública
- ✓ Afrontar nuevos retos comunicativos para el periodista

2. Comunicación institucional y publicitaria: sus competencias son: Diseñar e implementar políticas y estrategias comunicacionales, a partir del manejo adecuado de las herramientas comunicacionales que permitan generar actitudes y prácticas positivas en el público interno y externo de una institución intervenida, en función a sus políticas internas definidas.

Sus funciones son:

- ✓ Realizar gestiones de las comunicaciones internas y externas
- ✓ Diseñar e implementar actividades y políticas comunicacionales

- ✓ Brindar una información veraz para incrementar la confianza de los públicos de la institución.
- ✓ Investigar, analizar y comprender la opinión pública
- ✓ Tratar de incrementar la confianza de los públicos hacia la institución
- ✓ Comprender los criterios de la opinión pública

3. Comunicación Multimedia: sus competencias establecen: Diseñar y ejecutar campañas de promoción publicitaria e ideológica adecuadas, con responsabilidad social,

Sus funciones son:

- ✓ Selección al público
- ✓ Crear mensajes
- ✓ Llamar la atención al público
- ✓ Generar interés } Brindar información
- ✓ Mostrar bondades de la oferta
- ✓ Establecer ventajas y necesidades para el consumo del producto
- ✓ Generar consumo

4. Comunicación Estratégica para el desarrollo: sus competencias establecen: Generar procesos comunicacionales que coadyuven a mejorar la calidad de vida de la población y preservar el medio ambiente a través de proyectos, planes y estrategias de comunicación en el marco del desarrollo sostenible.

Sus funciones son:

- ✓ Analizar los procesos comunicacionales
- ✓ Diseñar estrategias comunicacionales
- ✓ Definir líneas y políticas de comunicación
- ✓ Planificar acciones comunicacionales
- ✓ Utilizar la planificación estratégica
- ✓ Implementar estrategias comunicacionales

- ✓ Realizar investigación en temas medioambientales
- ✓ Elaborar minimedios
- ✓ Utilizar medios y canales de televisión

Las Familias Laborales es la denominación técnica profesional de las áreas de desempeño identificadas previamente, por ello, estas familias están íntimamente ligadas a los campos de acción en las que puede desenvolverse un comunicador social y para lo que se preparan durante los cinco años de formación que la carrera.

La Carrera consta de cuatro familias laborales, que son Periodismo, Comunicación institucional y publicitaria, Comunicación multimedia y comunicación estratégica, cada una de ellas amplía el panorama de especialización en las que puede desempeñarse el comunicador social, esto lo hace un profesional versátil, capaz de adaptarse a mercado laboral actual.

➤ **Campos de acción y esferas de actuación**

Según el documento de Ajuste al perfil profesional y estructura curricular de la carrera, los campos de acción en los que se puede incorporar un comunicador social laboralmente son tres sectores generales y sus esferas de actuación corresponden a las siguientes:

En el sector laboral. El Comunicador Social ejerce la profesión fundamentalmente en empresas periodísticas, editoriales y radiodifusoras. En empresas productoras de televisión, compañías productoras de cine, agencias publicitarias, instituciones relacionadas con el estudio de la opinión pública, empresas diversas e instituciones con departamentos de comunicación interna, instituciones de desarrollo, Relaciones Públicas y de análisis y síntesis informativa.

En agencias noticiosas, nacionales e internacionales, así como oficinas de prensa y comunicación social en dependencias del sector público y descentralizado, centros de estudios de la comunicación, universidades e instituciones de enseñanza media y superior e institutos de investigación.

En el sector social: Un profesional con inspiración, pedagógica humanista y compromiso social, capacitado para participar de manera objetiva y crítica en las áreas de la comunicación, los medios masivos de comunicación, la publicidad y Propaganda, las Relaciones Públicas, Periodismo, Comunicación y Desarrollo.

- **Gubernamental:** En dependencias dedicadas a la recepción producción, análisis y evaluación de la información que se produce en todos los ámbitos de la vida nacional.
- **Publicidad:** como ejecutivo de la publicidad con la habilidad de investigar y propiciar adecuados planes de comunicación en la comercialización de productos y servicios.
- **Empresas Editoriales y Prensa:** Como dirección de medios impresos y publicaciones corporativas.
- **Radio y Televisión:** Como productor de medios electrónicos, tanto en coberturas de eventos masivos como en proyectos específicos de comunicación industrial, educativa y comercial entre otros.

En la docencia Planifica, organiza, dirige, ejecuta y evalúa programas académicos para la formación de Licenciados en Ciencias de la Comunicación Social.

En el sector salud El licenciado en comunicación diseña o elabora una estrategia de comunicación para la promoción de la salud, es decir, puede cumplir las funciones de promotor de la salud.

En el sector educativo Como profesional en comunicación planifica, diseña y ejecuta programas educativos mediante medios masivos y/o mini medios. En la investigación Desarrolla, con fundamentos científicos, trabajos de investigación, programas, planes y proyectos, en campos específicos de Comunicación Social. En ese sentido, estarán capacitados para trabajar en empresas públicas y privadas desempeñándose como investigador y analista en comunicación social. (2015, pp. 30-31).

Estos sectores, permiten la amplitud del mercado laboral en el que puede desempeñarse un comunicador social, con conocimiento de la realidad y de las necesidades del contexto, con ello se evidencia que los campos laborales donde el comunicador puede desarrollarse son variados y se están presentes en distintos sectores tanto públicos como privados e incluso de manera independiente.

➤ **Áreas de práctica profesional del comunicador social**

Un aspecto importante a tomar en cuenta en el momento de optar por la carrera son las áreas de practica donde se puede fortalecer las habilidades del comunicador social, al respecto el documento del Ajuste al perfil profesional y estructura curricular de la carrera, presenta un listado de opciones donde el estudiante puede profundizar sus conocimientos, estos son:

Tabla 2*Áreas de práctica profesional del comunicador social*

ÁREAS DE PRÁCTICA PROFESIONAL	PERFIL PROFESIONAL DEL COMUNICADOR
Planificación en Comunicación	Planificador de Procesos comunicacionales
Comunicación Institucional	Comunicador Institucional
Prensa	Premsista-vocero
Publicidad	publicista
Marketing	Especialista en Marketing
Comunicación interna	Comunicador organizacional
Organización de eventos	Organizador de eventos
Management de Artistas	Productor Cultural
Periodismo	Periodista
Producción de Contenidos Audiovisuales	Productor audiovisual
Regulación de Contenidos	Especialista en análisis del discurso
Edición	Editor
Capacitación en Comunicación	Comunicador Organizacional
Facilitación de grupos	Comunicador Comunitario-analista institucional
Investigación	Comunicólogo
Docencia	Docente

Nota: Tomados del Ajuste al perfil profesional y estructura curricular de la carrera (2015).

Como se puede apreciar, el listado de áreas donde el universitario puede desarrollar la practica son muchas, lo que amplía las posibilidades de fuentes de empleo una vez alcanzada la titulación, este aspecto es importante a considerar porque de alguna manera rompe los estereotipos que el comunicador social, solamente realiza periodismo.

Respecto a las prácticas que debe desarrollar un estudiante de la carrera, puede considerarse como un punto de ingreso al mercado laboral real, pues constituye el primer ejercicio de la vida profesional en el cual los estudiantes tienen la posibilidad de mejorar sus habilidades y encontrar sus potencialidades respecto al área donde posteriormente se desempeñara.

➤ **Servicios complementarios que oferta la Carrera**

Adicionalmente a la formación académica del estudiante de Ciencias de la comunicación social, se entiende que es necesario fortalecer esos componentes con la práctica y para ello los servicios complementarios que ofrece la Dirección de Área y de manera específica la dirección de carrera, son los siguientes:

Tabla 3

Servicios complementarios de la carrera

SERVICIOS	DESCRIPCIÓN
Biblioteca	El ACSyH cuenta con una biblioteca especializada, brindando servicio a ambas carreras, en ella, además de la prestación de libros, también se tiene acceso a libros digitales, conexión de internet y asesoramiento personalizado en cuanto a normas APA y búsqueda especializada de documentos.
Centro de prácticas	El centro de prácticas que se encuentra equipado con unidades de última tecnología para el desarrollo de las actividades académicas, para el desarrollo de productos audiovisuales, fotografía y demás.
Laboratorio (que es la sala de computación)	La sala de computación cuenta con 20 unidades de computadoras equipadas con conexión a internet y servicio de impresión a bajo costo.

Nota: Elaboración propia (2023)

Estos servicios fortalecen la formación del estudiante y le permite mejorar sus habilidades en cuanto el uso de los diferentes equipos que se requiere para la profundizar las capacidades en la vida profesional.

1. Perspectiva de posicionamiento interna de la imagen de la carrera

Es importante tomar en cuenta la perspectiva del posicionamiento que tiene la imagen de la carrera, de esta manera, se consultó a la máxima autoridad académica del Área, el director de carrera y docentes antiguos y nuevos, partiendo del criterio del conocimiento de la situación interna del área, quienes argumentan lo siguiente:

Tabla 4

Perspectiva de posicionamiento interno

Fuente de información	Criterio
Conde (comunicación personal, 13 de septiembre de 2023)	Comunicación social es una carrera que tiene 18 años de permanencia dentro de la Universidad Amazónica de Pando ha lanzado ya tres generaciones de profesionales, en datos estadísticos estamos hablando entre 80 a 90 profesionales en Ciencias de la comunicación social, es una carrera que tiene mucho potencial mucho mercado laboral, sin embargo, vemos que son pocos los lineamientos que tiene comunicación a nivel nacional, es limitado casi escaso vamos a decir, no se ha promovido sectoriales que lleven a distinguir las carreras de comunicación social de todo el sistema boliviano, tengan que reencontrarse como otras carreras lo hacen, entonces a nivel nacional lo único donde participo comunicación social fue un concurso donde ganaron los estudiantes a nivel nacional, sin embargo, la carrera en sí visibilizada como tal todavía no está, entonces viendo a nivel local, porque hemos dicho que la carrera está encarando su proceso de acreditación, todavía aquí en nuestro medio es poco conocida.(Directora ACSyH)
Lahor, (Comunicación personal, 13 de septiembre de 2023)	Yo creo que existe un poco de deficiencia en ese sentido, me parece que no ha habido las políticas pertinentes para posicionar

esta imagen como es debido.(Director de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social)

Docentes:

Rodríguez, (comunicación personal, 13 de septiembre de 2023)

Considero que la imagen institucional en la Universidad Amazónica de Pando, todavía tiene algunas falencias, el ejemplo claro es que tiene muy poca afluencia de estudiantes en los años que ingresan los estudiantes a la universidad, ese es un indicador bien grande, yo considero que es el mayor indicador que tiene un bajo o un mal manejo de su imagen en este caso

Mamani, (comunicación personal, 13 de septiembre de 2023)

A nivel local creo que es una de las más fuertes que se puede tener en el ámbito local porque la carrera de comunicación social abarca varios ámbitos, porque una vez que ingresas a la carrera, puedes hacer diferentes especialidades, puedes hacer especialidad en periodismo, puedes también manejar instituciones como jefe de prensa, relaciones de recursos humanos, marketing, en sí veo que acá se necesita mucho de comunicadores sociales

(Miahuchi, comunicación personal, 10 de noviembre de 2023)

A nivel local es muy débil muy poco se difunde y sobretodo el tratamiento que se debe de dar, no es lanzar por lanzar cierto material ilustrativo, sino que se tiene que hacer toda una investigación ver las causas, que piensan, cual es el comportamiento del público objetivo para poder diseñar esos materiales divulgativos y poder difundirlos.

(Balderrama, Comunicación personal, 03 de noviembre de 2023)

Se necesita un trabajo más profesional en términos de posesionar la imagen de la carrera, promocionarla más a nivel local, departamental y por ende expandirla más a nivel nacional y debido al decrecimiento que se ha visto en la carrera en la

carrera en los últimos tiempos se necesita un mensaje más agresivo de lo que es comunicación social.

Nota: Elaboración propia (2023).

Las opiniones de los profesionales señalan que a pesar de los años de vigencia que tiene la carrera, aún no ha logrado un posicionamiento en cuanto a la proyección de su imagen institucional a nivel local o nacional, puesto que existe un desconocimiento de la carrera y sobre todo del mercado laboral en el que puede desenvolverse un comunicador social, este se ve reflejado en los bajos índices de estudiantes que optan por la carrera y que cada gestión disminuye de manera progresiva.

2. Suficiencia en el manejo comunicacional de publicidad para la carrera

Para que un estudiante decida orientarse por una carrera profesional, debe tener conocimiento de todo lo que implica la formación y posteriormente el acceso al mercado laboral, por ello, es que se consultó si el manejo comunicacional respecto al uso de publicidad por diferentes medios es suficiente para dar a conocer la carrera, los criterios respecto a ello, se plasman en el siguiente cuadro.

Tabla 5

Manejo comunicación de la carrera

Fuente de información	Criterio
(Conde, comunicación personal, 13 de septiembre de 2023)	No es suficiente, la carrera tiene un plan de estudios, que si bien la innovación curricular evidencia que hay deficiencias en la microauricular, la carrera tiene asignaturas importantes, como publicidad, marketing, estrategias comunicacionales entre otras asignaturas, que tendrían que dar un posicionamiento a la carrera a través de la carrera, sin embargo, es bueno mencionar que antes en anteriores gestiones la carrera no tenía los equipos adecuados para poder realizar material que requiere un

	<p>posicionamiento a través de diferentes estrategias comunicacionales, entonces creo que ahora con el nuevo rediseño que va a encarar la carrera y con los equipos que ahora tienen, si podrían nuestros estudiantes visualizar de mejor manera las actividades que realizan en aula.</p>
(Lahor, comunicación personal, 13 de septiembre de 2023)	<p>Actualmente se ha incrementado de gran manera con relación a gestiones anteriores, pero aun creo que si falta.</p>
(Rodríguez, comunicación personal, 13 de septiembre de 2023)	<p>Actualmente como lo veo le falta muchísimo porque creo y considero que dentro de la carrera debe existir un área específicamente dedicada a la difusión a la creación y difusión de mensajes comunicacionales para poder captar un público específico en este caso que son los estudiantes que deseen ingresar a estudiar la carrera.</p>
(Mamani, comunicación personal, 13 de septiembre de 2023)	<p>Siento que falta algo, un plus que se debería trabajar, a veces lo estudiantes o los futuros universitarios piensan que solamente comunicación social es televisión y radio y entonces piensan que para esos cupos están colapsado el tema del campo laboral.</p>
(Miahuchi, comunicación personal, 10 de noviembre de 2023)	<p>Hay que hacer todo un estudio, toda una planificación, todos estos materiales no son improvisados, son trabajados porque también se colocan mensajes atractivos, aquí se coloca mucho lo que es la psicología, de como con el mensaje atraer al público objetivo y de esa manera recién proyectar</p>
(Balderrama, Comunicación personal, 03 de noviembre de 2023)	<p>Nunca el trabajo es suficiente, se necesita un trabajo bien metódico, bien estratégico para llegar al grupo meta que se requiere, por lo tanto, hay que hacer un mejor trabajo más específico.</p>

Nota: Elaboración propia (2023)

Las opiniones recabadas van en la misma dirección, argumentando, que no es suficiente, el manejo publicitario que tiene la carrera hacia la población en general y que se debe reforzar

la información que se proporciona para que, de esa manera, se pueda llegar a la mayor cantidad de estudiantes y de esa manera mejorar la captación de universitarios que se inclinen por la formación en ciencias de la comunicación social.

Si bien, el Área cuenta con un personal responsable de interacción social que tiene como una de sus funciones, el manejo de redes sociales, se puede evidenciar que no es suficiente, puesto que al ser muchas las actividades que realiza, se le dificulta la elaboración específica de contenidos para cada Carrera, esto repercute en que no existe material para promocionar a la carrera.

3. Criterio sobre el uso de redes sociales para la captación de nuevos estudiantes

Es importante considerar el uso de las redes sociales para la difusión de todas las actividades que se ejecutan de manera curricular y extracurricular, ya que a través de ella es que se da a conocer los trabajos que se realizan, es en ese sentido que se tomó en cuenta el criterio de las autoridades y docentes de la carrera respecto a las redes sociales.

Tabla 6

Redes sociales para la captación de nuevos estudiantes

Fuente de información	Criterio
Conde (comunicación personal, 13 de septiembre de 2023)	Actualmente el uso de las redes sociales podríamos decir es el boom, todas las personas tienen acceso a las redes y a los diferentes aplicativos, Facebook, Twitter, Instagram, tik tok que es lo que ahora está sonando si vale el término, entonces creo que es por este medio que podríamos llegar al escenario que propiamente son los bachilleres y los que ha culminado el bachillerato y podrían incursionar en lo que es la comunicación social y una de las estrategias es las redes sociales

(Lahor, comunicación personal, 13 de septiembre de 2023)	Si, porque es una forma de hacer marketing para que la gente te conozca, para que te observe y pueda aceptar ser parte de la carrera
(Rodríguez, comunicación personal, 13 de septiembre de 2023)	Si, específicamente la producción audiovisual porque soy de las personas que piensa que todo entra por los ojos y por los oídos ósea captás, la gente capta el mensaje a través de lo que escucha y de lo que ve acompañada de las imágenes, así que si considero que la elaboración de productos audiovisuales mejoraría el posicionamiento de la imagen de la carrera de comunicación social
(Miahuchi, comunicación personal, 10 de noviembre de 2023)	Depende, porque hay que trabajar hay que ver la forma de cómo manejar bien el mensaje, aquí lo que hay que ver es no solo que el flyers sea bonito, sino lo que interesa muchísimo es el mensaje, lo principal es lo que nosotros queremos transmitir, si no existe un buen mensaje, un mensaje bien trabajado, fundamentado, atractivo y que me haga pensar a mi como estudiante de promoción o que ya salí bachiller y que yo le dé en el mensaje las ofertas que realmente es y que le mande el mensaje que estudiar comunicación no es solamente salir periodista, sino que tienen otras ramas porque es muy amplio la comunicación, entonces no sirve de nada tener imágenes bonitas, chicos posando modelitos o que las letras sean bonitas o que los colores sean atractivos si no existe realmente un mensaje muy consolidado
(Balderrama, Comunicación personal, 03 de noviembre de 2023)	Nunca es suficiente este tipo de estrategias, porque no todos son identificados a las redes sociales y no son adeptos a este tipo de mensajes y se necesita un trabajo más estratégico para poder llegar a los bachilleres y acompañar con estrategias de redes sociales. En la universidad todos los años se hace ese trabajo de publicitar a través de spot, pero eso es normalmente a final de

gestión para poder captar nuevos estudiantes a la siguiente gestión

Nota: Elaboración propia (2023).

Hay que considerar que, en la actualidad las tecnologías de la información y la comunicación son los medios más usados para conectarse con otros usuarios y así mismo es el medio más ágil, pronto y accesible para transmitir mensajes colectivos, es en ese sentido que, se hizo notar que la utilización de las redes sociales, es considerada como una estrategia fundamental para publicitar la carrera de comunicación social.

4. Debilidades en la carrera que impiden el interés en nuevos postulantes

Una de las características principales de una carrera universitaria es conocer el perfil profesional puesto que es la descripción clara del conjunto de capacidades y competencias que identifican la formación de una persona para encarar responsablemente las funciones y tareas de una determinada profesión o trabajo

En ese sentido, se puede evidenciar que el desconocimiento o el conocimiento parcial al perfil profesional del comunicador social, es una de las debilidades mayores y que están imposibilitando que los postulantes opten por esta profesión. Es por ello que la presenta tabla identifica a mayor detalle las debilidades expuestas por los docentes de la carrera.

Tabla 7*Debilidades en la carrera*

Fuente de información	Criterio
(Conde, comunicación personal, 13 de septiembre de 2023)	Está faltando un empoderamiento en cuanto es el estamento docente y el estamento estudiantil en lo que es el perfil profesional de lo que es ser un comunicador social y sobre todo que este sea un profesional que este a la vanguardia de la necesidad, entonces un aliado estratégico en comunicación es la tecnología, por lo tanto la comunicación debe llegar acorde a eso, entonces creo que ese aspecto es una limitante por lo que los talentos humanos no estan preparados, pero como universidad también estamos en proceso, recientemente hemos realizado un curso de periodismo digital para los docentes y lo que esperamos es que los docentes puedan aplicar los conocimientos adquiridos en estos cursos de formación continua porque es lo que espera el contexto, es lo que se demanda de los nuevos profesionales en ciencias de la comunicación social
(Lahor, comunicación personal, 13 de septiembre de 2023)	Existe falta de compromiso tanto de los docentes como de los estudiantes con la propia carrera.
(Rodríguez, comunicación personal, 13 de septiembre de 2023)	En cuestiones de captar estudiantes o sobre el manejo de su imagen institucional, considero que una de las mayores falencias es la falta de personal que se dedique solamente a la elaboración de productos comunicacionales ya que existe un centro de producción, pero no se dedican solamente a la elaboración de productos comunicacionales, sino que también incluye la interacción y la extensión, todo eso como proceso

	administrativo, no es considerado como una unidad de comunicación específicamente
--	---

(Mamani, comunicación personal, 13 de septiembre de 2023)	Por el momento yo como docente no veo esas falencias, hasta yo me admiro de que comunicación social no tiene pocos estudiantes, tampoco mucho, en términos normal, donde los estudiantes pueden tener una computadora por cada persona, lo que no se en otras ciudades en una computadora estan trabajando entre tres o cuatro porque hay mucha demanda, entonces yo veo que acá los estudiantes son más privilegiados los cuales ellos deberían exigir más a los docentes.
---	---

(Miahuchi, comunicación personal, 10 de noviembre de 2023)	Creo que no estan respetando nuestra profesión, yo soy comunicadora, han puesto profesionales que no son del área de la disciplina, entonces si vamos a empezar a no valorar a los profesionales, a quienes estudiamos 6 años, porque esta es una asignatura sencilla, lo toman con un pensamiento muy estrecho quienes manejan la carrera, creo que es una falta de respeto y estar tergiversando la formación de las futuras generaciones de comunicadores, yo estoy muy molesta con ese atropello cuando se debería colocar a gente que verdaderamente estudio comunicación social y tiene experiencia.
--	--

(Balderrama, Comunicación personal, 03 de noviembre de 2023)	<p>El problema es que el trabajo se lo deja para el final, el trabajo debe ser permanente en toda la gestión, se tiene que tener un cronograma, una estrategia como tal, de que en los dos periodos se debe entablar esos contactos con los estudiantes, potenciales estudiantes de comunicación social, sin dejar de lado las redes sociales, pero no con ese enfoque tradicional, sino con enfoques modernos.</p> <p>A nivel académico hay varios aspectos, fortalecer las practicas, yo he propuesto iniciar con un solo curso, porque desde un principio los chicos no están familiarizados con las practicas.</p>
--	--

Nota: Elaboración propia (2023).

Contrariamente Cuestiones como la falta de empoderamiento, de docentes y estudiantes con la carrera, un débil manejo de la imagen institucional, son algunas de las razones que identifica el personal docente de la carrera, para que se produzca un debilitamiento en la captación de estudiantes de nuevo ingreso.

Contrariamente, se puede apreciar el criterio de una docente en la que establece que en comparación con otras universidades del sistema el número de estudiantes es el adecuado, tomando en cuenta que esta cantidad permite el acceso a los equipos computacionales y de practica sin ningún problema, siendo esto más bien una fortaleza como carrera.

5. Sugerencias de políticas para la captación de nuevos

El personal administrativo, son los que diariamente conviven con estudiantes de la carrera, los que llevan los procesos de admisión a nuevos postulantes, por ello, son conocedores de algunas estrategias que servirán como base para la captación de más estudiantes que opten por la carrera, en tal sentido, sus sugerencias son las siguientes:

Tabla 8

Sugerencias para la captación de nuevos estudiantes

Fuente de información	Criterio
(Conde, comunicación personal, 13 de septiembre de 2023)	Hay que aprovechar el uso de las redes, hay que tener una estrategia diseñada que le diga en qué momento hay que lanzar la publicidad, la promoción, quienes tienen que hacerla, cual es el rol de la carrera, de la parte administrativa, cual es el rol del docente, de los estudiantes, como captamos más estudiantes, porque también como estudiantes de diferentes semestres se pueden promover alternativas de poder promocionar la carrera, creo que tiene que ser una política de manera transversal donde todos se pongan como meta potenciar la carrera para visualizarla.

(Lahor, comunicación personal, 13 de septiembre de 2023)	Yo considero que es importante realizar un estudio de marketing para tener un objetivo un público objeto, difundir las características de la carrera propiamente, para poder enamorar, para poder gustar al público en general y de esta manera captar más estudiantes.
(Rodríguez, comunicación personal, 13 de septiembre de 2023)	Como recomendaciones y sugerencias podría decir que la implementación de una unidad de un personal específico para la elaboración de contenidos comunicacionales a través de una estrategia de comunicación para poder ejecutarla dentro de esa unidad y así de esa manera poder mejorar la imagen institucional que tiene la carrera.
(Mamani, comunicación personal, 13 de septiembre de 2023)	Se debería utilizar medios audiovisuales, radiales y las campañas de ir colegio en colegio porque a veces los estudiantes como ya la tecnología ha avanzado tanto que la mayor parte tienen celulares, entonces hacer mensajes publicitarios sería muy bueno.
(Miahuchi, comunicación personal, 10 de noviembre de 2023)	Se tiene que hacer toda una planificación, toda una estrategia y no solamente digital, hay otros medios y no hablo de los medios tradicionales, hay otros medios, existen los minimedios, jornadas interactivas, espacios comunicacionales, pero haciendo estudios, haciendo un diagnóstico comunicacional para ver donde se reúnen estos jóvenes, en las plazas, en las discotecas, porque hay jóvenes de escasos recursos económicos que no tienen acceso a la tecnología y por tanto no nos podemos cerrar solo en las redes sociales.
(Balderrama, Comunicación personal, 03 de noviembre de 2023)	Establecer que se promocióne la carrera durante todo el año, establecer un cronograma de actividades para poder llegar a todas las instancias, durante todo el año para poder captar estudiantes y no solo dejar para finales de año.

Nota: Elaboración propia (2023).

El uso de las redes sociales, la elaboración de planes de marketing, la contratación de personal cuya función de manera exclusiva se centre en la producción de material publicitario, la mayor utilización a los medios con los que dispone la universidad para realizar la publicidad, como lo es el canal y la radio universitaria respectivamente, son algunas de las sugerencias que se pueden tomar en cuenta, para potenciar la carrera y que la misma sea reconocida por la sociedad, tal como lo establece su visión institucional.

Contrariamente cabe destacar que, todas ellas orientadas en la utilización de las TIC, para que el alcance sea mayor y con mejor efectividad, considerando al mismo tiempo el público meta que son los estudiantes bachilleres de la educación regular, para lo que también se tomó en cuenta su posicionamiento.

i. Contrariamente Diagnóstico externo

El diagnóstico externo, se realizó a partir de datos proporcionados por dos unidades educativas del municipio de Cobija, tomando dos criterios para la selección de las mismas.

Por un lado, se recopiló datos de estudiantes del 6to de secundaria de la Unidad Educativa América, que es una institución de educación privada, y por otro lado se consideró a la Unidad Educativa Cobija A del sistema educativo público, ambas por encontrarse en el radio urbano céntrico de la ciudad.

4.1.2.1. Estudiantes de secundaria y las redes sociales

La primera cuestión a ser tomada en cuenta es el uso de las redes sociales que hacen los estudiantes de secundaria para el acceso a la información y la frecuencia de la utilización de las mismas, con mayor preponderancia la red social Facebook

Al respecto cabe considerar que la muestra comprende cinco estudiantes de cada unidad educativa, sintetizados en las siguientes tablas:

Tabla 9*Redes sociales y estudiantes de secundaria*

Uso del Facebook	Frecuencia de utilización
Si utilizo con mucha frecuencia	yo estoy encargado en mi iglesia de hacer transmisiones todos los días de todos los servicios, martes, jueves, sábados y domingos
Si utilizo	Es la segunda aplicación que más uso en el día
Utilizo de manera diaria	No muy frecuentemente, pero si la utilizo para ver publicaciones y todo eso
Es la red social que más utilizo	utilizo más que Instagram y WhatsApp, porque es un medio de comunicación donde salen las noticias y más novedades

Nota: Elaboración propia (2023)

Como se pudo observar en las entrevistas, la red social Facebook es utilizada en mayor escala por los estudiantes de las unidades educativas seleccionadas, así mismo la frecuencia es su accesibilidad es continúa puesto que a través de ella, estos jóvenes logran interactuar, encontrar información y también publicar datos de su situación, que son aspectos que hoy en día tiene a la expectativa a las personas en general.

4.1.2.2. Criterio de los estudiantes de secundaria sobre comunicación social.

El criterio de los posibles postulantes a la carrera es muy importante, por lo cual, se consultó que entienden estos jóvenes por comunicación social, las aseveraciones manifiestan los siguientes elementos.

Tabla 10*Criterio sobre comunicación social*

Unidad Educativa	Criterio sobre comunicación social
Cobija A	Todo lo que tiene que ver con producción de videos y todo eso
	La tele, diferentes programas
	Se viene a la mente como un periodista
	Como un medio para que cada uno sepamos donde estamos que sirva para comunicarnos entre todos
Una forma de comunicación en la que todos socializamos	
América	Tiene que ver con el periodismo, la información que se transmite a diario a través de diferentes medios
	La comunicación social, es sobre todo la posibilidad de transmitir y recibir información de diferentes formas.
	La comunicación social es el medio que utilizamos para contactarnos con otras personas.
	Es la forma mediante la cual nos expresamos y nos hacemos entender.

Nota: Elaboración propia (2023)

Se conoce como comunicación social al conjunto de los estudios científicos que analiza todo lo vinculado al desarrollo de los procesos comunicativos en una sociedad. Entre sus objetos de estudio aparecen los medios de comunicación masivos, las formas de expresión y la construcción de la información.

Entonces si bien, en los estudiantes no se tiene una idea específica de lo que representa un profesional en comunicación estos bachilleres lo asumen sobre todo con la comunicación de manera general y el periodismo principalmente, por lo que, se analiza que con los datos obtenidos se debe priorizar en la socialización del perfil profesional de la carrera.

4.1.2.3. Información requerida por los estudiantes de secundaria

Al levantar los datos, se abrió la posibilidad que los estudiantes de secundaria, emitieran su requerimiento en cuanto a la información que desearían obtener previo al ingreso a la carrera, los mismos se plasman de la manera siguiente:

Tabla 11
Información requerida

Unidad Educativa	Información requerida
Cobija A	Los horarios de clase, las materias que llevan si se pudiera
	Saber que hay en esa carrera que avanzan
	me gustaría conocer las materias que se llevan
	si tiene algo ligado tipo al marketing digital
	Primero cuántos años lleva esa carrera, cuantas asignaturas o materia lleva
América	El contenido de las materias que se pasa
	Donde se puede trabajar, una vez uno sea profesional

Aparte del periodismo, donde más puede trabajar el comunicador social

Cuáles serían las ventajas de estudiar comunicación social en la UAP

Que tan difícil puede ser conseguir empleo público cuando se es profesional, o si puede hacer un negocio independiente.

Nota: Elaboración propia (2023)

Las inquietudes por parte de los bachilleres respecto a la información que desean conocer son variadas e importantes de analizarlas, puesto que estos elementos servirán de insumos para la elaboración de propuestas posteriormente.

En cuanto a la información requerida, se encuentran: el contenido de la currícula, oferta y mercado laboral, área de intervención del comunicador, estos aspectos son tomados sobre todo con miras posterior a la carrera, es decir en su desempeño profesional, información que el nuevo estudiante requiere para hacer una buena elección de la carrera a estudiar y es lo que se pretende ofrecer mediante los videos y flyers en la carrera de Comunicación Social.

4.1.2.4. Conocimiento sobre la página de Facebook del Área de Ciencias Sociales y Humanísticas

El Área Ciencias Sociales y Humanistas como ente rector de la carrera Ciencias de la comunicación social, maneja una página institucional de Facebook desde la gestión 2015, esto con la finalidad de publicar todas las actividades académicas de mayor preponderancia y que esto sea de conocimiento de la sociedad a través de la extensión y la interacción social.

A la fecha, el número de seguidores de la página es de un total de 3046, que si bien es una cantidad significativa esta pudiera lograr su expansión hacia la población estudiantil, con la finalidad de proporcionar datos relevantes para los estudiantes de secundaria que se

encuentran en proceso de formación, para que de esa manera se contribuya a la orientación vocacional a partir del conocimiento general del perfil de la carrera.

Tabla 12

Página del ACSyH

Unidad Educativa	Información requerida
Cobija A	No conozco
	No conozco, ni la sigo
	No conozco
	Nunca la he visto
América	No conozco, ni la sigo
	No conozco ninguna página de la universidad
	No soy seguidor de la pagina
	No tengo conocimiento de la pagina
	Desconozco que se tenga una página de esa carrera

Nota: Elaboración propia (2023)

Los datos muestran que el total de estudiantes de ambas unidades educativas no tienen conocimiento de las páginas oficiales del ACSyH, por lo que se evidencia una limitante el ingresar a este público meta a través de las redes sociales. Sin embargo, también puede

constituirse en una oportunidad para buscar estrategias que permitan a la carrera posicionarse en redes sociales y llegar a todo tipo de público.

Es importante considerar que, si bien las redes sociales son herramientas que permiten acortar distancias e interactuar de manera inmediata con personas de todos los lugares del mundo, la red social del Área aún no ha logrado traspasar la frontera hacia la generación mas joven que son lo que se encuentran en secundaria, puesto que el desconocimiento por la página de Facebook oficial es evidente.

4.2. Actividades ejecutadas y sus resultados

Objetivos específicos	Actividades	Tiempo	Responsable	Medios de verificación	de
Diagnosticar la situación actual de la carrera Ciencias de la Comunicación Social, respecto a su imagen institucional de manera interna y externa.	Ajuste y Validación de instrumentos.	2 semanas.	Universitaria	Instrumentos.	de
	Aplicación de los instrumentos.	2 meses.		Acta de validación.	
	Sistematización de los datos obtenidos.	3 semanas.		Fotografías.	
	Redactar diagnóstico, con los resultados obtenidos	3 semanas		Datos estadísticos	
Diseñar una estrategia de comunicación digital, dirigida a bachilleres y sociedad en general para promocionar la carrera Ciencias de la Comunicación	Desarrollar la propuesta de mejora en base al diagnóstico situacional	1 semana.	Universitaria	Documento de diseño de la propuesta de mejora	de
	Elaboración de flyers	1 mes		Documento de diseño de la propuesta de mejora	

Social de la UAP	Elaboración de videos				
Validar la estrategia de comunicación digital, para la puesta en marcha de la promoción de la carrera a través de las redes sociales institucionales del ACSyH	Coordinar fecha, hora y lugar, Presentar la propuesta diseñada a las autoridades de la Carrera	1 día	Universitaria	Agenda de actividades.	Diapositivas de presentación de la propuesta Fotografías. Acta de validación.

Resultados de las actividades

Objetivo 1:

Para lograr el **primer objetivo** “Diagnosticar la situación actual de la carrera Ciencias de la Comunicación Social, respecto a su imagen institucional de manera interna y externa.” el primer paso fue la elaboración, ajuste y la validación de los instrumentos, a aplicar a docentes de la Carrera de Ciencias de la comunicación social y estudiantes del nivel secundario, se validó con la presencia de la Decana de la Facultad, el Director de Carrera, donde firmaron al pie de la página dando el visto bueno, el acta de validación de los instrumentos, donde hubo observaciones que fueron subsanadas en su oportunidad

Una vez recabada los datos, se procedió a sistematizar, analizar e interpretar, los resultados con la finalidad de conocer los aspectos más sobresalientes como ser: criterio del estado de situación de la carrera, identificación de debilidades, propuestas de políticas de mejora para la captación de estudiantes, entre otros aspectos más.

Como última actividad del objetivo, se elabora el diagnostico comunicacional, cuyo fin fue conocer los datos más sobresalientes e indispensables, en base a ello desarrollar la propuesta de mejora.

Objetivo 2

En relación al **segundo objetivo** “Diseñar una estrategia de comunicación digital, dirigida a bachilleres y sociedad en general para promocionar la carrera Ciencias de la Comunicación Social de la UAP”, aquí se organizó los datos recolectados identificando las sugerencias propuestas para la elaboración de la estrategia comunicacional.

Vale recalcar que la estrategia se sustenta en la Elaboración de flyer y videos, enfatizando el perfil profesional de Comunicador social formado en la UAP

Objetivo 3

En el **tercer objetivo** “Validar la estrategia de comunicación digital, para la puesta en marcha de la promoción de la carrera a través de las redes sociales institucionales del ACSyH” para cumplir el tercer objetivo, se diseñó la propuesta de mejora consistente en la elaboración de la estrategia digital, para ello se contemplaron los siguientes pasos:

- Solicitud de fecha y hora para la presentación de la propuesta de mejora, a las autoridades del Área y la Carrera.
- Presentar la propuesta diseñada a las autoridades de la Carrera.
- Ajustes a la propuesta contemplando las sugerencias realizadas por los miembros de la validación.
- Implementación de la propuesta incorporando la estrategia en la página oficial de Facebook del ACSyH.

4.3. Propuesta de Mejora

4.3.1. Propuesta 1: Elaboración y difusión de flyers

4.3.1.1. Objetivo. Captar la atención de los seguidores o usuarios a través de imágenes que muestren y trasmitan mensajes cortos, promocionando el ámbito de desempeño laboral, las instalaciones, ambientes de prácticas y la diversidad de estudiantes femeninos y masculinos,

para contar con nuevos universitarios en la carrera Ciencias de la Comunicación social, mediante la página web oficial del Área.

4.3.1.2. Descripción de la propuesta

Flyers 1:



Características

Tamaño de la imagen: 1080x1080

Modelo: estudiante de la carrera de comunicación

Fondo de la imagen: foto de internet

Color de letras: blanco, rojo y negro

Los colores se usaron en base a los colores institucionales de la Universidad, para respetar la línea grafica.

Aplicación de edición: Photoshop

Logos: de la UAP, carrera de comunicación y de la facultad de ciencias sociales y humanísticas

Tipografía:

LA CARRERA QUE SIEMPRE: poppins black

SOÑASTE: Hamilton

GESTIÓN : maven pro black

2024: maven pro medium

MÁS INFORMACIÓN 72933780: MazzardH black

ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS: Microsoft YaHei

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL: MazzardH black

Flyers 2:



Características

Tamaño de la imagen: 1080x1080

Modelo: Estudiante de la carrera

Fondo de la imagen: foto de un aula sacada de internet

Color de letras: blanco, azul y negro

Aplicación de edición: Photoshop

Logos: de la UAP, carrera de comunicación y de la facultad de ciencias sociales y humanísticas

Tipografía:

COMUNICACIÓN SOCIAL: Poppins light, poppins ExtraboldItalic

CIENCIAS DE LA: poppins ExtraboldItalic

LICENCIATURA EN: Quentin

GESTIÓN: Quentin

2024 : Poppins bold

ESCRIBIENDO UNA NUEVA HISTORIA CON VOS: StrawberryCupcakesRegular

ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS: Microsoft YaHei

MÁS INFORMACIÓN 72933780: MazzardH black

Flyer 3:**Características**

Tamaño de la imagen: 1080x1080

Modelo: estudiante de la carrera

Fondo: imagen de infraestructura de la UAP

Color de letras: blanco y negro

Se utilizó el color azul ya que es uno de los colores institucionales de la universidad

Aplicación de edición: Photoshop

Logos: de la UAP, carrera de comunicación y de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

Tipografía:

PERSIGUE TU PASIÓN: poppins black

COM. SOCIAL: Hamilton

COMIENZA A ESTUDIAR LA: poppins regular

CARRERA DE TUS SUEÑOS: poppins black

GESTIÓN: maven pro blak

2024: maven pro medium

ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS: Microsoft YaHei

MÁS INFORMACIÓN 72933780: MazzardH black

Flyer 4:



Características

Modelo: estudiante de la carrera de comunicación social

Color de letras: blanco y azul

Los colores se usaron en base a los colores institucionales de la universidad, para respetar la línea gráfica.

Aplicación de edición: Photoshop

Logos: de la UAP, carrera de comunicación y de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

Tipografía:

Ciencias: Quentin

De la: poppins extraligh

Comunicación social: pippins extrabold

Ámbitos de desempeño laboral: poppins regular, poppins extrabold

Poppins médium : todo el cuerpo de la imagen

Escribiendo una historia con vos: StrawberryCupcakesRegular

4.3.2. Propuesta 2: Elaboración y difusión de videos

4.3.2.1. Objetivo. Captar la atención de los seguidores o usuarios a través de videos cortos que expresen el perfil, misión y visión profesional, promocionando a los nuevos universitarios una carrera acorde a sus expectativas, aspiraciones a través de la página web oficial del Área y ser parte de la carrera Ciencias de la Comunicación Social para la gestión 2024.

4.3.2.2. Descripción de la propuesta**GUIÓN TÉCNICO-LITERARIO.**

Nombre y descripción del video: Misión y visión de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social.

Duración de grabación: 1 min. 01 seg.

Material a usar: Audífonos, micrófono corbatero inalámbrico, trípode.

OPERADOR	DESCRIPCIÓN	TP	PLANOS	MÚSICA/ EFECTO
CONTROL	Sonido inicial de la publicidad. /Inicio/			<i>Cortinilla de inicio.</i>
	Inicio bajo el título “¿Sabías cuál es la misión de la carrera?”	3 seg.		<i>Fondo azul con degradado blanco.</i>

ACTOR 1	La misión de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social es /se hace una pequeña pausa para cambiar de plano/	10 seg.	<i>Plano detalle</i>	<i>Música de fondo.</i>
ACTOR 1	Formar profesionales en Ciencias de la Comunicación Social competentes con vocación de servicio.	5 seg.	Plano medio	<i>Música de fondo.</i>
CONTROL	/Tomas de estudiantes pasando clases en las respectivas aulas de la carrera de Comunicación Social/	9 seg.	1 est. Plano dorsal. 2 est. Plano picado. 3 est. Plano contrapicado. 4 est. Plano dorsal 5 est. Plano medio 6 est. Plano dorsal 7 est. Plano detalle 8 est. plano dorsal	<i>Música de fondo.</i>
ACTOR 1	Comprometidos con el desarrollo sostenible de la sociedad pandina.	2 seg.	Plano normal	<i>Música de fondo.</i>
ACTOR 1	Mediante la investigación e interacción social.	2 seg.	Plano contrapicado	<i>Música de fondo.</i>
ACTOR 1	Producción de medios con mensajes de calidez y calidad.	2 seg.	Primer plano.	<i>Música de fondo.</i>
CONTROL	/Toma de estudiantes de Comunicación Social pasando clases en las aulas respectiva de la carrera/		9 est. Plano dorsal. 10 Primer plano. 11 est. Plano contrapicado 12 est. Plano contrapicado 13 est. Plano detalle. 15 est. Primer primerísimo plano 16 est. Plano detalle	<i>Música de fondo.</i>

CONTROL	Segunda parte de la publicidad. /Mitad/ Segundo título: ¿Sabías cuál es la visión?		17 est. Plano contrapicado 18 est. Plano general.	Cortinilla, mitad del video. <i>Música de fondo.</i>
ACTRIZ 2	La carrera de Ciencias de la Comunicación Social se constituirá como líder en ejercicio de la profesión.	6 seg	Plano medio	<i>Música de fondo.</i>
ACTRIZ 2	En la región amazónica, como punto de referencia a nivel nacional	2 seg.	Primer primerísimo plano. Plano medio.	<i>Música de fondo.</i>
ACTRIZ 2	En la formación de profesionales capaces de transformar la realidad comunicacional.	2 seg.	Primer primerísimo plano. Plano medio.	<i>Música de fondo.</i>
ACTRIZ 2	En el marco del desarrollo sostenible.	1 seg	Plano medio	<i>Música de fondo.</i>
CONTROL	/Estudiantes pasando clases/	6 seg	18 est. Plano detalle. 19 est. Plano contrapicado. 20 est. Plano cenital. 21 est. Plano picado. 22 est. Plano medio.	<i>Música de fondo.</i>
CONTROL	/voz en off/ Universidad Amazónica de Pando.		23 est. Plano dorsal. 24 est. Plano detalle.	<i>Música de fondo.</i>
CONTROL	/voz en off/ Escribiendo una nueva historia con vos.			<i>/Imagen/ Aparece el logo y la fachada de la</i>

universidad.
Música de fondo.

GUIÓN TÉCNICO-LITERARIO.

Nombre y descripción del video: Perfil profesional de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social.

Duración de grabación: 0:52 seg.

Material a usar: Audífono, micrófono corbatero inalámbrico.

OPERACIÓN	DESCRIPCIÓN	TP	PLANOS e IMAG. DE APOYO	MÚSICA/ EFECTO
CONTROL	<i>Cortinilla de inicio con el logo de la carrera.</i>	8 seg		<i>Música de fondo.</i>
CONTROL	<i>/voz en off/</i> El perfil profesional del licenciado en Ciencias de la Comunicación Social formado en la Universidad Amazónica de Pando. Es un profesional idóneo, creativo, capaz de generar procesos de comunicación e información.	11 seg.	<i>/estudiantes de Comunicación Social/</i> 1 est. Plano dorsal. 2 est. Plano picado. 3 est. Plano detalle. 4 est. Plano dorsal. 5 est. Plano medio. 6 est. Plano medio 7 est. Plano dorsal	<i>Música de fondo.</i>
CONTROL	Investigar, gestionar estrategias y proyectos comunicacionales, mediante el uso de recursos comunicativos dirigidos a fortalecer el desarrollo sostenible, a través de las técnicas de promoción con responsabilidad social y ética.	13 seg.	8 est. Plano dorsal/plano medio 9 est. Plano dorsal. 10 est. Plano general. 11 est. Plano detalle. 12. est. Plano contrapicado. 13 est. Plano cenital	<i>Música de fondo.</i>
	<i>/imágenes de apoyo/</i>	9 seg.	14 est. Plano detalle 15 est. Plano dorsal.	

16 est. Plano general.

17 est. Plano dorsal.

18 est. Plano
dorsal/general.

19 est. Plano detalles.

CONTROL	<i>/voz en off/</i>	8	Cortinilla final.
	Universidad Amazónica de Pando.	seg.	<i>Logo de la U.A.P.</i>
	Escribiendo una nueva historia con vos.		<i>/imagen fachada de la universidad/</i>

GUIÓN TÉCNICO-LITERARIO.

Nombre y descripción del video: Invitación a la carrera de Ciencias de la Comunicación Social.

Duración de grabación: 1:20 seg.

Material a usar: Audífono, micrófono corbatero inalámbrico, trípode.

OPERACIÓN	DESCRIPCIÓN	TP	PLANOS e IMAG. DE APOYO	MÚSICA/E FECTO
CONTROL	<i>Cortinilla de inicio con imágenes de apoyo.</i>	10 seg	1 est. Plano cenital. 2 est. Plano central. 3 plano general de la U.A.P. 4 est. Plano contrapicado.	<i>Música de fondo.</i>
CONTROL	<i>/voz en off/</i> La Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas te invita a formar parte	8 seg.	5 est. Plano detalle. 6 est. Plano dorsal. 7 est. Plano detalle.	<i>Música de fondo.</i>

	de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social.		8 est. Plano contrapicado.	
			9 est. Primer primerísimo plano.	
ACTRIZ 1	En la Universidad Amazónica de Pando, la teoría se encuentra en la práctica.	5 seg.	Plano medio	<i>Música de fondo.</i>
CONTROL	<i>/imágenes de apoyo/</i>	5 seg.	10 est. Plano medio 11 est. Primer primerísimo plano.	<i>Música de fondo.</i>
ACTRIZ 1	Adquiere experiencia real en procesos comunicativos desde el primer año	5 seg.	Plano medio	<i>Música de fondo.</i>
	<i>/imágenes de apoyo/</i>	3 seg.	12 est. Plano dorsal.	<i>Música de fondo.</i>
CONTROL	<i>/voz en off/</i>	10 seg.	13 est. Plano medio. 14 est. Primer primerísimo plano. 15 est. Primer primerísimo plano. 16 est. Plano contrapicado. 17 est. Plano medio. 18 est. Plano detalle. 19 est. Plano dorsal	<i>Música de fondo.</i>
ACTOR 2	Elige un camino emocionante, únete a la carrera de Ciencia de la Comunicación Social.	5 seg.	Plano medio/seguimiento	<i>Música de fondo.</i>
CONTROL	<i>/estudiantes de Comunicación Social/</i>	7 seg.	20 est. Plano medio 21 est. Plano cenital. 22 est. Plano medio.	<i>Música de fondo.</i>

			23 est. Plano contra picado.	
ACTOR 2	Y construye un futuro lleno de oportunidades en medio de relaciones públicas y mucho más.	6 seg.	Plano medio	<i>Música de fondo.</i>
ACTRIZ 1	Por eso únete a Ciencias de la Comunicación Social.	5 seg.	Plano medio	<i>Música de fondo.</i>
CONTROL	<i>/voz en off/</i> Universidad Amazónica de Pando. Escribiendo una nueva historia con vos.	9 seg.	Plano general de la U.A.P.	<i>Logo de la U.A.P.</i> <i>Música de fondo.</i>



CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Todas las actividades proyectadas se desarrollaron de manera efectiva, según la planificación establecida en el plan de acción presentado y aprobado por la Carrera.

El presente Trabajo de grado consta de tres objetivos específicos, las cuales encaminaron para el desarrollo de las actividades y el cumplimiento del objetivo general, con la finalidad de responder a la problemática identificada.

Teniendo como primer objetivo “Diagnosticar la situación actual de la carrera Ciencias de la Comunicación Social, respecto a su imagen institucional de manera interna y externa”, queda claro que los mecanismos de difusión del perfil, misión y visión de la carrera son muy débiles, debido a la falta de un personal que se encargue de la administración de las redes sociales o que de alguna manera trabaje en alianza con los estudiantes a fin de reforzar sus prácticas formativas a la misma vez que produzca contenidos digitales para las redes sociales.

Por otro lado, el segundo objetivo fue “Diseñar una estrategia de comunicación digital, dirigida a bachilleres y sociedad en general para promocionar la carrera Ciencias de la Comunicación Social de la UAP, misma que fue elaborada tomando en cuenta el criterio encontrado en el diagnóstico y se sustenta en la propuesta elaboración de flyers y videos en los que se encripta información respecto a las funciones, perfil profesional, mercado laboral, misión y visión institucional.

Para finalizar el último objetivo: Validar la estrategia de comunicación digital, para la puesta en marcha de la promoción de la carrera a través de las redes sociales institucionales del ACSyH. del cual fueron participes la Decana del ACSyH (Msc. Miladis M. Conde Herrera),

Director de Carrera Ciencias de la Comunicación social (Lic. Carlos v. Lahor Garcia), Responsable de Modalidad de graduación, (Lic. Gabriela Montero). Cabe resaltar que esta validación permitió el visto bueno de publicar el material elaborado a la red social de Facebook, página oficial que cuenta el Área Ciencias Sociales y Humanísticas, siendo la única autorizada para publicar información institucional, así mismo, a partir de la difusión de la estrategia digital se realizó el seguimiento del mismo para medir el alcance según las interacciones realizados.

Recomendaciones

De acuerdo a los resultados obtenidos, en el Trabajo Dirigido se sugiere las siguientes recomendaciones:

Al Área Ciencias Sociales y Humanísticas

Se sugiere que la presente propuesta, sea implementada y actualizada de manera permanente durante toda la gestión académica, promoviendo la difusión de actividades que realizan los estudiantes, durante su proceso formativo, de esa manera la sociedad en general conocerá a mayor detalle el alcance laboral y el amplio perfil que tiene un comunicador social formado en la UAP.

A la Carrera Ciencias de la Comunicación Social

Se insta a la parte administrativa de la Carrera, el trabajo conjunto con los docentes y estudiantes para la elaboración constante de materiales de difusión y promoción de la carrera, haciendo uso de los equipos que se tiene en el centro de prácticas, para que de esa manera se pueda articular la práctica y la teoría de los estudiantes en formación, pero además sirva para la captación de nuevos estudiantes

A los futuros estudiantes de la carrera

Se recomienda la exploración de los contenidos que se desarrolla durante el proceso de formación del profesional en comunicación social. Asimismo, el de ampliar el horizonte respecto a la carrera, puesto que el comunicador va más allá del periodismo y/o la prensa, por lo cual el mercado laboral es amplio mucho más aun en el departamento Pando.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Armijos Mayon, F. B. Bermúdez Burgos, A. I. & Mora Sánchez, N. V. (2019). Gestión de administración de los Recursos Humanos. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(4), 163-170. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000400163&lng=es&tlng=es
- Concepto de población y muestra según autores. (s.f.) <https://cuadros-comparativos.com/concepto-de-poblacion-y-muestra-segun-autores/>
- Entrevista clínica (I): definiciones y características (2019, 10 de septiembre) Oposita test. <https://blog.opositatest.com/entrevista-clinica-definiciones-y-caracteristicas/>
- Estado Plurinacional de Bolivia. LEY DE UNIDADES DE TRANSPARENCIA Y LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN. N° 974., (4 de septiembre de 2017) http://www.easba.gob.bo/docs/decretos_supremos/ley974.pdf
- Forcada, D. (2023) ¿Qué es la comunicación institucional? Estrategos. <https://estrategos.org/es/comunicacion/que-es-la-comunicacion-institucional/>
- Hernandez Sampieri, R. Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (1997) Metodología de la Investigación. <https://josetavarez.net/Compendio-Metodologia-de-la-Investigacion.pdf>
- Hütt Herrera, H., (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones*. 91 (2). 121-128. <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>
- Rojo Franco, M. E. (s.f.) *UF0517: Organización empresarial y de recursos humanos*. Elearning S.L. https://books.google.com.bo/books?id=93pXDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Sánchez Flores, Fabio Anselmo. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 13(1), 102-122. <https://dx.doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Sierralta Ríos, A. (2017). La revolución tecnológica en los medios de comunicación y los desafíos del derecho y la democracia. *Foro: Revista De Derecho*, (18), 45–75. Recuperado a partir de <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/foro/article/view/413>
- Solari, V (2014, 8 de abril) Taller de comunicación institucional y comunitaria 6to año. Blogger.com Técnicas e instrumentos de investigación. Según autores. (2014) <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2014/06/tecnicas-e-instrumentos-de.html>
- Técnicas e instrumentos de investigación. Según autores. (2014) <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2014/06/tecnicas-e-instrumentos-de.html>
- Thompson, I. (2005) Definición de Publicidad. PromonegocioS.net <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-definicion-concepto.html>

Tipos de Encuestas y Diseños de Investigación (s.f.)
https://www.unavarra.es/personal/vidaldiaz/pdf/tipos_encuestas.PDF

Universidad Panamericana México. (2020) Antecedentes históricos del registro civil. Studocu.<https://www.studocu.com/es-mx/document/universidad-panamericana-mexico/derecho-civil-i/antecedentes-historicos-del-registro-civil/11196284>

Universidad Rafael Beloso Chacín. (s.f.) Capítulo II Marco Teórico.
<http://virtual.urbe.edu/tesispub/0094272/cap02.pdf>

Hemández, E. (1993). Monitoreo y Evaluación de logros en proyectos de ordenación de cuenca Hidrográfica. Mérida, Venezuela: FAO

Tobón, A. y Osorio, L. (1999). Metodología para el Monitoreo y Análisis Económico de una Empresa Ganadera. Colombia: DCorpoica
<https://web.senado.gob.bo/prensa/noticias/senado-otorga-reconocimiento-la-carrera-de-comunicaci%C3%B3n-social-de-la-universidad>

MARSISKE SCHULTE, R. (02 de ENERO de 2004). SCIELO. Obtenido de Historia de la autonomía universitaria:
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982004000100008

Guía de Información Académica. (2020) Guía Académica 2020. Universidad Amazónica de Pando. <http://181.115.188.252/diasis/uploads/archivos/GUIA-ACADEMICA-2020.pdf>

Cámara de Senadores. (2022) Senado otorga reconocimiento a la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Amazónica de Pando. Cámara de Senadores.
<https://web.senado.gob.bo/prensa/noticias/senado-otorga-reconocimiento-la-carrera-de-comunicaci%C3%B3n-social-de-la-universidad>

ANEXOS

ANEXO 1

MONITOREO DE RED SOCIAL

Universidad Amazónica de Pando
Área de Ciencias Sociales y Humanísticas
Carrera de Ciencias de la Comunicación Social
Pando - Bolivia
2023

Universitaria
Sahian Maylin Gutierrez Temo

MONITOREO

FACEBOOK			
LIKES	VISTAS	COMENTARIOS	COMPARTIDOS

Sugerencia

FACEBOOK			
ANTES DE LA PROPUESTA	DESPUES DE LA PROPUESTA	RESULTADOS	COMENTARIOS

ANEXO 2

GUÍA DE ENTREVISTAS

Universidad Amazónica de Pando
Área de Ciencias Sociales y Humanísticas
Carrera de Ciencias de la Comunicación
Pando - Bolivia
2023

Universitaria
Sahian Maylin Gutierrez Temo

ENTREVISTA AL PUBLICO EXTERNO

NOMBRE:

EDAD:

- 1.- Sabía usted que dentro de la Universidad Amazónica de Pando existe la carrera de Ciencias de la Comunicación Social
- 2.- Conoce usted la red social Facebook?
- 3.- Con qué frecuencia utiliza esta red social?
- 4.- ¿Cuándo escucha la palabra comunicación social que le viene a la mente?
- 5.- ¿Qué información le interesaría de la carrera de comunicación social de la UAP?
- 6.- ¿Conoce usted la página en Facebook del área de ciencias sociales y humanísticas?
- 7.- ¿Considera efectiva la difusión de las actividades de la carrera de ciencias de la comunicación social por Facebook mediante la página de ciencias sociales y humanísticas?

ANEXO 3

GUÍA DE ENTREVISTAS

Universidad Amazónica de Pando
Área de Ciencias Sociales y Humanísticas
Carrera de Ciencias de la Comunicación
Pando - Bolivia
2023

Universitaria
Sahian Maylin Gutierrez Temo

ENTREVISTA AL PÚBLICO INTERNO

NOMBRE:

EDAD:

1. ¿Cómo considera el reconocimiento de la imagen de la carrera de comunicación social a nivel local y nacional?
2. ¿Considera suficiente el manejo comunicacional respecto a mensajes, publicidad y marketing que realiza la carrera de comunicación social?
3. ¿Cree usted que los videos y flyers publicitarios en las redes sociales mejoraría la captación de nuevos universitarios en la carrera de comunicación social?
4. ¿Cree que la imagen institucional de la carrera de comunicación social actualmente tiene un buen posicionamiento?
5. ¿Han realizado alguna estrategia de medio digital para atraer nuevos estudiantes a la carrera de comunicación social?
6. ¿Hay alguna falencia específica que considere en la carrera de comunicación social?

ANEXO 4

Acta (2023) Validación de instrumentos de recolección de datos.

ACTA N°1 ACTA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

En la Ciudad de Cobija, en fecha 28 de septiembre del 2023, a horas 16:00 pm, en instalaciones de la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas, se llevó a cabo la validación de instrumentos del Trabajo Dirigido denominado "ESTRATÉGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL A TRAVÉS DE REDES SOCIALES" de la postulante Univ. Sahian Maylin Gutierrez Temo de la Carrera Ciencias de la Comunicación Social, Con la finalidad de contar con instrumentos fiables para la recolección de datos.

Con lo que termina el acta en su fecha y firman los participantes como constancia:

N.º	Nombre completo	Cargo	Cedula de identidad	Firma
1.	Carlos Jairo Guain	DIR CREDATA	3654806	[Firma]
2.	Mildis Conde Herrera	DIR ACSxH	4201683	[Firma]
3.	Mabrita Mendo M.	Resp. ACSxH	1567159	[Firma]

ANEXO 5

Acta (2023) Validación de flyers publicitarios.

ACTA N°2

ACTA DE VALIDACIÓN DE FLYERS PUBLICITARIOS

En la Ciudad de Cobija, en fecha 28 de septiembre del 2023, a horas 16:00 pm, en instalaciones de la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas, se llevó a cabo la validación de flyers del Trabajo Dirigido denominado **“ESTRATÉGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL A TRAVÉS DE REDES SOCIALES”** de la postulante **Univ. Sahian Maylin Gutierrez Temo** de la Carrera Ciencias de la Comunicación Social, Con la finalidad de contar con flyers fiables para la difusión de los mismos.

Con lo que termina el acta en su fecha y firman los participantes como constancia:

N.º	Nombre completo	Cargo	Cedula de identidad	Firma
1.	Carlos Iván González	DIR. CCS	3557806	[Firma]
2.	Miladis Conde Herrera	DIR ACSyH	4201683	[Firma]
3.	Isabella Montoro Jua	Resp Mod ACS	767159	[Firma]

ANEXO 6

Acta (2023) Validación de videos publicitarios.

ACTA N°3 ACTA DE VALIDACIÓN DE VIDEOS PUBLICITARIOS

En la Ciudad de Cobija, en fecha 28 de septiembre del 2023, a horas 16:00 pm, en instalaciones de la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas, se llevó acabo la validación de videos publicitarios del Trabajo Dirigido denominado "ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL A TRAVÉS DE REDES SOCIALES" de la postulante Univ. Sahian Maylin Gutierrez Temo de la Carrera Ciencias de la Comunicación Social, Con la finalidad de contar con videos fiables para la difusión de los mismos.

Con lo que termina el acta en su fecha y firman los participantes como constancia:

N.º	Nombre completo	Cargo	Cedula de identidad	Firma
1.	Carlos Valle García	DIR CES	3654506	[Firma]
2.	Miladis Conde Herrera	DIR ACSyH	4201683	[Firma]
3.	Sahian Maylin Gutierrez Temo	Resp M.D.Sy	1767159	[Firma]

ANEXO 7

Aplicación de recolección de datos en base a los objetivos específicos.



Conde, M. (2023) Entrevista a Decana de la ACSyH.



Lahor, C. (2023) Entrevista a Director de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social.



Rodríguez, L. (2023) Entrevista a la Responsable de la página oficial de la ACSyH.



Balderrama, L. (2023) Entrevista a docente antiguo de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social.



Mihauchi, I. (2023) Entrevista a docente antiguo de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social.



Mamani, R. (2023) Entrevista a docente nueva de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social.

ANEXO 8

Aplicación de recolección de datos a estudiantes del colegio Cobija "A"





ANEXO 9


Aplicación de recolección de datos a estudiantes del colegio América





ANEXO 10

Solicitud de fecha y hora para la validación de instrumentos

 **Universidad Amazónica de Pando**
La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina

Cobija, 27 de septiembre de 2023

Señor (a):
M.Sc. Miladis Marilia Conde Herrera
DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS

AREA CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
Fecha: 27 SEP 2023
Hora: 15:25 Firma: Dama
Universidad Amazónica de Pando

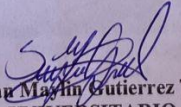
Ref.: SOLICITUD DE HORA Y FECHA PARA LA VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS Y PROPUESTA DEL TRABAJO DIRIGIDO

Distinguida decana,

Mi persona está cursando el 10mo semestre de la carrera de Comunicación Social y por lo tanto desarrollando la modalidad de Trabajo Dirigido en el Centro de prácticas sobre "ESTRATÉGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL A TRAVÉS DE REDES SOCIALES". En tal sentido solicito respetuosamente a su persona la fecha y hora para la exposición para la validación de mis instrumentos y propuesta del trabajo dirigido.

Sin otro particular, me despido no sin antes aprovechar la oportunidad para desearte éxito en las delicadas funciones que a diario desempeña.

Atentamente,


Sahian Maximiliano Gutierrez Temo
UNIVERSITARIO
R.U 28465



MCMXCIII

Edificio Rectorado: Calle Bruno Racua lado Plaza Potosí
Telf: (591-3) 842 2135 - 8422136 - 842 2193 - 842 2134 Fax (591-3) 842 2411
Campus Universitario Av. Las Palmas
Telf: (501-3) 842 2058 Fax (501-3) 842 2120

Escribiendo una nueva Historia con vos
Renovación con transparencia


ANEXO 11

Solicitud del data para exposición del plan de acción

 **Universidad Amazónica de Pando** 
"La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina"

Cobija, 31 de agosto de 2023

Señor (a):
M.Sc. Miladis Marilia Conde Herrera
DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS

AREA CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
Fecha: **31 AGO 2023**
Hora: **10:00** Firma: 
Universidad Amazónica de Pando

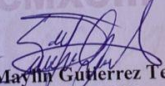
Ref.: SOLICITUD DEL DATA PARA EXPOSICIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

Distinguida decana,

El motivo de la presente es para solicitar el data show para la exposición sobre el plan de acción del trabajo dirigido que mi persona está desarrollando en la carrera de Comunicación Social, el día 01 de septiembre horas 11:00 am en las instalaciones de la biblioteca del área, con el tema denominado "ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL A TRAVÉS DE REDES SOCIALES".

Sin otro particular, me despido no sin antes aprovechar la oportunidad para desearle éxito en las delicadas funciones que a diario desempeña.

Atentamente,


Sahian Maylin Guérrez Temo
UNIVERSITARIO
R.U 28465

MCMXCIII


Edificio Rectorado: Calle Bruno Racua lado Plaza Potosí
Telf: (591-3) 842 2135 - 8422136 - 842 2193 - 842 2134 Fax (591-3) 842 2411
Campus Universitario Av. Las Palmas
Telf: (591-3) 842 3958 Fax (591-3) 842 2139

*Escribiendo una nueva Historia con
Renovación con transparencia*

Cobija - Pando - Bolivia

ANEXO 12

Solicitud de fecha y hora para la exposición del plan de acción

 **Universidad Amazónica de Pando**
"La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina" 

Cobija, 29 de agosto de 2023

Señor (a):
M.Sc. Miladis Marilia Conde Herrera
DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS

ÁREA CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
Fecha: 29 AGO 2023
Hora: 14:50
Firma: [Firma]
Universidad Amazónica de Pando


Ref.: SOLICITUD DE HORA Y FECHA PARA LA DIFUSIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

Distinguida decana,

Mi persona está cursando el 10mo semestre de la carrera de Comunicación Social y por lo tanto desarrollando la modalidad de Trabajo Dirigido en el Centro de prácticas sobre "ESTRATÉGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL A TRAVÉS DE REDES SOCIALES". En tal sentido solicito respetuosamente a su persona la fecha y hora para la exposición de mi plan de acción de trabajo dirigido.

Sin otro particular, me despido no sin antes aprovechar la oportunidad para desearte éxito en las delicadas funciones que a diario desempeña.

Atentamente,


Sahian Maylin Guérrez Temo
UNIVERSITARIO
R.U 28465


MCMXXIII


Edificio Rectorado: Calle Bruno Racua lado Plaza Potosí
Telf: (591-3) 842 2135 - 8422136 - 842 2193 - 842 2134 Fax (591-3) 842 2411
Campus Universitario Av. Las Palmas
Telf: (591-3) 842 3958 Fax (591-3) 842 2139

Escribiendo una nueva Historia con vos
Renovación con transparencia

ANEXO 13

Solicitud de difusión de flyers y videos

 **Universidad Amazónica de Pando**
La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina



Cobija, 02 de octubre de 2023

Señor (a):
M.Sc. Miladis Marilia Conde Herrera
DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS

RECIBIDO
ÁREA CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
Fecha: **02 OCT 2023**
Hora: **10:27** Firma: **Liana**
Universidad Amazónica de Pando

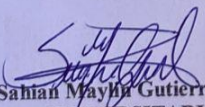
Ref.: SOLICITUD PARA LA DIFUSIÓN A TRAVEZ DE LA PÁGINA DE LA FACULTAD DE FLYERS Y VIDEOS PUBLICITARIOS


Distinguida decana,

Mi persona está cursando el 10mo semestre de la carrera de Comunicación Social y por lo tanto desarrollando la modalidad de Trabajo Dirigido en el Centro de prácticas sobre “ESTRATÉGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL A TRAVÉS DE REDES SOCIALES”. En tal sentido solicito respetuosamente a su persona el permiso para la difusión de mi propuesta que ya fueron validados, a través de la página de La facultad, para dar cumplimiento a mi plan de acción.

Sin otro particular, me despido no sin antes aprovechar la oportunidad para desearte éxito en las delicadas funciones que a diario desempeña.

Atentamente,


Sahian Mayra Gutierrez Temo
UNIVERSITARIO


Lic. Lian C. Rodriguez Alvarado
TUTORA


R.U 28465

Edificio Rectorado: Calle Bruno Racua lado Plaza Potosí
Telf: (591-3) 842 2135 - 8422136 - 842 2193 - 842 2134 Fax (591-3) 842 2411
Campus Universitario Av. Las Palmas
Telf: (501) 21 842 2050 Fax: (501) 21 842 2120

Escribiendo una nueva Historia con vos
Renovación con transparencia

ANEXO 14

Solicitud de antecedentes de la carrera de Comunicación Social

 **Universidad Amazónica de Pando**
La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina



Cobija, 30 de agosto de 2023

Señor (a):
M.Sc. Miladis Marilia Conde Herrera
DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS

AREA CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
RECIDIO
Fecha, **30 AGO 2023**
Hora, **15:40** Firma, 
Universidad Amazónica de Pando

Ref.: SOLICITUD DEL REGLAMENTO Y DE LOS ANTECEDENTES INSTITUCIONALES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Distinguida decana,

Mi persona está cursando el 10mo semestre de la carrera de Comunicación Social y por lo tanto desarrollando la modalidad de Trabajo Dirigido en el Centro de prácticas sobre “ESTRATÉGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL A TRAVÉS DE REDES SOCIALES”. En tal sentido solicito respetuosamente a su persona la documentación del reglamento y antecedentes históricos de la carrera de comunicación social, para su uso académico en mi documento de trabajo.

Sin otro particular, me despidió no sin antes aprovechar la oportunidad para deseárselo éxito en las delicadas funciones que a diario desempeña.

Atentamente,


Sahian Maylin Gutierrez Temo
UNIVERSITARIO
R.U 28465



MCMXCIII

Edificio Rectorado: Calle Bruno Racua lado Plaza Potosí
Telf: (591-3) 842 2135 - 8422136 - 842 2193 - 842 2134 Fax (591-3) 842 2411
Campus Universitario Av. Las Palmas
Telf: (591-3) 842 2058 Fax: (591-3) 842 2130

Escribiendo una nueva Historia con vos
Renovación con transparencia

ANEXO 15

Solicitud de información de la carrera de Comunicación Social



Universidad Amazónica de Pando

Cobija, 21 de septiembre de 2023

Señor (a):
Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia
DIRECTOR DE LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

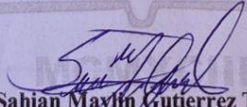
Ref.: SOLICITUD DE INFORMACIÓN DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL


Distinguido Licenciado,

Mi persona está cursando el 10mo semestre de la carrera de Comunicación Social y por lo tanto desarrollando la modalidad de trabajo dirigido en el Centro de Practicas sobre "ESTRATÉGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL A TRAVÉS DE REDES SOCIALES". En el sentido solicito respetuosamente a su persona la siguiente información: Número de estudiantes, por semestre -Número de titulados -Formas de admisión - Cantidad de docentes, especialistas, tipo de admisión - Plan de estudios, esto con la finalidad de recolectar datos para mi documento.

Sin otro particular, me despido no sin antes aprovechar la oportunidad para desearle éxito en las delicadas funciones que a diario desempeña.

Atentamente,


Sahian Maylin Gutierrez Temo
UNIVERSITARIO
R.U 28465



Edificio Rectorado: Calle Bruno Racua lado Plaza Potosí
Telf: (591-3) 842 2135 - 8422136 - 842 2193 - 842 2134 Fax (591-3) 842 2411
Campus Universitario Av. Las Palmas
Telf: (591-3) 842 3958 Fax (591-3) 842 2139

Escribiendo una nueva Historia con vos
Renovación con transparencia



FORMULARIO N° 4

MODELO DE INFORME MENSUAL DEL ESTUDIANTE

A: M.Sc. Miladis Marilia Conde Herrera

Nombre y Cargo del Director de la Institución

VIA: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia

Profesional Supervisor de la Institución

[Signature]
Lic. Carlos V. Lahor Garcia
DIRECTOR a.i.
Carrera Ciencias de la Comunicación Soci.
AREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANISTICAS
Universidad Amazónica de Pando

AREA CIENCIAS SOCIALES Y HUMANISTICAS

Fecha, 03 OCT 2023

Horas: 16:26 Firma: *[Signature]*
Universidad Amazónica de Pando

REFERENCIA: Informe mensual de actividades correspondientes al mes de agosto

FECHA: 03-10-2023

LUGAR: Centro de Practicas

Señora: Decana

Mediante la presente hago llegar a Ud. para su consideración el informe mensual de mis actividades correspondientes a los meses de Septiembre, las mismas que se detallan a continuación:

ACTIVIDADES			
PROGRAMADAS	EJECUTADAS	RESULTADOS	OBSERVACIONES
Propuestas seleccionadas de videos y flyers para la captación de nuevos estudiantes a la carrera de Comunicación Social	100%		
Presentar y validar los instrumentos y propuesta del trabajo dirigido.	100%		

Conclusiones:

Se realizaron las actividades acordes al plan de acción

Recomendaciones:

[Signature]
Sahian Maylin Gutierrez Temo
UNIVERSITARIA
R.U 28465



Universidad Amazónica de Pando

"La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina"



FORMULARIO N° 4

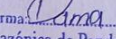
MODELO DE INFORME MENSUAL DEL ESTUDIANTE

A: M.Sc. Miladis Marilia Conde Herrera
Nombre y Cargo del Director de la Institución
VIA: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia
Profesional Supervisor de la Institución


Lic. Carlos V. Lahor Garcia
DIRECTOR a.i.
Área Ciencias de la Comunicación Social
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
Universidad Amazónica de Pando

ÁREA CIENCIAS SOCIALES
Y HUMANÍSTICAS
RECIBIDO

Fecha, **12 OCT 2023**

Hora: 11:45 Firma: 
Universidad Amazónica de Pando

REFERENCIA: Informe mensual de actividades correspondientes al mes de agosto

FECHA: 10-10-2023

LUGAR: Centro de Practicas

Señora: Decana

Mediante la presente hago llegar a Ud. para su consideración el informe mensual de mis actividades correspondientes a los meses de Octubre, las mismas que se detallan a continuación:

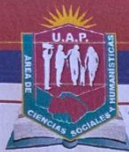
ACTIVIDADES			
PROGRAMADAS	EJECUTADAS	RESULTADOS	OBSERVACIONES
Difusión de productos	100%		

Conclusiones:

Se realizaron las actividades acordes al plan de acción

Recomendaciones:


Sahian Maylin Gutierrez Temo
UNIVERSITARIA
R.U 28465



Universidad Amazónica de Pando

"La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina"



Cobija, 24 de octubre de 2023

Señor (a):

M.Sc. Miladis Marilía Conde Herrera

DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS

AREA CIENCIAS SOCIALES
Y HUMANÍSTICAS

Fecha, 24 OCT 2023

Hora: 11:11 Firma: Dana

Universidad Amazónica de Pando

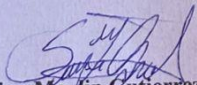
Ref.: **INFORME DE FINALIZACIÓN DEL TRABAJO DIRIGIDO**

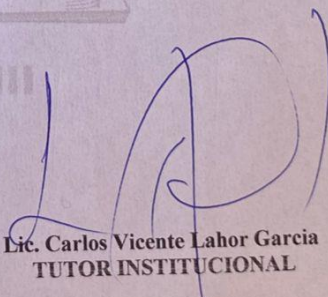
Distinguida decana,

Mi persona está cursando el 10mo semestre de la carrera de Comunicación Social y por lo tanto desarrollando la modalidad de Trabajo Dirigido en el Centro de Prácticas sobre "ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL A TRAVÉS DE REDES SOCIALES". En tal sentido se informa que se concluyó con las 300 horas académicas trabajadas que establece el reglamento para la modalidad de Trabajo Dirigido, se trabajó en 9 horas diarias de lunes a viernes, con fecha de inicio el 21 de agosto y la finalización el 9 de octubre.

Sin otro particular, me despido no sin antes aprovechar la oportunidad para desearte éxito en las delicadas funciones que a diario desempeña.

Atentamente,


Sahian Maylin Gutierrez Temo
UNIVERSITARIO
R.U 28465


Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia
TUTOR INSTITUCIONAL

Edificio Rectorado: Calle Bruno Racua lado Plaza Potosí
Telf: (591-3) 842 2135 - 8422136 - 842 2193 - 842 2134 Fax (591-3) 842 2411
Campus Universitario Av. Las Palmas
Telf: (591-3) 842 3958 Fax (591-3) 842 2139

Escribiendo una nueva Historia con v
Renovación con transparencia

Cobija - Pando - Bolivia

ANEXO 17

Registro de asistencia del Trabajo Dirigido



Universidad Amazónica de Pando

"La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina"



REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA
(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 21 de agosto			
Hora de ingreso: 08:00 am	Hora de salida: 12:00 pm	Hora de ingreso: 18:00 pm	Hora de salida: 22:00 pm
Total horas académicas: 8 horas académicas			

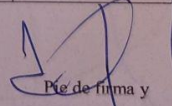
Nº	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Elaboración de díptico y flyers.	Atraer estudiantes de las promociones	Trabajo de campo.		



Sahian Maylin Gutierrez Temo



Seño de la institución



Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia
DIRECTOR a.i.
Carrera Ciencias de la Comunicación Social
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
Universidad Amazónica de Pando

Edificio Rectorado: Calle Bruno Racua lado Plaza Potosí
 Telf: (591-3) 842 2135 - 8422136 - 842 2193 - 842 2134 Fax (591-3) 842 2411
 Campus Universitario Av. Las Palmas

Escribiendo una nueva Historia con vos



Universidad Amazónica de Pando

"La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina"



REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA

(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 22 de Agosto			
Hora de ingreso: 08:00 am	Hora de salida: 12:00 pm	Hora de ingreso: 18:00pm	Hora de salida: 22:00pm
Total horas académicas: Ocho horas			

Nº	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
3	Difusión de los folios y dípticos	Atraer estudiantes de las Promociones	Trabajo de campo.		


Universitaria

Sahian Maylin Gutierrez Temo



Sello de la institución


Pte de firma y
Lic. Carlos V. Lahor Garcia
firmado por el supervisor
Carrera Ciencias de la Comunicación Social
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
Universidad Amazónica de Pando

Edificio Rectorado: Calle Bruno Racua lado Plaza Potosí
Telf: (591-3) 842 2135 - 8422136 - 842 2193 - 842 2134 Fax (591-3) 842 2411
Campus Universitario Av. Las Palmas

Escribiendo una nueva Historia con vos



Universidad Amazónica de Pando



"La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Purutina"

REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA

(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 23 de agosto			
Hora de ingreso: 08:00 am	Hora de salida: 12:00 pm	Hora de ingreso: 18:00 pm	Hora de salida: 22:00 pm
Total horas académicas: ocho horas			

Nº	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Revisión de información sobre la carrera de Comunicación Social.	Competencia información	Institucional	Zanace diagnostico	

Sahian Maylin Gutierrez Temo

Sahian Maylin Gutierrez Temo



Carlos V. Lahor Garcia

Pie de firma y
Lic. Carlos V. Lahor Garcia
firma del Supervisor
Carrera Ciencias de la Comunicación Social
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
Universidad Amazónica de Pando



Universidad Amazónica de Pando

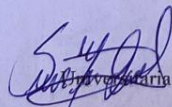
"La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina"



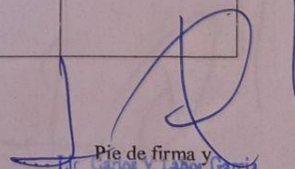
REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA (Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 24 de agosto			
Hora de ingreso: 08:00 am	Hora de salida: 12:00 pm	Hora de ingreso: 18:00 pm	Hora de salida: 22:00 pm
Total horas académicas: ocho horas académicas			

Nº	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Revisión de información sobre la carrera de Comunicación Social.	Completar información	institucional	avance del diagnóstico	


Sahian Maylin Gutierrez Temo




Pie de firma y
Lic. Carlos V. Lahor Garcia
DIRECTOR a.i.
firma del supervisor
CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
Universidad Amazónica de Pando



Universidad Amazónica de Pando


La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina



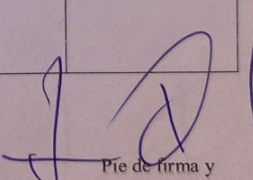
REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA
(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 25 de agosto			
Hora de ingreso: 08:00 am	Hora de salida: 12:00 pm	Hora de ingreso: 18:00 pm	Hora de salida: 23:00 pm
Total horas académicas: nueve horas			

Nº	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Revisión de información sobre la Carrera de Comunicación Social	Completar información	Institucional	Avance del diagnóstico	


Sahian Maylin Gutierrez Temo




Pie de firma y
Lic. Carlos V. Lahor Garcia
DIRECTOR a.i.
Carrera de Ciencias de la Comunicación Social
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
UNIVERSIDAD AMAZONICA DE PANDO



Universidad Amazónica de Pando



La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina

REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA
(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 28 de agosto			
Hora de ingreso:	Hora de salida:	Hora de ingreso:	Hora de salida:
08:00 am	12:00 pm	01:00 pm	23:00 pm
Total horas académicas: nueve horas			

Nº	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Entrevistas con responsable de la Carrera	diagnosticar la situación actual	trabajo de campo	Avance del diagnóstico	

[Signature]
Universitaria

Sahian Maylin Gutierrez Temo



Sello de la institución

[Signature]
Pie de firma y

firma del supervisor
Lic. Carlos V. Lahor Garcia
DIRECTOR a.i.

Carrera Ciencias de la Comunicación Social
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICA
Universidad Amazónica de Pando

Edificio Rectorado: Calle Bruno Racua lado Plaza Potosí
Telf: (591-3) 842 2135 - 8422136 - 842 2193 - 842 2134 Fax (591-3) 842 2411
Campus Universitario Av. Las Palmas

Escribiendo una nueva Historia con vos



Universidad Amazónica de Pando

"La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina"



REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA

(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

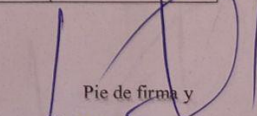
Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 29 de agosto			
Hora de ingreso: 08:00 am	Hora de salida: 12:00 pm	Hora de ingreso: 1:00 pm	Hora de salida: 22:00 pm
Total horas académicas: ocho horas			

Nº	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Entrevistas con responsable del área	diagnosticar situación actual	trabajo de campo	avance del diagnostico	


Universitaria

Sahian Maylin Gutierrez Temo




Pie de firma y

Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia
DIRECTOR
Carrera Ciencias de la Comunicación Soc.
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
Universidad Amazónica de Pando



Universidad Amazónica de Pando

"La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Panduna"



REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA

(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 30 de agosto			
Hora de ingreso: 08:00 am	Hora de salida: 12:00 pm	Hora de ingreso: 1:00 pm	Hora de salida: 2:00 pm
Total horas académicas: nueve horas			

Nº	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Entrevista pública externa		trabajo de campo	Avance del diagnóstico	


 Sahian Maylin Gutierrez Temo




 Pie de firma y
 Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia
 DIRECTOR a.i.
 Carrera Ciencias de la Comunicación Social
 AREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANISTICAS
 Universidad Amazónica de Pando

Edificio Rectorado: Calle Bruno Racua lado Plaza Potosí
 Telf: (591-3) 842 2135 - 8422136 - 842 2193 - 842 2134 Fax (591-3) 842 2411
 Campus Universitario Av. Las Palmas

Escribiendo una nueva Historia con vos



Universidad Amazónica de Pando

"La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina"



**REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA
(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)**

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 31 de agosto			
Hora de ingreso: 08:00 am	Hora de salida: 12:00 pm	Hora de ingreso: 18:00 pm	Hora de salida: 23:00 pm
Total horas académicas: nueve horas			

Nº	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Entrevista pública externa		Trabajo de campo	Avance del diagnóstico	

Sahian Maylin Gutierrez Temo
Universitaria

Sahian Maylin Gutierrez Temo



Sello de la institución

Carlos Vicente Lahor Garcia
Pie de firma y

Carlos Vicente Lahor Garcia
DIRECTOR a.i.
Carrera Ciencias de la Comunicación Social
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
Universidad Amazónica de Pando



Universidad Amazónica de Pando



La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina

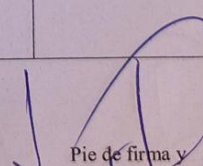
REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA
(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 01 de Septiembre			
Hora de ingreso: 08:00 am	Hora de salida: 12:00 pm	Hora de ingreso: 1:00 pm	Hora de salida: 2:00 pm
Total horas académicas: nueve horas			

Nº	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Entrevista al pueblo externo		Trabajo de campo	Avance diagnóstico	


Sahian Maylin Gutierrez Temo




Pie de firma y
Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia
DIRECTOR a.i.
Carrera Ciencias de la Comunicación Social
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
Universidad Amazónica de Pando



Universidad Amazónica de Pando

"La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina"



REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA

(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 04 de septiembre			
Hora de ingreso: 08:00 am	Hora de salida: 12:00 pm	Hora de ingreso: 1:00 pm	Hora de salida: 2:00 pm
Total horas académicas: nueve horas			

N°	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Elaboración de flyers		Contenido multimedia	Avance Propuesta	

Universitaria
 Sahian Maylin Gutierrez Temo



Pte de firma y
 Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia
 DIRECTOR a.i.
 firma del supervisor
 Carrera Ciencias de la Comunicación Social
 AREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
 Universidad Amazónica de Pando

Edificio Rectorado: Calle Bruno Racua lado Plaza Potosí
 Telf: (591-3) 842 2135 - 8422136 - 842 2193 - 842 2134 Fax (591-3) 842 2411
 Campus Universitario Av. Las Palmas

Escribiendo una nueva Historia con vos



Universidad Amazónica de Pando

La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina



REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA (Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 05 de septiembre			
Hora de ingreso: 08:00 am	Hora de salida: 12:00 pm	Hora de ingreso: 18:00 pm	Hora de salida: 23:00 pm
Total horas académicas: nueve horas			

Nº	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Elaboración de flyers		Contenido multimedia	Avance Propuesta	

[Firma]
Universitaria

Sahian Maylin Gutierrez Temo



Sello de la institución

[Firma]
Firma de firma y

Firma del supervisor
Lic. Carlos V. Lahor Garcia
DIRECTOR a.i.
Carrera Ciencias de la Comunicación Soc.
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
Universidad Amazónica de Pando

Edificio Rectorado: Calle Bruno Racua lado Plaza Potosí
Telf: (591-3) 842 2135 - 8422136 - 842 2193 - 842 2134 Fax (591-3) 842 2411
Campus Universitario Av. Las Palmas

Escribiendo una nueva Historia con vos



Universidad Amazónica de Pando

"La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina"



REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA
(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 06 de septiembre			
Hora de ingreso: 08:00 am	Hora de salida: 12:00 pm	Hora de ingreso: 10:00 pm	Hora de salida: 23:00 pm
Total horas académicas: nueve horas			

N°	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Elaboración de flyers		Contenido multimedia	Avance Propuesta	

Universitaria

Sahian Maylin Gutierrez Temo



Pie de firma y
Firma del supervisor

DIRECTOR a.i.
Carrera Ciencias de la Comunicación Soci-
AREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIS-
Universidad Amazónica

Edificio Rectorado: Calle Bruno Racua lado Plaza Potosí
Telf: (591-3) 842 2135 - 8422136 - 842 2193 - 842 2134 Fax (591-3) 842 2411
Campus Universitario Av. Las Palmas

Escribiendo una nueva Historia con vos



Universidad Amazónica de Pando

"La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina"



REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA
(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 07 de septiembre			
Hora de ingreso: 08:00 am	Hora de salida: 12:00 pm	Hora de ingreso: 15:00 pm	Hora de salida: 23:00 pm
Total horas académicas: nueve horas			

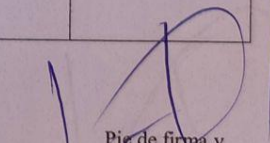
Nº	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Elaboración de flyers		Contenido multimedia	Avance propuesta.	


Universitaria

Sahian Maylin Gutierrez Temo



Sello de la institución


Pic de firma y
Lic. Carlos V. Lahor Garcia

firma del supervisor
Carrera Ciencias de la Comunicación Social
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
Universidad Amazónica de Pando

Edificio Rectorado: Calle Bruno Racua lado Plaza Potosí
Telf: (591-3) 842 2135 - 8422136 - 842 2193 - 842 2134 Fax (591-3) 842 2411
Campus Universitario Av. Las Palmas

Escribiendo una nueva Historia con vos



REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA
(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 08 de septiembre			
Hora de ingreso: 08:00 a.m	Hora de salida: 12:00 p.m	Hora de ingreso: 1:00 p.m	Hora de salida: 23:00 p.m
Total horas académicas: nueve horas			

Nº	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Elaboración de flyers		Contenido Multimedia	Avance Propuesta.	

Universitaria
Sahian Maylin Gutierrez Temo



Pie de firma y
Lic. Carlos V. Lahor Garcia
firmado Supervisor
Carrera Ciencias de la Comunicación Social
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
Universidad Amazónica de Pando



REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA

(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 11 de septiembre			
Hora de ingreso: 08:00 am	Hora de salida: 12:00 pm	Hora de ingreso: 18:00 pm	Hora de salida: 23:00 pm.
Total horas académicas: nueve horas			

N°	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Elaboración de Flyres		Contenido multimedia	avance propuesta.	

Sahian Maylin Gutierrez Temo
Universitaria

Sahian Maylin Gutierrez Temo



Lic. Carlos V. Lahor Garcia
Lic. Carlos V. Lahor Garcia
DIRECTOR a.i.
Carrera de Comunicación Social
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
Universidad Amazónica de Pando



Universidad Amazónica de Pando

"La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina"



REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA
(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 12 de septiembre.			
Hora de ingreso: 08:00 am	Hora de salida: 12:00 pm	Hora de ingreso: 18:00 pm	Hora de salida: 23:00 pm
Total horas académicas: nueve horas			

Nº	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Elaboración de videos		Contenido multimedia	Cuance propuesta.	

Universitaria

Sahian Maylin Gutierrez Temo



Pia de firma y
Lic. Carlos V. Lahor Garcia
DIRECTOR a.i.
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
Universidad Amazónica de Pando

Edificio Rectorado: Calle Bruno Racua lado Plaza Potosí
Telf: (591-3) 842 2135 - 8422136 - 842 2193 - 842 2134 Fax (591-3) 842 2411
Campus Universitario Av. Las Palmas

Escribiendo una nueva Historia con vos



Universidad Amazónica de Pando

"La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina"



REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA
(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 13 de septiembre			
Hora de ingreso: 08:00 am	Hora de salida: 12:00 pm	Hora de ingreso: 18:00 pm	Hora de salida: 23:00 pm
Total horas académicas: nueve horas			

Nº	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Elaboración de videos		Contenido multimedia	Avance propuesta.	

Universitaria

Sahian Maylin Gutierrez Temo



Pie de firma y
Lic. Carlos V. Lahor Garcia
firma del supervisor
Carrera Ciencias de la Comunicación Social
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
Universidad Amazónica de Pando

Edificio Rectorado: Calle Bruno Racua lado Plaza Potosí
Telf: (591-3) 842 2135 - 8422136 - 842 2193 - 842 2134 Fax (591-3) 842 2411
Campus Universitario Av. Las Palmas

Escribiendo una nueva Historia con vos



REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA
(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 14 de septiembre			
Hora de ingreso: 08:00 am	Hora de salida: 12:00 pm	Hora de ingreso: 18:00 pm	Hora de salida: 23:00 pm
Total horas académicas: nueve horas			

N°	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Elaboración de videos		Contenido multimedia	Avance propuesta.	

[Signature]
Universitaria

Sahian Maylin Gutierrez Temo



[Signature]
Supervisor Institucional

Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia
DIRECTOR a.i.
de la Organización Social
de la Carrera de Ciencias Sociales y Humanísticas
Universidad Amazónica de Pando



Universidad Amazónica de Pando

"La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina"



REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA (Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 15 de Septiembre			
Hora de ingreso: 08:00 am	Hora de salida: 12:00 pm	Hora de ingreso: 19:00 pm	Hora de salida: 23:00 pm
Total horas académicas: nueve horas			

Nº	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Elaboración de videos.		Contenido Multimedia	avance propuesta	

Universitaria

Sahian Maylin Gutierrez Temo



Lic. Carlos Lahor Garcia
DIRECTOR a.i.
Carrera Ciencias de la Comunicación Social
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
Universidad Amazónica de Pando

Edificio Rectorado: Calle Bruno Racua lado Plaza Potosí
Telf: (591-3) 842 2135 - 8422136 - 842 2193 - 842 2134 Fax (591-3) 842 2411
Campus Universitario Av. Las Palmas

Escribiendo una nueva Historia con vos



Universidad Amazónica de Pando

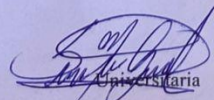
"La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina"



REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA
(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 18 de Septiembre			
Hora de ingreso: 08:00 am	Hora de salida: 12:00 pm	Hora de ingreso: 18:00 pm	Hora de salida: 23:00 pm
Total horas académicas: nueve horas			

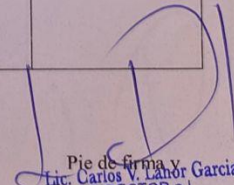
Nº	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Elaboración de videos		Contenido multimedia	Avance propuesta	


Universitaria

Sahian Maylin Gutierrez Temo



Supervisor de la graduación



Pie de firma y
Lic. Carlos V. Lahor Garcia
DIRECTOR a.i.
Carrera de Comunicación Social
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
Universidad Amazónica de Pando



Universidad Amazónica de Pando

"La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina"

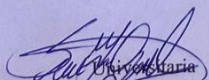


REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA

(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 19 de septiembre			
Hora de ingreso:	Hora de salida:	Hora de ingreso:	Hora de salida:
08:00 am	12:00 pm	18:00 pm	23:00 pm
Total horas académicas: nueve horas			

N°	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Elaboración de videos		Contenido multimedia	Avance propuesta	


Universitaria

Sahian Maylin Gutierrez Temo



Sello de la institución

Pie de firma y

Lic. Carlos V. Lahor Garcia
firma del supervisor

Carrera Ciencias de la Comunicación Social
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
Universidad Amazónica de Pando

Edificio Rectorado: Calle Bruno Racua lado Plaza Bolívar
Telf: (591-3) 842 2135 - 8422136 - 842 2193 - 842 2134 Fax: (591-3) 842 2411
Campus Universitario Av. Las Palmas

Escribiendo una nueva Historia con vos



Universidad Amazónica de Pando

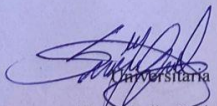
"La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina"



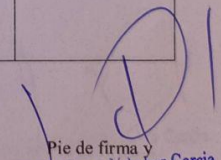
**REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA
(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)**

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 20 de Septiembre			
Hora de ingreso: 08:00 am	Hora de salida: 12:00 pm	Hora de ingreso: 18:00 pm	Hora de salida: 23:00 pm
Total horas académicas: nueve horas			

N°	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Elaboracion de Flytes		Contenido multimedia	Avance propuesta	


 Universitaria
 Sahian Maylin Gutierrez Temo




 Pie de firma y
 Lic. Carlos V. Lahor Garcia
 Firma del Supervisor
 Carrera de Comunicación Social
 Área de Ciencias Sociales y Humanísticas
 Universidad Amazónica de Pando



Universidad Amazónica de Pando

La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina



REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA
(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 21 de septiembre			
Hora de ingreso:	Hora de salida:	Hora de ingreso:	Hora de salida:
08:00 am	12:00 pm		
Total horas académicas: Cuatro horas			

Nº	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Elaboración de Flyers		Plantando multimedia	Avance propuesto	

Universitaria
Sahian Maylin Gutierrez Temo



Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia
DIRECTOR a.i.
Carrera Ciencias de la Comunicación Social
Área de Ciencias Humanísticas
Universidad Amazónica de Pando



Universidad Amazónica de Pando

La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina



REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA (Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 22 de septiembre			
Hora de ingreso: 08:00 am	Hora de salida: 12:00 pm	Hora de ingreso:	Hora de salida:
Total horas académicas:			

Nº	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Elaboración de videos		Contenido multimedia	Avance propuesta	

Supervisaria
Sahian Maylin Gutierrez Temo



Lic. Carlos V. Lahor Garcia
DIRECTOR a.i.
Carrera Ciencias de la Comunicación Social
firmado el supervisor
Universidad Amazónica de Pando

Edificio Rectorado: Calle Bruno Racua lado Plaza Potosí
Telf: (591-3) 842 2135 - 8422136 - 842 2193 - 842 2134 Fax (591-3) 842 2411
Campus Universitario Av. Las Palmas

Escribiendo una nueva Historia con vos



Universidad Amazónica de Pando

"La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Paraitina"



REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA

(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 26 de septiembre			
Hora de ingreso: 08:00 am	Hora de salida: 12:00 pm	Hora de ingreso: 18:00 pm	Hora de salida: 23:00 pm
Total horas académicas: nueve horas			

Nº	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Elaboración de Flyres		Contenido multimedia	avance propuesta.	

Sahian Maylin Gutierrez Temo
Universitaria

Sahian Maylin Gutierrez Temo



Supervisor Institucional

Carlos Vicente Lahor Garcia
Supervisor Institucional

Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia
DIRECTOR a.i.
Carrera de Comunicación Social
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
Universidad Amazónica de Pando



Universidad Amazónica de Pando

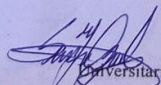
"La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandura"



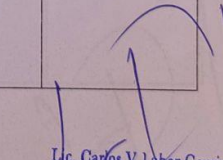
REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA (Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 27 de septiembre			
Hora de ingreso: 08:00 am	Hora de salida: 12:00 pm	Hora de ingreso: 18:00 pm	Hora de salida: 23:00 pm
Total horas académicas:			

Nº	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Elaboración de Flyers		Contenido multimedia	avance propuesta	


 Universitaria
 Sahian Maylin Gutierrez Temo




 Lic. Carlos V. Lahor Garcia
 Profesor y Supervisor
 Carrera Ciencias de la Comunicación Social
 Área de Ciencias Sociales y Humanísticas
 Universidad Amazónica de Pando



Universidad Amazónica de Pando

La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina



REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA
(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 28 de septiembre			
Hora de ingreso:	Hora de salida:	Hora de ingreso:	Hora de salida:
08:00 am	12:00 pm	18:00 pm	23:00 pm
Total horas académicas:			

Nº	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Validación propuesta.		Institucional	Ausencia plan de acción	

Sahian Maylin Gutierrez Temo
Universitaria

Sahian Maylin Gutierrez Temo



Sello de la institución

Carlos Vicente Lahor Garcia
Lic. Carlos V. Lahor Garcia

RECTOR a.i.
Carrera Ciencias de la Comunicación Social
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES
Universidad Amazónica de Pando

Edificio Rectorado: Calle Bruno Racua lado Plaza Potosí
Telf: (591-3) 842 2135 - 8422136 - 842 2193 - 842 2134 Fax (591-3) 842 2411
Campus Universitario Av. Las Palmas

Escribiendo una nueva Historia con vos



Universidad Amazónica de Pando

"La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina"



REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA
(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 28 de septiembre			
Hora de ingreso:	Hora de salida:	Hora de ingreso:	Hora de salida:
08:00 am	12:00 pm	18:00 pm	23:00 pm
Total horas académicas:			

Nº	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Validación propuesta.		Institucional	Avance plan de acción	

Sahian Maylin Gutierrez Temo
Universitaria
Sahian Maylin Gutierrez Temo



Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia
DIRECTOR a.i.
Carrera Ciencias de la Comunicación Social
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
Universidad Amazónica de Pando

Edificio Rectorado: Calle Bruno Racua lado Plaza Potosí.
Telf: (591-3) 842 2135 - 8422136 - 842 2193 - 842 2134 Fax (591-3) 842 2411
Campus Universitario Av. Las Palmas

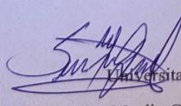
Escribiendo una nueva Historia con vos



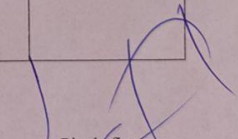
REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA
(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 29 de septiembre			
Hora de ingreso:	Hora de salida:	Hora de ingreso:	Hora de salida:
08:00 am	12:00 pm	18:00 pm	23:00 pm
Total horas académicas:			

Nº	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Corrección de flyer.		Institución	avance de Plan de acción	


 Universitaria
 Sahian Maylin Gutierrez Temo




 Pie de firma y
 Lic. Carlos V. Lahor Garcia
 DIRECTOR
 Área de Ciencias Sociales y Humanísticas
 Universidad Amazónica de Pando



Universidad Amazónica de Pando

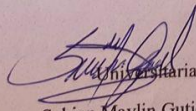
"La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina"



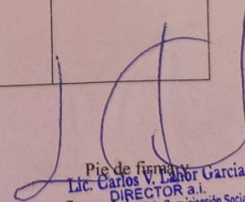
REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA
(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 02 de octubre			
Hora de ingreso: 08:00 am	Hora de salida: 12:00 pm	Hora de ingreso: 18:00 pm	Hora de salida: 23:00 pm
Total horas académicas: nueve horas			

Nº	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Difusión de propuesta.		Contenido Multimedia		


Universitaria
Sahian Maylin Gutierrez Temo




Pie de firma
Lic. Carlos V. Lahor Garcia
DIRECTOR a.i.
CARRERA DE COMUNICACION SOCIAL
AREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANISTICAS
Universidad Amazónica de Pando



Universidad Amazónica de Pando

"La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina"



REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA

(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 03 de octubre			
Hora de ingreso:	Hora de salida:	Hora de ingreso:	Hora de salida:
08:00 am	12:00 pm	10:00 pm	23:00 pm
Total horas académicas: nueve horas			

N°	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Difusión de Propuesta		Contenido no fundado		

[Handwritten signature]
Universitaria

Sahian Maylin Gutierrez Temo



Sello de la institución

[Handwritten signature]
Pie de firma y

Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia
DIRECTOR a.i.
Carrera Ciencias de la Comunicación Social
AREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANISTICAS
Universidad Amazónica de Pando



Universidad Amazónica de Pando

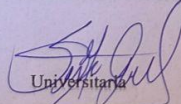
"La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina"



REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA
(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 04 de octubre			
Hora de ingreso: 05:00 am	Hora de salida: 12:00 pm	Hora de ingreso: 18:00 pm	Hora de salida: 23:00 pm
Total horas académicas: nueve horas			

N°	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Difusión de Propuesta		Reduccion multimedia		


Universitaria
Sahian Maylin Gutierrez Temo




Pie de firma y
Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia
DIRECTOR a.i.
Carrera Ciencias de la Comunicación Social
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
Universidad Amazónica de Pando



Universidad Amazónica de Pando

"La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina"



REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA
(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 05 de octubre			
Hora de ingreso: 08:00 am	Hora de salida: 12:00 pm	Hora de ingreso: 18:00 pm	Hora de salida: 23:00 pm
Total horas académicas: Nueve horas			

Nº	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Difusión de Propuesta		Contenido muhmeda		

Sahian Maylin Gutierrez Temo
Universitaria
Sahian Maylin Gutierrez Temo



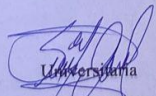
Carlos V. Lahor Garcia
Lic. Carlos V. Lahor Garcia
Título de Supervisor
Carrera Ciencias de la Comunicación Social
Área de Ciencias Sociales y Humanísticas
Universidad Amazónica de Pando



REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA
(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 06 de octubre			
Hora de ingreso:	Hora de salida:	Hora de ingreso:	Hora de salida:
08:00 am	12:00 pm	18:00 pm	23:00 pm
Total horas académicas: nueve horas			

N°	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Defusión de Propuesta		Contenido Multimediales		


Universitaria
Sahian Maylin Gutierrez Temo




Pie de firma y
Lic. Carlos V. Lahor Garcia
Supervisor
Carrera Ciencias de la Comunicación Social
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
Universidad Amazónica de Pando



Universidad Amazónica de Pando


"La preservación de la Amazonia es parte de la subsistencia de la vida, del progreso y desarrollo de la bella tierra Pandina"



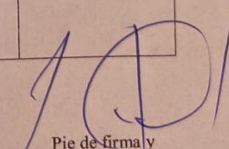
REGISTRÓ DIARIO DE ASISTENCIA
(Modalidad de Graduación: Trabajo Dirigido)

Universitaria: Sahian Maylin Gutierrez Temo			
Supervisor Institucional: Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia			
Institución: Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Comunicación Social			
Unidad: Centro de Prácticas			
Fecha: 09 de octubre			
Hora de ingreso: 08:00 am	Hora de salida: 12:00 pm	Hora de ingreso: 18:00 pm	Hora de salida: 23:00 pm
Total horas académicas: Nueve horas			

Nº	Actividad	Objetivo	Contexto	Resultados	Observaciones
	Defensa de propuesta		Contexto multimedia		


 Sahian Maylin Gutierrez Temo




 Pie de firma y
 Lic. Carlos V. Lahor Garcia
 Carrera Ciencias de la Comunicación Social
 Área de Ciencias Sociales y Humanísticas
 Universidad Amazónica de Pando

ANEXO 18

Videos promocionales de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social.



ANEXO 19

Flyers promocionales a la Carrera de Comunicación Social

