



Universidad de Guayaquil

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL

“DIFUSIÓN DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL ENTRE LOS ESTUDIANTES DE LAS INSTITUCIONES FISCALES DE GUAYAQUIL”.

AUTORA: LISSETTE KASSANDRA AVILES TOALA

TUTORA: ROCÍO ALARCÓN QUIÑONEZ

GUAYAQUIL, 2017



Universidad de Guayaquil

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes

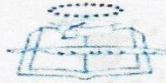


SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	“DIFUSIÓN DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL ENTRE LOS ESTUDIANTES DE LAS INSTITUCIONES FISCALES DE GUAYAQUIL”.		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	AVILES TOALA LISSETTE KASSANDRA		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	ALARCON QUIÑONEZ ROCIO		
INSTITUCIÓN:	UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL		
UNIDAD/FACULTAD:	COMUNICACIÓN SOCIAL		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	COMUNICACIÓN SOCIAL		
GRADO OBTENIDO:			
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. DE PÁGINAS:	
ÁREAS TEMÁTICAS:	CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	COMUNICACIÓN SOCIAL, DIFUSIÓN, CONOCIMIENTO, CARRERA, GUÍA INFORMATIVA.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	El actual proyecto de titulación tiene como objetivo Analizar el conocimiento sobre la carrera de Comunicación Social en el Tercer año de Bachillerato del Colegio Mixto Fiscal Martha Bucaram de Roldós. En base a este objetivo hemos realizado nuestra investigación donde hemos puesto en práctica todo lo aprendido en clases, utilizando una metodología descriptiva, con un enfoque cuantitativo para la recopilación de datos y utilizando encuestas realizadas a los estudiantes para encontrar una solución a la problemática de la poca o nada difusión de la carrera de Comunicación Social. Por consiguiente se realizó una propuesta de una guía informativa donde el estudiante encontrara toda la información necesaria sobre la carrera de Comunicación Social de todas las universidades del país.		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 3080202-0959428316		E-mail: lissetteaviles1993@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: LCDA. ALARCON QUIÑONEZ ROCIO		
	Teléfono:		
	E-mail: narelo555_95@hotmail.com		



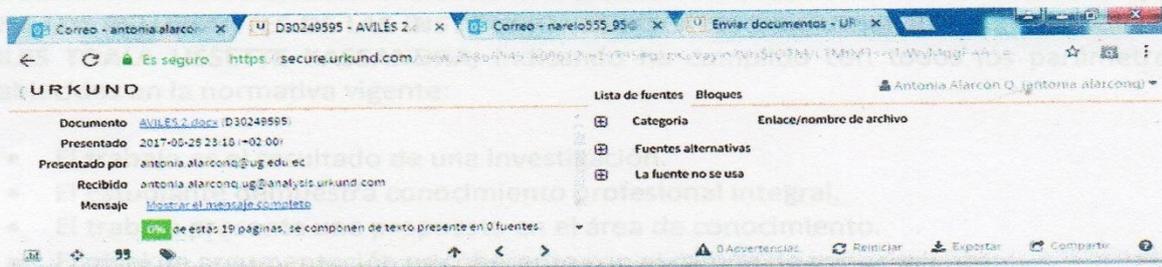
Universidad de Guayaquil

FACULTAD COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA/CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL

UNIDAD DE TITULACIÓN CERTIFICADO PORCENTAJE DE
SIMILITUD

Habiendo sido nombrada, MSc. Rocío Alarcón Quiñonez, tutora del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por, AVILES TOALA LISSETTE KASSANDRA, C.C. 0927212522 con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciado en Comunicación Social.

Se informa que el trabajo de titulación: “ESTUDIO DEL CONOCIMIENTO SOBRE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL QUE TIENEN LOS ESTUDIANTES DE LAS INSTITUCIONES FISCALES DE GUAYAQUIL”, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio (urkund) quedando el 0% de coincidencia.



INTRODUCCION

El presente trabajo de investigación nace con la finalidad de realizar un Análisis del conocimiento sobre la carrera de Comunicación Social que tienen los estudiantes del tercer año de Bachillerato del Colegio Bixio Fiscal Martha Bucaram de Roldos, quienes tienen poco o nula difusión sobre la carrera de Comunicación Social antes de realizar su prueba de bachiller para postular sus opciones de carrera en su estudio de tercer nivel.

En la actualidad la poca información que tienen sobre las carreras los estudiantes del último año del bachillerato es uno de los problemas con los que lidian los estudiantes que quieren ingresar a la universidad pública o privada, por lo cual nace una interrogante ante la necesidad de que los estudiantes del bachillerato tengan una guía informativa que les permita conocer un poco más sobre la carrera de Comunicación Social y así poder

<https://secure.urkund.com/view/29866545-408672-619795#q1bKLVayio7VUSrOTM/LTMtMTsxLTIWymGgFAA==>

MSc. ROCIO ALARCÓN Q.
C.I. 0906813662



Universidad de Guayaquil

**FACULTAD COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN**

Guayaquil, Agosto 30 de 2017

Lic. Julio César Armanza, MSc.
DIRECTOR CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
FACULTAD COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad.-

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación "**Estudio del conocimiento de la carrera de comunicación en estudiantes de inst. fiscales**" del (los) estudiante (s) **Avilés Toala Lissette Kassandra**, indicando ha (n) cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que el (los) estudiante (s) está (n) apto (s) para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

MSc. Rocío Alarcón Quiñónez
TUTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN

C.I. 0906813662



Universidad de Guayaquil

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA/CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
Unidad de Titulación

Guayaquil, Agosto 30 del 2017

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR

Habiendo sido nombrado **JOSÉ PEÑAFIEL GALARZA**, tutor del trabajo de titulación **Estudio del conocimiento sobre la Carrera de Comunicación Social que tiene los estudiantes de las instituciones fiscales de Guayaquil** certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por **Lissette Kassandra Aviles Toala**, con C.I. No. **0927212522**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**, en la **CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

DOCENTE TUTOR REVISOR

C.I. No. 0915119556

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL
USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**

Yo, **LISSETTE KASSANDRA AVILES TOALA** con C.I. No. **0927212522**, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es **“ESTUDIO DEL CONOCIMIENTO SOBRE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL QUE TIENE LOS ESTUDIANTES DE LAS INSTITUCIONES FISCALES DE GUAYAQUIL”** son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente.

LISSETTE KASSANDRA AVILES TOALA
C.I. No. 0927212522

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios que me dio la sabiduría necesaria para poder culminar mis estudios, a Maritza Toala y Julio Aviles quienes han estado a mi lado apoyándome en todo el proceso de estudios de tercer nivel, a los miembros de mi familia que aunque estén lejos han estado presente en cada paso que he dado en la carrera universitaria, a mis maestros quienes compartieron sus conocimientos a lo largo de estos 4 años de estudios, a mi tutora Lcda. Roció Alarcón Q, que tuvo la paciencia y la capacidad de explicarme cada una de las dudas que tuve, a mi tía Jennifer Albán quien también aportó mucha información de la tesis y sobre todo este trabajo está dedicado a mi abuelo JOSE EMILIO AVILES JARAMILLO al que le hice la promesa de ser una profesional y continuar mis estudios.

Atentamente, Lissette Kassandra Aviles Toala

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a DIOS por siempre poner las mejores ideas en mi mente, por darme las fuerzas y la sabiduría durante mis estudios, agradecer a mis padres quienes han estado en cada decisión tomada a mi tutora quien tuvo mucha paciencia y las palabras indicadas al momento de despejar mis dudas, pero sobre todo les agradezco a todas las personas que no creyeron en mí y que en algún momento me dieron la espalda a todos les agradezco ya que por eso he tenido las fuerzas para culminar mis estudios.

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

DEDICATORIA.....	vii
AGRADECIMIENTO.....	viii
TABLA DE CONTENIDO.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURA.....	xii
INDICE DE IMÁGENES.....	xiii
INDICE DE APENDICE O ANEXOS.....	xiv
RESUMEN.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I	
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:.....	2
1.2. FORMULACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA:.....	3
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.....	3
1.4. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION.....	4
1.5. DELIMITACION.....	5
1.6. HIPOTESIS.....	5
CAPITULO II	
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION.....	6
2.2. MARCO TEORICO.....	6
2.3. MARCO CONTEXTUAL.....	9
2.3.1. OFERTAS ACADEMICAS.....	10
2.4. MARCO CONCEPTUAL.....	26
2.5. MARCO LEGAL.....	30
CAPITULO III	
3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACION.....	33
3.2. TIPO DE INVESTIGACION.....	33
3.3. METODOLOGIA.....	33
3.4. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION.....	34
3.5. POBLACION Y MUESTRA.....	34
3.6. ANALISIS DE LOS RESULTADOS DE LOS INSTRUMENTOS APLICADOS.....	34

CAPITULO IV

4.1.	TITULO DE LA PROPUESTA.....	43
4.2.	INTRODUCCIÓN.....	43
4.3.	OBJETIVOS.....	43
4.3.1	OBJETIVO GENERAL.....	43
4.3.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	43
4.4.	DESTINATARIOS.....	43
4.5.	UBICACIÓN SECTORIAL.....	43
4.6.	CONTENIDO DE LA PROPUESTA.....	44
4.7	PLAN DE ACCION.....	45
4.8.	PRESUPUESTO DE LA PROPUESTA.....	46
4.9.	DIAGRAMA DE LA GUÍA.....	47
4.10.	CONTENIDO.....	48
	CONCLUSIONES.....	50
	RECOMENDACIONES.....	50
	BIBLIOGRAFÍA.....	51
	ANEXOS.....	53

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Malla Curricular Universidad de Guayaquil.....	10
Tabla 2. Malla Curricular Universidad Tecnológica Equinoccial.....	11
Tabla 3. Malla Curricular Universidad Metropolitana.....	12
Tabla 4. Malla Curricular Universidad Nacional de Loja.....	13
Tabla 5. Malla Curricular Universidad Politécnica Salesiana.....	14
Tabla 6. Malla Curricular Universidad Católica Santiago de Guayaquil.....	15
Tabla 7. Malla Curricular Universidad San Francisco de Quito.....	17
Tabla 8. Malla Curricular Universidad ECOTEC.....	18
Tabla 9. Malla Curricular Universidad Técnica Particular de Loja.....	19
Tabla 10. Malla Curricular Universidad Pontifica Católica del Ecuador.....	20
Tabla 11. Malla Curricular Tecnológico ITV.....	22
Tabla 12. Malla Curricular Universidad de las Américas.....	23
Tabla 13. Malla Curricular Universidad Internacional del Ecuador.....	24
Tabla 14. Malla Curricular Universidad Casa Grande.....	25
Tabla 15. Resultado de la Pregunta #4.....	36
Tabla 16. Resultado de la Pregunta #5.....	37
Tabla 17. Resultado de la Pregunta #6.....	38
Tabla 18. Resultado de la Pregunta #7.....	39
Tabla 19. Resultado de la Pregunta #8.....	40
Tabla 20. Resultado de la Pregunta #9.....	41
Tabla 21. Resultado de la Pregunta #10.....	42
Tabla 22. Equipo de Acción.....	45
Tabla 23. Plan de Acción.....	45
Tabla 24. Presupuesto.....	46

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1. Resultado Pregunta # 4.....	36
Figura 2. Resultado Pregunta # 5.....	37
Figura 3. Resultado Pregunta # 6.....	38
Figura 4. Resultado Pregunta # 7.....	39
Figura 5. Resultado Pregunta # 8.....	40
Figura 6. Resultado Pregunta # 9.....	41
Figura 7. Resultado Pregunta # 10.....	42

ÍNDICE DE IMAGENES

Imagen 1. Imagotipo de la Portada.....	47
Imagen 2. Contenido de la Guía.....	48
Imagen 3. Contenido de la Guía.....	49
Imagen 4. Encuesta a estudiantes del Colegio Fiscal Martha Bucaram de Roldós.....	56
Imagen 5. Encuesta a estudiantes del Colegio Fiscal Martha Bucaram de Roldós.....	56

INDICE DE APENDICES O ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario de preguntas para los estudiantes del Colegio Fiscal Martha Bucaram de Roldas.....	54
Anexo 2. Encuestas realizadas a los estudiantes del Colegio Martha Bucaram de Roldós.....	56
Anexo 3. Encuestas realizadas a los estudiantes del Colegio Martha Bucaram de Roldas.....	56
Anexo 4. Permiso a la Autoridad del Colegio Fiscal Martha Bucaram de Roldas....	57



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA/CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL**

UNIDAD DE TITULACIÓN

**“DIFUSIÓN DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ENTRE LOS ESTUDIANTES DE LAS INSTITUCIONES FISCALES
DE GUAYAQUIL”**

Autor: Lissette Kassandra Aviles Toala

Tutor: Lcda. Rocío Alarcón Quiñonez Msc.

RESUMEN

El actual proyecto de titulación tiene como objetivo Analizar el conocimiento sobre la carrera de Comunicación Social en el Tercer año de Bachillerato del Colegio Mixto Fiscal Martha Bucaram de Roldós. En base a este objetivo realizamos nuestra investigación donde practicamos todo lo aprendido en clases, utilizando una metodología descriptiva, con un enfoque cuantitativo para la recopilación de datos y utilizando encuestas realizadas a los estudiantes para encontrar una solución a la problemática de la poca o nada difusión de la carrera de Comunicación Social. Por consiguiente se realizó una propuesta de una guía informativa donde el estudiante encontrara toda la información necesaria sobre la carrera de Comunicación Social de todas las universidades del país.

PALABRAS CLAVE: COMUNICACIÓN SOCIAL, DIFUSION, CONOCIMIENTO, CARRERA, GUIA INFORMATIVA.



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA/CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL**

UNIDAD DE TITULACIÓN

**"STUDY OF KNOWLEDGE ON THE CAREER OF SOCIAL COMMUNICATION
THAT HAVE STUDENTS OF THE TAX INSTITUTIONS OF GUAYAQUIL"**

Author: Lissette Kassandra Aviles Toala

Advisor: Lcda. Rocío Alarcón Quiñonez Msc.

ABSTRACT

The current investigation aims to analyze the knowledge about the career of Social Communication in the third year of Baccalaureate of the Joint Fiscal School Martha Bucaram de Roldós. Based on this objective, we have carried out our research where we have put into practice all that has been learned in classes, using a descriptive methodology, with a quantitative approach to data collection and using surveys carried out with students to find a solution the problem of your children little or nothing diffusion of the race of Social Communication. Therefore a proposal was made for an informative guide where the student will find all the necessary information about the career of Social Communication of all the universities of the country.

KEYWORDS: SOCIAL COMMUNICATION, DISSEMINATION, KNOWLEDGE, CAREER, INFORMATIVE GUIDE.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación nace con la finalidad de realizar un Análisis del conocimiento sobre la carrera de Comunicación Social que tienen los estudiantes del tercer año de Bachillerato del Colegio Mixto Fiscal Martha Bucaram de Roldós, quienes tienen poco o nada difusión de la carrera de Comunicación Social antes de realizar su prueba Ser bachiller para postular sus opciones en su estudio de tercer nivel.

En la actualidad la desinformación que tienen sobre las ofertas académicas los estudiantes del último año del bachillerato es uno de los problemas con los que lidian al ingresar a la universidad pública o privada, por lo cual nace una interrogante ante la necesidad de tener una guía informativa que les permita conocer un poco más sobre la carrera de Comunicación Social y así poder obtener una idea clara del perfil y las oportunidades que les ofrece en la vida laboral.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

La investigación radica en analizar seis cursos dentro del Colegio Fiscal Martha Bucaram de Roldós, donde hemos detectado la poca o nada información sobre la carrera de Comunicación Social.

El problema está planteado en base a la experiencia de los estudiantes de esta institución donde podemos observar que dentro de los 45 minutos de clase impartida por el maestro, son pocas las veces en las que ellos tratan el tema de las carreras universitarias o preguntan a sus estudiantes sobre dicho tema, por parte de la institución hacen poco o nada al momento de orientar a sus alumnado para escoger una carrera universitaria que vaya de acuerdo con sus habilidades.

La Institución, no tiene recursos para difundir las diferentes carreras que ofertan las universidades del país, menos para la carrera de comunicación social, consecuentemente los estudiantes de sexto curso se han visto perjudicados por tener una orientación inadecuada de los profesores vigentes.

Aunque el gobierno ha implementado nuevos programas para mejorar la calidad educativa entregando textos gratuitos a las instituciones, mejorando la infraestructura para que el alumnado tenga un mejor ambiente y una enseñanza de calidad , al momento de orientar a escoger su carrera universitaria vienen los problemas, en la actualidad el ingreso al estudio de tercer nivel se maneja de manera diferente, teniendo que rendir una prueba antes de finalizar su último año de bachillerato el cual dependiendo de su resultado les permite obtener un cupo para la universidad pública y así poder postularse para su carrera.

Para los estudiantes del último año del bachillerato la implementación de la prueba “SOY BACHILLER”, consiste en rendir un examen antes de graduarse el cual complementa el 10% de la nota de grado, a su vez reemplaza el examen de grado de: matemáticas, lenguaje, ciencias naturales y estudios sociales, en la actualidad se

les ha complicado porque es una prueba hecha de manera general para todos los estudiantes de las instituciones tanto privadas como públicas.

1.2. FORMULACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA:

¿Existe el desinterés de los estudiantes del Bachillerato del Colegio Mixto Fiscal Martha Bucaram de Roldós en conocer sobre la existencia de la carrera de comunicación Social?

Durante la investigación determinamos que los estudiantes se sienten motivados a conocer sobre la carrera de Comunicación Social, sobre todo la importancia que tienen las carreras que ofertan las diferentes universidades del país, pero no tiene una adecuada información al respecto.

Ante esto se observa que los estudiantes utilizan plataformas virtuales o redes sociales para buscar información sobre las carreras que tienen como opción para su estudio de tercer nivel, pero en algunos de los casos no tienen información actualizada.

El estudiante al encontrarse desinformado no podrá tener un buen discernimiento decisivo, sobre la carrera escogida, aunque posea aptitudes para dicha carrera, el no contar con recursos como plataformas digitales, para difundir las carreras ofertadas y la falta de una buena orientación impide, una acertada formación a los futuros profesionales.

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

Objetivo General:

Analizar el conocimiento sobre la carrera de Comunicación Social en el Tercer año de Bachillerato del Colegio Mixto Fiscal Martha Bucaram de Roldós.

Objetivos Específicos:

- ❖ Divulgar la carrera de Comunicación Social.

- ❖ Difundir las diferentes profesiones académicas en los bachilleres

- ❖ Desarrollar Actividades donde el estudiante pueda conocer acerca de la carrera de Comunicación Social.

- ❖ Promover una campaña informativa para fomentar el conocimiento de la Carrera de Comunicación Social.

1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Los motivos que nos llevó a investigar, se centra en que en la actualidad el sistema para ingresar a la universidad pública son diferentes al usado en el pasado, pues antes realmente no existía un sistema que controle el alumnado en las universidades públicas.

Los estudiantes escogían sus estudios sin tener conocimiento sobre las mismas por el cual desertaban cambiándose así de ocupación y empezando una nueva, esta forma de llevar el estudio universitario era preocupante, pero en la actualidad aunque el gobierno del Presidente **Eco. Rafael Correa Delgado** implemento un sistema que controle el alumnado y la manera en cómo se maneja administrativamente la universidad pública encontramos también un problema.

Los alumnos del último año de bachillerato deben realizar una prueba llamada “Ser bachiller”, el cual les permite según su puntaje obtener un cupo en la Universidad pública pero estos se encuentran con un problema deben postularse a 5 carreras en las cuales el sistema les asigna su cupo, pero si el oyente no ha tenido una buena orientación para escoger su carrera universitaria ¿Cómo podrá escoger 5 opciones de carrera para estudiar?

Algunos de los egresados de la carrera de comunicación social tuvieron que pasar por la prueba del SENECYT para obtener el cupo para diferentes carreras pero por problemas en el puntaje o la falta de cupo, entre las 5 opciones que daban en la postulación muchos de los postulantes optaron por escoger el cupo en La Carrera de Comunicación Social sin tener conocimiento ni orientación de dicha carrera.

1.5. DELIMITACIÓN

El estudio está concentrado en la ciudad de Guayaquil específicamente en el Sector Norte en el Colegio Fiscal Martha Bucaram de Roldós a 90 estudiantes del tercer año de Bachillerato de las especializaciones Informática y Contabilidad, quienes tienen un desconocimiento sobre la carrera de comunicación Social.

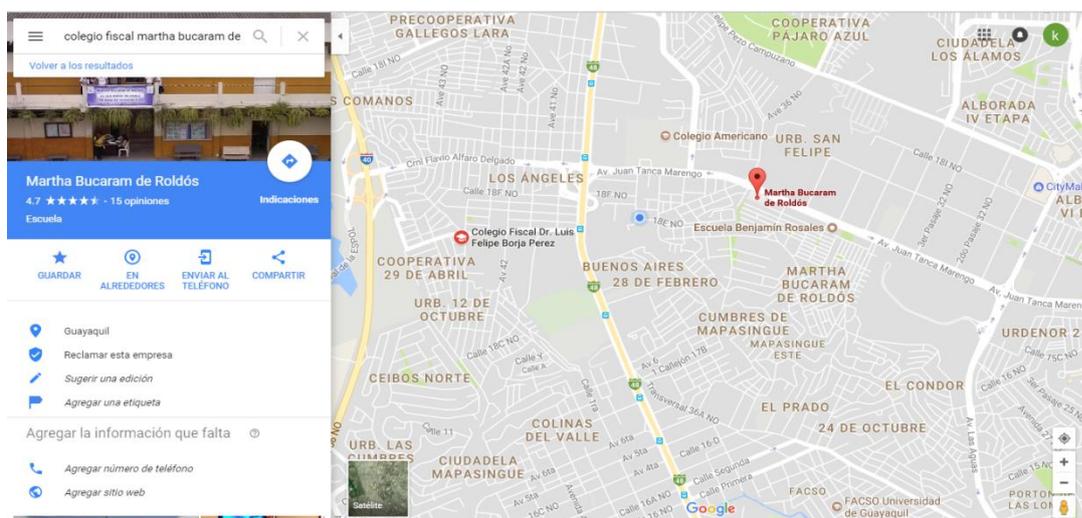


Foto: Google Maps.
Fuente: Google Maps.

1.6. HIPÓTESIS

Al existir una apropiada campaña de difusión sobre la carrera de Comunicación Social en los colegios, mejoraría el interés o conocimiento en los estudiantes por la carrera.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

En los gobiernos anteriores el Ecuador no tenía implementado un sistema para la admisión del estudio de tercer nivel, los bachilleres el ingresar a las universidades ecuatorianas era algo común, la mayoría de los casos no les llevaba mucho tiempo el legalizar sus matrículas, esta es una de las razones por lo cual los estudiantes no tomaban con responsabilidad el estudio de tercer nivel.

En el gobierno del Presidente Rafael Correa estructuro un nuevo sistema de admisión para el estudio de tercer nivel el cual consta de varios procesos, dándole así un cambio al estudio universitario, entre los procesos que se implementaron están los organismos de control como: SENECYT, SNNA, CES, SNIESE y la CEAACES quienes son los encargados de regular a las universidades del país.

(Consejo de Educación Superior del Ecuador, 2017),(CES) organismo que planifica, regula y coordina el Sistema Nacional de Educación Superior del Ecuador, señala en su art 32 que las instituciones de educación superior pueden promocionar y difundir sus distintas carreras utilizando cualquier medio, siempre y cuando cuenten con la aprobación de esta institución.

Por otro lado una de las principales funciones que tiene este sistema es el de difundir e identificar cuáles son las carreras de interés público, brindando de manera equitativa la oportunidad de ingresar a las instituciones superiores.

2.2. MARCO TEORICO

Según (Laswell, 1948), *“considera que cuando se pretende llegar con un mensaje a una gran cantidad de personas, se debe tener muy claro quién va a codificar ese mensaje, cuáles son sus intenciones (el por qué y el para qué).*

De ahí se deriva el contenido del mismo, quedando claro qué es exactamente lo que va a decir, para luego poder seleccionar el canal o medio de comunicación más apropiado que permita que el mensaje llegue bajo las condiciones óptimas al receptor

y que éste a su vez esté preparado para recibir el mensaje y emitir una reacción o retroalimentación”.

La comunicación es un proceso unidireccional el cual inicia desde el emisor (El Comunicador) produce impulsos llegando a un destinatario o varios (Audiencia) quienes reciben estos impulsos dando un resultado. Los papeles tanto del Comunicador como de la audiencia son apartados, entre ellos no existe ningún vínculo.

(Laswell, 1948), indica que para poder manejar de una mejor manera una comunicación entre el emisor y el receptor debemos tener en cuenta 5 interrogantes, con las cuales podremos manejar la información de una mejor manera. Al contestar dichas preguntas hablamos de lo más relevante en la aclaración así captamos una mayor atención del receptor al darle una asesoría específica.

(Saballs, 1999), nos hace entender que el ser humano ordena, procesa e interpreta el testimonio para comprender el entorno en el que vive y transmitirlo a la sociedad que lo rodea.

Para (Williams, 1890), *“La comunicación se reconoce como un proceso de intercambio de información, un intercambio de ideas cuyo resultado es la concreción de ideas nuevas o el reforzamiento de las ideas preconcebidas. Debe ser por eso que en la historia del mundo, las revoluciones de la humanidad han estado signadas por los grandes avances que se han dado en la capacidad de comunicación del hombre”.*

La comunicación estudia las formas de comunicarse , al principio se utilizaba el mensaje personalizada y al ir avanzando la tecnología las formas de comunicarse también han evolucionado de modo que en la actualidad el intercambio de información se puede llevar a cabo mediante un recurso físico como una Tablet, laptop, Smartphone, entre otros.

Para (Cassirer, 1923), *“El ser humano es un animal simbólico, lo que quiere decir que pensamos y actuamos simbólicamente. A base de símbolos, vamos construyendo un universo propio que va más allá del mundo físico captado por nuestros sentidos. Este universo simbólico se acaba convirtiendo en el verdadero hogar del ser humano, el cristal desde el que miramos hacia el mundo físico, la tierra*

sobre la que germinan las diferentes culturas y el vehículo de nuestro progreso o retroceso, según el caso”.

El hombre es un animal simbólico y el lenguaje que utiliza es emotivo, enunciativo, objetivo y conativo, dependiendo la situación o lugar donde se encuentre diferenciando las culturas.

Según Wittgenstein (1918), los objetos o eventos del mundo se los puede traducir en palabras, el tiempo y el espacio no definen un hecho sino al ser enunciado y afirmado su existencia, es decir que el lenguaje solo nos ayuda a comprender la realidad.

Para (Piaget, 1947), el lenguaje oral nace del desarrollo de la inteligencia, el hombre lo adquiere por medio del desarrollo censo motriz, a medida que crece su desarrollo verbal también llevándolo a la etapa de lectura y de la conversación donde el hombre perfecciona su vocabulario, se va autorregulando continuamente a medida que pasa el tiempo.

Para (Lazarsfeld, 1944), *“Un sistema de comunicación con dos estaciones perfectamente diferenciadas. En la primera fase, los medios de comunicación transmiten su información a figuras representativas de la población (llamados líderes de opinión) que recibirán la información de manera directa, y procederán a analizarla, procesarla y refinarla. En la segunda estación del proceso, los líderes de opinión transmiten la información ya procesada a sus respectivas esferas sociales, que las adoptan como suyas y las utilizan en función de lo que el líder de opinión les haya dado como contexto”.*

Los medios de comunicación son la mejor influencia para la audiencia indecisa en épocas de elecciones políticas, al llegar la información al público que tiene el medio de comunicación logrando influir en sus decisiones o pensamientos de la audiencia llegando también a influir en la decisión del hombre como la familia amigos entre otras personas que están cercanos al oyente.

Según el modelo de (Schramm, 1945), el proceso de comunicación es interminable entre el emisor y receptor, realizan las funciones de codificar, decodificar e interpretar, el mensaje puede ser entre dos o más personas por eso para Osgood y

Schramm el proceso de intercambio de información es interminable sin un lugar de comienzo y término determinado.

(Gerbner, 1956), diseñó un modelo el cual se basa en la dinámica del emisor y el receptor como una negociación o intercambio de información donde hay persecución, reacción y una situación, transmitiendo contenido.

Según (Lomonosov, 1985), *“Comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistemas de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano. Puede ser verbal, o no verbal, interindividual o intergrupala”*.

La interacción de los diferentes símbolos en un mensaje es un proceso de comunicarse, ocasiona estímulos en las personas que participan en la comunicación.

Parra (A., 1988), la comunicación es la interacción de dos o más personas que por medio de un mensaje expresan sentimientos, emociones, pensamientos, ideas y conductas, en la comunicación siempre la persona que emite el mensaje espera una respuesta de la personas que recibió el mensaje.

Según (Riviere, 1985), *“La comunicación se puede definir como un proceso por medio del cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje, y espera que esta última dé una respuesta, sea una opinión, actividad o conducta”*.

La comunicación puede ser de manera oral, no verbal, grupal o escrita buscando por medio del mensaje que se transmite un estímulo entre las personas que intervienen.

Para (Aramayo, 1996), La comunicación educativa es primordial ya que sin comunicación no existe educación, esta comunicación es especial ya que da mayor posibilidades de una buena educación al estudiante.

2.3. MARCO CONTEXTUAL

En las siguientes Mallas académicas podemos determinar que no todas las carreras de Comunicación Social están unificadas en sus asignaturas, así como podemos deducir que no todas las Universidades del país tienen dentro de su oferta académica la carrera de Comunicación Social.

2.3.1. OFERTAS ACADÉMICAS

Investigamos 13 ofertas académicas en las diferentes universidades del Ecuador en la cual podemos observar mallas curriculares en la carrera de Comunicación Social:



Universidad de Guayaquil

Universidad de Guayaquil

Tabla#1
Malla Curricular

Carrera de Comunicación Social (semestral)					
LENGUAJE Y COMUNICACION_CSGS	FILOSOFIA DE LA COMUNICACIÓN	ETICA Y LEGISLACION APLICADA_CSGS	COMUNICACION VISUAL_CSGS	PSICOLOGIA DE LA COMUNICACIÓN	INGLES I_CSGS
GEO POLITICA DEL ECUADOR_CSGS	METODOS Y TECNICAS DE INVESTIGACIÓN	TALLER DE VINCULACIÓN COMUNITARIA	COMPETENCIAS COMUNICATIVAS_CSS	COMPUTACIÓN	OPTATIVA LOCUCIÓN
TALLER DE CREACIÓN LITERARIA Y REDACCIÓN PERIODISTICA	SEMIOTICA_CSGS	SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACIÓN	ESTADISTICA PARA COMUNICADORES	GEO POLITICA DE AMÉRICA Y EL MUNDO	INGLES II_CSGS
TALLER DE PERIODISMO DIGITAL_CSGS	PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	PERIODISMO COMUNITARIO_CSGS	PERIODISMO DE INVESTIGACION_CSGQ	DERECHO A LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN I	INGLES ESPECIALIZADO
TALLER DE PRODUCCION PERIODISTICA_CSGS	MARKETING Y PUBLICIDAD_CSGS	COMUNICACION POLITICA_CSGS	INVESTIGACION DE LA COMUNICACION_CSGS	DERECHO A LA COMUNICACION E INFORMACION II_CSGA	COMUNICACION MULTIMEDIA I_CSGS
PRODUCCION RADIOFONICA I	PRODUCCION DE TELEVISION I	PERIODISMO DE OPINION_CSGS	PERIODISMO CIENTIFICO_CSGS	ADMINISTRACION DE EMPRESAS DE COMUNICACION_CSGS	COMUNICACIÓN MULTIMEDIA II
PRODUCCION RADIOFONICA II	PRODUCCION DE TELEVISION II	PRACTICAS COMUNITARIAS	DISEÑO DE ANTEPROYECTO DE TITULACION	PROYECTOS DE EMPRESAS DE COMUNICACION	COMUNICACION ORGANIZACIONAL
REALIZACION DE CINE Y VIDEO	RELACIONES INTERNACIONALES	ELABORACION DE PROYECTOS DE TITULACION	ORGANIZACION DE LA INFORMACION EN LOS MEDIOS	PROYECTOS DE COMUNICACION ORGANIZACIONAL	
VINCULACION CON LA COLECTIVIDAD	PRACTICAS PREPROFESIONALES – PP	UNIDAD DE TITULACION			

Elaborado por: Universidad de Guayaquil

Fuente: Universidad de Guayaquil

La Universidad de Guayaquil (FACSO) ofrece la carrera de Comunicación social de manera semestral, modalidad Presencial, con una duración de 8 semestres, más la unidad de Titulación, para la obtención del título de Licenciado/a en Comunicación Social permitiéndole al estudiante ingresar al campo laboral en diferentes Medios de Comunicación – Productoras Audiovisuales – Empresas o en medios Online.



Universidad Tecnológica Equinoccial

Tabla#2
Malla Curricular

Malla carrera de Comunicación Social					
PSICOLOGIA	PEDAGOGIA Y DIDACTICA GENERAL	LENGUAJE Y COMUNICACIÓN I	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	PSICOPEDAGOGIA	DIDACTICA Y TECNOLOGIA EDUCATIVA
LENGUAJE Y COMUNICACIÓN II	COMPUTACION APLICADA A LA EDUCACION	EVALUACION EDUCATIVA	LIDERAZGO Y EMPRENDIMIENTO	MATEMATICAS GENERAL I	INGLES I
FILOSOFIA Y SOCIOLOGIA I	PLANIFICACION E IMPLEMENTACION CURRICULAR I	MATEMATICAS GENERAL II	INGLES II	FILOSOFIA Y SOCIOLOGIA II	PLANIFICACION E IMPLEMENTACION CURRICULAR II
CIENCIAS SOCIALES I	INGLES III	EDUCACION Y SALUD	CIENCIAS BASICAS	CIENCIAS SOCIALES II	CULTURA ESTETICA
INGLES IV	ETICA Y ATENCION A LA DIVERSIDAD	ADMINISTRACION Y LEGISLACION EDUCATIVA	EDUCACION AMBIENTAL Y ECOLOGIA	PROYECTOS	SEMANTICA Y LEXICO
LITERATURA I	GRAMATICA ESPANIOLA	PLAN DE TITULACION	SOCIOLINGUISTICA	DIDACTICA DEL ESPANOL	LITERATURA II
ORATORIA Y REDACCION	RAICES GRIEGAS Y LATINAS				

Elaborado por: Universidad Tecnológica Equinoccial
Fuente: Universidad Tecnológica Equinoccial

La Universidad ofrece dicha carrera con el propósito de que cada estudiante adquiera conocimientos de las herramientas que se utilizan en los medios de comunicación y las relaciones públicas en la actualidad, y es así como busca durante los 9 semestres el desarrollo de las destrezas en creación, producción, administración y coordinación en los graduados que obtienen el título de Licenciado/a en Periodismo.



Universidad Metropolitana

**Tabla #3
Malla Curricular**

Malla carrera de Comunicación Social					
GENEROS PERIODISTIC OS	HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN	INTRODUCCIO N A LA COMUNICACIÓ N	REDACCION PERIODISTIC A	PERIODISMO DE INVESTIGACIO N I	PERIODISM O DE INVESTIGAC ION II
VIDEO I	RADIO I	COMUNICACIÓ N GLOBAL Y TENDENCIAS MUNDIALES	ECONOMIA		

Elaborado por: Universidad Metropolitana
Fuente: Universidad Metropolitana

La Universidad Metropolitana (UMET): título de Licenciado/a en Comunicación Social con una duración de 4 años, modalidad presencial, les ofrece a sus estudiantes ser un Comunicador Social integral, obteniendo conocimientos en el desarrollo de nuevas maneras de hacer comunicación y el compromiso para la comprensión y la intervención social.



Universidad Nacional de Loja

Tabla #4
Malla Curricular

Malla carrera de Comunicación Social (Módulos)					
I. Problemática global de la realidad social	li. Fundamentos básicos de la formación profesional en la carrera de comunicación social	lii. Comunicación interpersonal y social	lv. Medios impresos	V. Comunicación electrónica la radio	Vi. Comunicación electrónica la televisión
Vii. Comunicación institucional	Viii. Investigación en la comunicación				

Elaborado por: Universidad Nacional de Loja
Fuente: Universidad Nacional de Loja

La Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, desarrolla la investigación social, la libre expresión, la comunicación alternativa y la deseducación, brindándole al profesional los fundamentos para contribuir a la solución de la problemática de la región sur del país.

Título de obtención en Licenciado/a en Comunicación Social con duración de 4 años, en modalidad presencial.

Tabla #5
Malla Curricular

Malla curricular Comunicación Social	
Mención Producción audiovisual y Multimedia	
Antropología cristiana	Cultura física i
Comunicación y cultura	Historia de la comunicación
Idioma extranjero i	Lenguaje verbal y redacción
Informática i	Lógica
Metodología de la investigación	Cultura física ii
Radio i	Idioma extranjero ii
Realidad nacional e internacional	Informática ii
Comunicación no verbal	Lingüística
Comunicación para la paz	Radio ii
Sociología de la comunicación	Espiritualidad juvenil salesiana
Teoría de la comunicación i	Idioma extranjero iii
Teoría política	Informática iii
Comunicación e ideología	Nuevos escenarios de la comunicación
Deontología	Psicología de la comunicación
Radio iii	Arte y comunicación
Semiótica	Comunicación intercultural
Teoría de la comunicación ii	Idioma extranjero iv
Análisis de coyuntura	Informática iv
Análisis del discurso	Teoría de la imagen
Comunicación educativa	Planificación i
Estética	Psicología de la percepción
Agracia	Semiótica aplicada
Impresos i	Video i
Optativa i	Ética de la persona
Impresos ii	Planificación ii
Investigación i	Video ii
Multimedios i	Ciencia y cultura

Optativa ii	Investigación ii
Pedagogía	Multimedios ii
Optativa iii	Literatura
Teorías del aprendizaje	Multimedios iii
Video iii	Optativa iv
Doctrina social de la iglesia	Seminario de tesis
Educomunicacion	Video iv

Elaborado por: Universidad Politécnica Salesiana
Fuente: Universidad Politécnica Salesiana

La universidad Politécnica Salesiana (UPS), ofrece el título de Licenciado/a en Comunicación Social modalidad presencial con una duración de 9 periodos, formando comunicadores críticos, éticos y responsables de narrativas inclusivas e interculturales, los profesionales podrán desempeñar roles y funciones laborales en Medios, Instituciones Estatales, Instituciones y Organizaciones Sociales.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

Tabla #6
Malla Curricular

Introducción a la comunicación	Teología	Fotografía i	Informática i	Ingles i
Aproximación literatura	Taller de expresión oral	Contemporánea	Contemporánea	Teatro
Psicología social	Idioma español	Introd al pensamiento	Fotografía ii	Estudios urbanos
Redacción i	Teorías de la comunicación	Informática ii	Ingles ii	Teología ii
Locución	Psicología de la comunicación	Optativa i	Tecnología audiovisual	Investigación social en comunicación
Análisis de la imagen	Semiótica i	Ingles ii	Técnicas de entrevista	Semiótica ii

Redacción ii	Estudios contemporáneos	Composición creativa	Observatorio de medios	Optativa ii
Comunicación radiofónica	Ingles iv	Teoría del periodismo	Diagramación	Redacción periodística
Composición audiovisual	Cine	Composición guiones y libretos	Análisis de prensa	Redacción de revistas
Ingles v	Estética y arte	Edición	Animación cultural i	O producción y realización
Comunicación y estudios ecuatorianos	Radiofónicas	Periodismo de televisión	Conflictos internacionales	Producción y realización de contemporáneos
Metodología para proyectos de audiovisuales	Optativa iii	Comunicación organizacional	Ingles vi	Economía y el periodismo
Multimedia journalism	Intervención	Legislación profesional	Animación cultural iii	Taller de comunicación
Nuevos escenarios mediáticos	Periodismo ambiental	Análisis y crítica del discurso	Diseño del proyecto de titulación	Trabajo de titulación
Deontología de la comunicación	Metodología para la investigación de información	Taller de comunicación y periodismo	Nuevas tecnologías al servicio de la comunicación	

Elaborado por: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
Fuente: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

La universidad Católica de Santiago de Guayaquil ofrece el título de Licenciado/a n Comunicación Social con mención en Periodismo o Literatura, teniendo como objetivo formar comunicadores acorde a las necesidades del país, que conozcan y apliquen todo los conocimientos obtenidos y las herramientas tecnológicas en situaciones y procesos sociales concretos, usando los diferentes lenguajes.



Universidad San Francisco de Quito

Tabla#7
Malla Curricular

Malla curricular Comunicación Social

(ANT/ARH/HIS/RCL/REL/POL/PSI/SOC) (LIT/FIL) Humanidades Ciencias Sociales 2000	
Socráticos 2/3 - Ser y Cosmos	Relaciones Públicas 1
Lenguaje Audiovisual	Marketing Comunicacional
Teoría Crítica 1: Arte & Media	Teoría Crítica 2: Arte & Media
Comunicación Organizacional	Composición Visual
Conflicto y Resolución	Psicología Organizacional
(FIS/QUI/BIO/ECL/GEO/NUT) Ciencias +Lab/SCA	Emprendimiento
(ANT/ARH/HIS/RCL/REL/POL/PSI/SOC) Ciencias Sociales 3000	Composición and Retorica
Insights del Consumidor	Eventos y Protocolo
Comunicación Interna	Comunicación Política
Manejo de Grupos	Taller de Investigación
Taller de Medios Mixtos	Estadística 1
Electiva Libre ½	Electiva Libre 2/2
Temas en Comunicación y Arte	Media Entrepreneurship
Comunicación: Leyes y Ética	Nuevas Técnicas de Publicidad
Prácticas Profesionales	Preparación Opción Titulación
Relaciones Públicas 2	Desarrollo Opción Titulación
Comunicación en Crisis	Tópicos en Comunicación

Elaborado por: Universidad de San Francisco de Quito
Fuente: Universidad de San Francisco de Quito

La Universidad de San Francisco de Quito oferta el Título de Licenciado/a en Comunicación Social con una duración de 4 años en modalidad presencial, enfocándose en las relaciones publicas creando estrategias para instituciones públicas y privadas, estableciendo relaciones de credibilidad y confianza concentrándose en la comunicación organizacional de las empresas.



Tabla#8
Malla Curricular

Carrera: Licenciatura en Comunicación con énfasis en Relaciones Publicas				
		Ecología y medio ambiente	Informática avanzada	Teoría de la comunicación
	HISTORIA DEL ARTE	Lenguaje y comunicación i	Cálculo i	Introducción al periodismo
Inicial	INTRODUCCIÓN A LA PSICOLOGÍA	RELACIONES PÚBLICAS	DICCIÓN Y VOCALIZACIÓN	ELEMENTOS DE ECONOMÍA
	CIVILIZACIÓN MUNDIAL I	Comunicación entre grupos y equipos	Lenguaje y comunicación ii	Inglés i
	PENSAMIENTO CRÍTICO	Fundamentos tecnologías de la información	Fundamentos de administración	Inglés ii
	INGLÉS III	Inglés iv		
	FUNDAMENTOS DE PUBLICIDAD	Metodología de la investigación	Derecho empresarial	Técnicas publicitarias i
	FUNDAMENTOS DE DISEÑO GRÁFICO	Comunicación entre grupos y equipos	Propiedad intelectual	Psicología del consumidor
Medio	REDACCIÓN CREATIVA	Socio economía ecuatoriana	Imagen corporativa	Teoría de la imagen
	FUNDAMENTOS DE MARKETING	Estadística	Protocolo internacional y ceremonial	Alta etiqueta
	INFORMÁTICA APLICADA A NEGOCIOS	Ética y responsabilidad social	Impacto social de la publicidad	Medios y prensa
	GESTIÓN DE CONTENIDO ELECTRÓNICO	Gestión de información web	Gestión de información para proyectos	Inglés v
	INGLÉS VI	INGLÉS VII	INGLÉS VIII	
	AUSPICIO PATROCINIO Y MECENAZGO	Focus on structure	Publicaciones periódicas	Investigación de mercados

	PROPAGANDA	Creative conversation	Planificación estratégica de rrpp	Marketing estratégico
Final	ESTRATEGIA PUBLICITARIA	Fundamentals of written	Organización de eventos	Comportamiento organizacional
		Expresión speech	Lobbyng y negociación de acuerdos	Comunicaciones integradas al marketing
			AUSPICIO PATROCINIO Y MECENAZGO	PROPAGANDA

Elaborado por: Universidad ECOTEC
Fuente: Universidad ECOTEC

Título otorgado de Licenciatura en Comunicación Social con Énfasis en Relaciones Publicas, Comunicación Empresarial o Publicidad, formando comunicadores con excelencia académica y humanística con el apoyo de la tecnología y la responsabilidad social con espíritu crítico y de manera creativa.



Universidad Técnica Particular de Loja

Tabla#9
Malla Curricular

Malla carrera de Comunicación Social					
Comunicación organizacional	Legislación	Ética periodística	Periodismo ciudadano	Libre configuración	Sem de fin de titulación
Opinión publica	Administración de medios	Periodismo digital	Educomunicación	Ingles iv	Pasantías pre profesionales y de vinculación con la comunidad
Periodismo de investigación	Pensamiento sociopolítico	Publicidad	Cine	Ingles ii	Practicum académico

Relaciones publicas	Diseño grafico	Marketing	Ética	Ingles ii	Libre configura ción
Televisión	Teoría de la imagen	Teoría de la comunicació n	Estadística	Ingles i	Libre configura ción
Radio	Géneros periodísticos	Sociología	Antropología	Libre configuración	Libre configura ción
Medios impresos	Historia de la comunicación	Lingüística	Estilo y redacción	Computación	
Inducción a la comunicación	Literatura	Metodología de estudio	Expresión oral y escrita	Realidad nacional	

Elaborado por: Universidad Tecnológica Particular de Loja
Fuente: Universidad Tecnológica Particular de Loja

La universidad Tecnológica Particular de Loja brinda el Título en Licenciado/a en Comunicación Social con una duración de 8 ciclos, preparando al graduado para desempeñar funciones de reportero, editorialista, productores, realizadores, relacionistas públicos, entre otros, con amplios conocimientos en contenidos periodísticos diversos, formación ética y responsabilidad social.



Universidad Pontifica Católica del Ecuador

Tabla #10
Malla Curricular

Historia de la Comunicación	Historia Social del Ecuador Siglo. XIX	Historia Social del Ecuador s. XX	Seminario Electivo de Literatura Española	Filosofía de la Comunicación	Semiótica I	Proyectos en Comunicación I	Proyectos en Comunicación II
Apreciación del Arte	Lírica: Teoría y Práctica	Historia Universal	Seminario Electivo de Literatura	Comunicación y Economía	Producción de Material Impreso	Seminario	Deontología y Legislación

Extranjera							
Seminario Electivo de Literatura Ecuatoriana	Seminario Electivo de Literatura Hispanoamericana	Seminario Electivo de Literatura Clásica	Historia de las Ideas	Informática Aplicada a la Comunicación	Redacción Comercial	El Autor Literario	Seminario Análisis de la Recepción Literaria
Matemáticas Básicas	Estadística	Análisis y Redacción de Textos II	Jesucristo y la Persona de Hoy	Investigación de la Comunicación	Seminario Semántica y Estilo	Semiótica II	Lecturas de Literatura Clásica II
Fundamentos de la Comunicación e Información	Análisis y Redacción de Textos I	Comunicación y Opinión Pública	Lingüística	Taller de Redacción Periodística I	Lecturas de Literatura Ecuatoriana I	Lecturas de Literatura Ecuatoriana II	Lecturas de Literatura Extranjera II
Lenguaje: Teoría y Práctica	Psicología de la Comunicación	Antropología de la Comunicación	Análisis de Medios Masivos	Producción Radiofónica I	Lecturas de Literatura Hispanoamericana I	Lecturas de Literatura Hispanoamericana II	Inglés VIII
Nuevas tecnologías de la Comunicación	Teoría de la Imagen	Lenguaje Audiovisual I	Guion para Radio y TV	Producción de TV I	Lecturas de Literatura Española I	Lecturas de Literatura Clásica I	Optativas Literatura
Narratología: Teoría y Práctica	Métodos y técnicas de investigación en Comunicación	Inglés III	Inglés IV	Inglés V	Lecturas de Literatura Extranjera I	Lecturas de Literatura Española II	
Taller Trabajo Científico	Inglés II				Inglés VI	Inglés VII	
Inglés I							

Elaborado por: Universidad Pontificia Católica del Ecuador
Fuente: Universidad Pontificia Católica del Ecuador

La Universidad Pontificia Católica del Ecuador forma profesionales comprometidos con los principios humanos en sus cinco escuelas: Comunicación, Lengua y Literatura, Lingüística, Multilingüe de Negocios y Relaciones Internacionales y la escuela de Lenguas; ofreciendo graduados con conocimientos en el manejo de los recursos de la carrera siendo dinámicos, creativos e ilustrados.

Los títulos que ofrece esta institución es Licenciatura en Comunicación Social con mención en: Comunicación y Literatura, Comunicación Organizacional o Periodismo para prensa, radio y televisión.



Tecnológico ITV
Tabla #11
Malla Curricular

Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4
Sociología	Psicología	Realidad internacional	Realidad nacional
Idioma español i	Idioma español ii		
	COMPUTACION BASICA E INTERNET	INGLES I	INGLES II
Marketing i	Marketing ii		
Realización de tv i	Realización de tv ii	Comunicación para tv y radio i	Comunicación para tv y radio ii
Producción ejecutiva i	Producción ejecutiva ii	Relaciones publicas i	Relaciones publicas ii
Teoría de la comunicación i	Teoría de la comunicación ii	Gestión empresarial	Ventas i
		TECNICAS DE EXPRESION VOCAL I	TECNICAS DE EXPRESION VOCAL II
Fotografía		Técnicas de expresión corporal i	Técnicas de expresión corporal ii
Materia optativa	Materia optativa	Material optativa	Material optativa

Elaborado por: Tecnológico ITV
 Fuente: Tecnológico ITV

El tecnológico ITV ofrece la carrera de Comunicación Social con mención en Relaciones Públicas y Protocolo, con una duración de seis semestres modalidad presencial, donde los estudiantes podrán obtener conocimientos de planificación, dirección y control de planes y campañas de Relaciones Públicas, con los cuales el profesional podrá manejar la imagen interna y externa de personas y organizaciones.



Universidad de las Américas

Tabla# 12
Malla Curricular

Malla carrera de comunicación social							
Recursos informativos	Teorías de la comunicación	Semiotica	Etica de la comunicación	Comunicación interna	Negociación y gestión de crisis en la organización	Comunicación estratégica	Gestión de la calidad en la comunicación
Estética audiovisual	Herramientas graficas	Fundamentos de las ciencias sociales	Fundamentos de las organizaciones	Gestión de contenidos en la comunicación corporativa i	Comunicación externa	Diseño de productos comunicacionales	Simulación guiada ii
Aproximaciones a la comunicación corporativa	Epistemología de la comunicación	Publicidad aplicada a la comunicación	Intangibles de la comunicación corporativa	Diagnostico comunicacional	Comunicación y política	Comunicación de la rs	Asesoría comunicacional ii (modular)
Técnicas creativas	Investigación y textos académicos	Ciencia, entorno y el ser humano	Comunicación digital	Ceremonial y protocolo	Gestión de contenidos en la comunicación corporativa ii	Asesoría comunicacional i	Rrpp y gestión de medios
Lenguaje	Lenguaje digital	Lenguaje cuantitativo	Ciudadanía, cultura e historiaingles intermedio i	Métodos y técnicas de investigación cuantitativa	Organización de eventos	Simulación guiada i	Campañas de rrpp
Ingles intermedio i	Ingles intermedio ii	Ingles avanzado i	Ingles avanzado ii	Arte, expresión humana y comunidad	Métodos y técnicas de investigación cualitativa	Metodología de la titulación	Diseño de proyectos

Elaborado por: Universidad de las Américas.
Fuente: Universidad de las Américas.

La Universidad de las Américas ofrece la Carrera de Comunicación Social con el Título e Licenciado/a en Periodismo el cual tiene una duración de 9 semestres con modalidad presencial, los profesionales tendrán conocimientos en las herramientas que se utilizan en los distintos medios de comunicación tanto del medio público como el privado, siendo un periodista ético, crítico con vocación de servicio y formación humanista.



Universidad Internacional del Ecuador

**Tabla#13
Malla Curricular**

Matemática	Administración	Teoría de la	Comportamiento	Comunicación	Comunicación	Relaciones	Planificación	Nuevos Escenarios
Aplicada I	General y Moderna	Comunicación	Organizacional	Organizacional I	Organizacional II	Públicas	Estratégica	de la Comunicación
Introducción a la Comunicación	Historia de la Comunicación	Lingüística	Teoría de la	Géneros	Géneros	Guiones para	Medios	Visión de la Comunicación en la Ecología y el Desarrollo
Investigación de Mercados	Desarrollo del Pensamiento	Diseño Gráfico	Comunicación II	Periodísticos I	Periodísticos II	Radio y TV	y Planificación de Medios	Taller de Titulación Académica
Aprender a Aprender	Cultura de Valores	Liderazgo	Comunicación	Investigación de la Comunicación	Psicología de la Comunicación	Estrategias Creativas y Publicitarias	Fotografía	Análisis Publicitaria y Gráfica Digital
Lenguaje Integral	Ofimática Dos II	Derecho Laboral	Trabajo en Equipo	Marketing Operativo	Marketing	Sociología de la Comunicación	Negociación y Manejo de Conflictos	del Discurso
Ofimática Uno I	Inglés I	Ofimática Tres III	Derecho Societario	Administración por Calidad Total	Gestión de la Calidad y Productividad	por Internet	Comunicación	
		Inglés II	Aplicado	Inglés III	Inglés IV	Inglés V	Gerencia de Emprendimiento	

Elaborado por: Universidad Internacional del Ecuador
Fuente: Universidad Internacional del Ecuador

La universidad Internacional del Ecuador ofrece la Licenciatura en Comunicación con una duración de 9 semestres con modalidad a distancia, virtual black board, formara como un profesional preparado para ejercer en empresas o medios de comunicación públicos o privados con conocimientos obtenidos a través de una plataforma digital que les permitirá estudiar desde cualquier parte del mundo.



Universidad Casa grande

Tabla #14
Malla Curricular

Publicidad i	Publicidad iii	Empresa y marketing i	Gestión de proyectos
Publicidad ii	Publicidad iv	Finanzas para no financieros	Recepción de medios
Marketing i	Medios	Campanas de comunicación	Métodos de investigación en comunicación
Marketing ii	Electiva i para comunicación	Investigación cuantitativa	Relaciones publicas ii
Metodología de la investigación	Taller agencia	Electiva i para comunicación	Identidad e imagen corporativa
Fotografía	Redacción publicitaria ii	Relaciones publicas i	Escritura para rrrp
Redacción publicitaria i	Redacción publicitaria iii	Comunicación organizacional i	Auditoria y consultoría en rrrp
Diseño y comunicación visual i	Diseño y comunicación visual iii	Organización de eventos y protocolo	Dirección y gerencia de com, organizacional
Diseño y comunicación visual ii	Conceptualización y creatividad publicitaria	Casos y campanas de relaciones publicas	Comunicación iv
Potoshop/ ilustrator	Producción audiovisual i	Comunicación organizacional ii	Sociología de la comunicación
Profesional presentaciones	Comunicación ii	Comunicación ii	Taller de ética y formación para la paz
Lenguaje, lógica y argumentación	Sem. De actualización profesional en publicidad	Semiótica	Historia del arte
Comunicación i	Social responsability	Contemporary society	Casos prácticos de com. Social vi
Casos prácticos de com. Social i	Filosofía contemporánea	Casos prácticos de com. Social v	Casos prácticos de com. Social vii
Casos prácticos de com. Social i	Casos prácticos de com. Social iii	Casos prácticos de com. Social vi	Ciudad verde
Puerto limón	Casos prácticos de com. Social iv	Puerto naranja ii	English elective i for communication
Lengua escrita i	Puerto naranja i	Practicas pre profesionales de com. Social	English elective ii for communication

Lengua escrita ii	Pasantías pre profesionales de publicidad
Basic english i	Basic english iii
Basic english ii	Basic english iv

Elaborado por: Universidad Casa Grande
Fuente: Universidad Casa Grande

La universidad Casa Grande ofrece el título en Licenciado/a en Comunicación Social con menciones en : Marketing y Gestión Empresarial – Relaciones Publicas – Comunicación Organizacional – Redacción y Creatividad Estratégica con una duración de 4 años más trabajo de titulación con modalidad presencial.

Los estudiantes obtendrán destrezas en la implementación de los diversos componentes de la comunicación social así como también analizar y evaluar procesos de comunicación para la detección de problemas y plantear posibles soluciones.

En conclusión podemos observar que las 13 mallas académicas de las diferentes universidades del país, tienen diferentes modalidades como: semestral, anual, semipresencial y a distancia; así como también analizamos diferentes menciones como: Medios Digitales, Marketing y Periodismo, Producción Audiovisual, entre otros y que dependiendo de dicha mención cambian las mallas académica.

2.4. MARCO CONCEPTUAL

Para (Lamb Charles, 2006), La comunicación es la interacción a través de símbolos que hay entre 2 o más individuos, puede ser verbal y no verbal, un individuo actúa según la conducta de otro, en este proceso se expresan necesidades, criterios, emociones o aspiraciones.

Para (Fonseca, 2007), *“Comunicar es llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes”*.

La comunicación es necesaria para el ser humano, puede expresar sus sentimientos, inquietudes, emociones, ideas, entre otros.

Según (Stanton, 2007), *“la comunicación es la transmisión verbal o no verbal de información entre alguien que quiere expresar una idea y quien espera captarla o se espera que la capte”*.

La Comunicación puede ser de forma verbal, no verbal o gestual entre dos o más personas las cuales expresan ideas.

Según (Chiavenato, 2006), *“comunicación es el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social”*.

La Comunicación Social es un proceso fundamental para el ser humano, el emisor intercambia información con el receptor.

Para (Calanche, 2007), La Carrera de Comunicación forma al sujeto para la capacidad de contribuir al buen vivir fomentado sus valores y principios, así como también la herramienta para poder comunicar a los pueblos, comunidades, organizaciones con información veraz y ágil por medio de los distintos medios de comunicación.

Según (Latouche, 1946), *“La Escuela de Comunicación Social persigue la formación amplia y eficaz, con fundamentación científica y humanística, de un profesional capaz de desempeñarse en el ambiente laboral, manejando recursos científicos y técnicos de la comunicación social, dentro del ámbito de las ciencias sociales y vinculado con todos los aspectos del saber humano”*.

La Escuela de Comunicación Social forma al profesional de manera amplia y eficaz con fundamentos humanísticos y científicos para ser capaz de desempeñarse en el ámbito laboral manejando recursos técnicos de la comunicación los cuales con el pasar de los años han ido desarrollándose y llegando a la etapa de la tecnocomunicaciones.

Para (Merino, 2008), El periodismo se basa en la recopilación de información veraz sea de modo oral, escrito, visual, grafico, el profesional en este caso el periodista publica dicho mensaje siempre y cuando esta venga de una fuente creíble y asegure ser un testimonio real, el informador no puede valerse de chismes o supuestos para obtener una información.

Según, (Cestero, 1999), La comunicación verbal son todos los signos o formas de comunicación no oral que se utiliza para comunicar.

Según (Fajardo, 2009), el ser humano tiene como factor esencial la comunicación, puede expresar ideas, negociar, discutir, intercambiar información y transmitir costumbres con otro individuo.

Para (Gestal, 2009), *“La representación gestual como medio de comunicación es uno de los procesos innatos que todos los seres humanos van modificando a lo largo de su vida y es el objeto de estudio por la expresión corporal”*.

La comunicación gestual es algo natural del ser humano el cual va desarrollando a lo largo de la vida, este tipo de comunicación va de la mano con la comunicación Oral y escrita, por ser algo natural del hombre este siempre hace gestualidades.

Para (Emile, 1990), La educación es el proceso en donde el niño desarrolla su estado físico, intelectual y moral para ser integrado en la sociedad.

Según (Amhed, 1974), *“Toda actividad educativa organizada y sistémica realizada fuera del marco institucional de la escuela para facilitar determinadas clases de aprendizaje a subgrupos particulares de la población”*.

La educación es un programa impuesto por una personas, en la cual el aprendiz cede su autonomía y acepta la disciplina impuesta por la otra persona.

Para (Gondra, 1996), la percepción es la manera directa de organizar la información recibida en el proceso de la comunicación.

Para (Beltran, 1981), *“la comunicación es la persuasión, es decir, el intento que hace el orador de llevar a los demás a tener su mismo punto de vista”*.

La comunicación es un medio de persuasión donde el emisor busca que los receptores adopten su pensamiento o mensaje como suyo.

Para (Weaver, 1949), *“El problema de la comunicación, consiste en reproducir en un punto, sea exacta o aproximadamente, un mensaje seleccionado en otro punto. Frecuentemente el mensaje tiene significado; éste se refiere o está relacionado con algún sistema, con ciertas entidades físicas o conceptuales”*.

La comunicación afecta la mente de las personas por que los mensajes que se usen en la interacción tendrán una reacción y también los utilizan para persuadir a la otra persona.

(Ruesch, 1965), *“El concepto de comunicación incluye todos aquellos procesos por los cuales las gentes se influyen mutuamente”*.

Asegura que la comunicación tiene tres partes fundamentales que son la percepción, la memoria y la expresión por lo cual en la comunicación los humanos se conectan entre sí.

(Picard, 1992), La comunicación sufre modificaciones y estas afectan la relación entre los otros elementos ya que todos están integrados.

Para (DeFleure, 1993), *“La comunicación ocurre cuando un organismo (la fuente) codifica una información en señales y pasa a otro organismo (el receptor) que decodifica las señales y es capaz de responder adecuadamente”*.

Ocurre la comunicación cuando el emisor envía un mensaje al receptor y este responde de manera breve, en los animales también ocurre este tipo de intercambio de información con la diferencia que las personas utilizan variedades de signos para su mensaje.

Según (Berlo, 1987), para el proceso de comunicación necesitamos de los siguientes elementos: la fuente, el emisor, el mensaje, el canal y el receptor.

Para (Weaver, 1949), *“el emisor es una fuente que posee más o menos complejidad, mientras que el receptor se trata de un órgano de llegada”*.

El emisor es la persona que da a conocer el mensaje al receptor mientras que este recibe el mensaje.

Para (Berlo, 1987), *“el mensaje es “La expresión de las ideas (contenido), de una forma determinada (tratamiento) y mediante el empleo de un código”*.

El mensaje es la expresión de la idea, sentimiento, pensamiento o cultura del emisor mediante el empleo de símbolos, los cuales se convierten en un mensaje y este es transferido al receptor por medio de un canal.

(McQuail y Windhal, 1997), La codificación del mensaje es cuando se traduce el comunicado a un idioma adecuado para el medio de comunicación o para el receptor.

(Serrano, 1992), *“El canal es el medio físico gracias a cuya estructuración, se transmite el mensaje, a diferencia del contexto que alude a la situación en que el mensaje es producido por el emisor e interpretado por el receptor”*.

El canal es el medio físico por donde se transmite el mensaje al receptor y por donde el receptor interpreta el mensaje.

(Arrugo, 2001), La comunicación es una herramienta para el hombre por la cual puede interpretar, reproducir o transmitir ideas, sentimientos, emociones o cultura, en la cual se transmite la esencia de la vida misma.

Para (Linares, 1997), la comunicación es el proceso en el cual el emisor envía un mensaje por medio de un canal al receptor el cual lo comprende.

Según (Barriga, 1986) la comunicación es el proceso de enseñanza y aprendizaje en la cual trabaja la mente y el lado cognitivo del individuo que envía el mensaje y el individuo que lo recibe el cual interpreta el mensaje.

(Jakobson, 1960) cada elemento de la comunicación cumple una función para lograr tener una buena percepción del mensaje transmitido, en el caso del destinatario o emisor y el receptor que también es destinatario ellos realizan la función emotiva la cual es formular el mensaje y decodificarlo, el comunicado es la función poética, contexto realiza el cargo referencial, el código la metalingüística y el canal la función fática, si uno de los elementos no cumpliera su cometido establecido el mensaje puede llegar al receptor de manera distorsionada y no habría un mensaje fluido.

2.5. Marco Legal

Para realizar esta investigación se analizan los siguientes documentos legales donde se encontraran las normas que rigen en el país en el tema de educación superior y la comunicación.

(Constitucion del Ecuador , 2008), sección de la Educación **“Art. 350.- El sistema de educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo.”** (Constitucion del Ecuador , 2008).

“Art. 356.- La educación superior pública será gratuita hasta el tercer nivel. El ingreso a las instituciones públicas de educación superior se regulará a través de un sistema de nivelación y admisión, definido en la ley. La gratuidad se vinculará a la responsabilidad académica de las estudiantes y los estudiantes” (Constitucion del Ecuador , 2008).

En la sección Séptima Comunicación Social **“Art. 384.- El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana”** (Constitucion del Ecuador , 2008).

Mediante estos Artículos de la constitución del Ecuador entendemos que todo ciudadano ecuatoriano puede acceder de manera gratuita a la educación superior en las diferentes Universidades o Tecnológicas públicos a nivel del país lo cuales están regulados por un sistema de nivelación y admisión.

Así como también la ley establece que la comunicación es un derecho irrenunciable de los ciudadanos quienes pueden expresarse de manera libre entre la sociedad.

La Ley de comunicación fue creada para el pleno y eficaz ejercicio del derecho a la comunicación de todas las personas. En el **“Art. 14.- Principio de interculturalidad y plurinacionalidad.- El Estado a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos a la comunicación promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; a fin de que éstas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua, con la finalidad de establecer y profundizar progresivamente una**

comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano” (Ley Organica de Comunicacion , 2013).

“Art. 17.- Derecho a la libertad de expresión y opinión.- Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley” (Ley Organica de Comunicacion , 2013).

“En los artículos ya mencionados de la Ley de Comunicación podemos entender que toda persona tiene derecho a la libre expresión por cualquier medio así como también se harán responsables de sus expresiones de acuerdo a la ley” (Ley Organica de Comunicacion , 2013). Los medios de comunicación promover la relación intercultural difundiendo contenidos en sus propias lenguas respetando y valorando las diferentes etnias que tiene el país.

En la (Ley Organica de Educacion Superior, 2010), nos indica que **“el derecho a la educación superior será de manera equitativa y de excelencia, todo los ciudadanos de cualquier comunidad, pueblo o nacionalidad tienen el derecho de participar en el sistema de nivelación y admisión que establece la ley para ingresar a las diferentes instituciones de educación superior públicos”**.

“Los sistemas que rigen la Educación Superior son: El Consejo de Educación Superior, El Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de La Educación Superior, los cuales por medio de sus representantes verifican que las instituciones cumplan la ley” (Ley Organica de Educacion Superior, 2010).

“El ingreso a las instituciones de educación Superior publica estará a cargo del sistema de nivelación y admisión en el cual el aspirante se someterá a una evaluación para determinar su nivel de conocimiento y así poder postularse a una carrera de su elección” (Ley Organica de Educacion Superior, 2010).

CAPITULO III METODOLOGÍA

3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo investigativo tiene un estudio etnográfico de tipo descriptivo, se pretende demostrar la falta de difusión de las carreras ofertadas por las diferentes universidades del país y cuantitativo porque se empleó encuestas para recopilar información para plantear una propuesta de solución sobre la problemática del conocimiento de los estudiantes de tercero de bachillerato del Colegio Mixto Fiscal Martha Bucaram de Roldós,, mediante un cuestionario de preguntas donde se determinara el grado de aceptación en temas de la Carrera de Comunicación Social.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

❖ DESCRIPTIVO:

A través de este método hemos descrito los problemas que hemos encontrado en el Colegio Fiscal Mixto Martha Bucaram de Roldós de la ciudad de Guayaquil, con relación a la poca o nada información sobre la carrera de Comunicación Social en discernimiento directo a los estudiantes a través de una conversación.

3.3. METODOLOGÍA

❖ ENFOQUE CUANTITATIVO:

Hemos utilizado este enfoque, en el Colegio Fiscal Mixto Martha Bucaram de Roldós porque hay una población de 250 estudiantes cursando el tercer año de bachillerato, de los cuales encuestamos una muestra de 152 estudiantes a quienes se le aplicó un cuestionario de 10 preguntas referentes a los datos que hemos recopilado durante nuestro trabajo de campo.

3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.

La encuesta por cuestionario:

A través de un cuestionario de 10 preguntas cerradas las cuales fueron obtenidas de la observación y trabajo de campo que se realizó en el Colegio Fiscal Mixto Martha Bucaram de Roldós.

3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población investigada está constituida por los jóvenes del grupo de 17 a 19 años residentes en la ciudad de Guayaquil. Según datos estadísticos aportados por el Colegio Fiscal Mixto Martha Bucaram de Roldós, la institución tiene una población de 250 estudiantes que pertenecen a esas edades de las especializaciones Contabilidad e Informática, los mismos que se encuentran cursando sexto año. La muestra es de 152 estudiantes los cuales contestaron un cuestionario de 10 preguntas relacionados a la carrera de Comunicación Social.

3.6. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LOS INSTRUMENTOS APLICADOS

Nivel de Confianza	Z= 95% (Valor estándar)	1,96
Error de Estimación	.e= 5% (Valor estándar)	0,05
Probabilidad de éxito	.p= 50% (Valor estándar)	0,5
Probabilidad de fracaso	.q= 50% (Valor estándar)	0,5
Población	N=	250

$$.n = \frac{Z^2 p q N}{e^2(N-1) + Z^2 p q}$$

$$.n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 250}{0,05^2(250 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$.n = \frac{3.84 \times 0.5 \times 0.5 \times 250}{0.0025 \times (249) + 3.84 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$.n = \frac{240}{1.58}$$

$$.n = 152$$

CUADROS Y GRÁFICOS

Pregunta #4

En su colegio realizan actividades como: periódico estudiantil, revistas, murales.

Tabla #15

Actividades que realizan los estudiantes.

#	Valoración	Valor	%
a)	Si	62	41
b)	No	90	59
Total		152	100

Elaborado por: Lissette Aviles T.

Fuente: Encuestas Realizadas a los estudiantes del Colegio Fiscal Martha Bucaram de Roldós

Figura #1

Actividades que realizan los estudiantes.



Elaborado por: Lissette Aviles T.

Fuente: Encuestas Realizadas a los estudiantes del Colegio Fiscal Martha Bucaram de Roldós

Análisis:

El 59% de los estudiantes encuestados no realizan actividades como periódico estudiantil, revista y mural y el 41% si ha realizado dichas actividades.

Pregunta #5

Tiene usted conocimiento sobre la carrera de Comunicación Social?

Tabla# 16

Conocimiento sobre la carrera

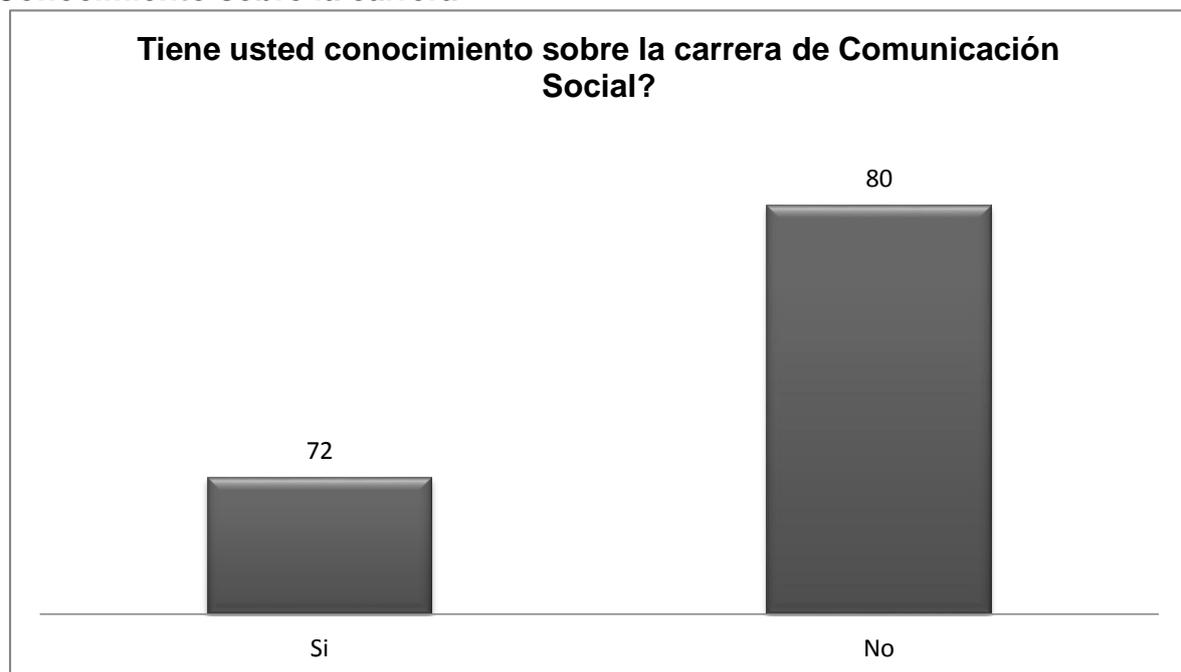
#	Valoración	Valor	%
a)	Si	72	47
b)	No	80	53
Total		152	100

Elaborado por: Lissette Aviles T.

Fuente: Encuestas Realizadas a los estudiantes del Colegio Fiscal Martha Bucaram de Roldós

Figura# 2

Conocimiento sobre la carrera



Elaborado por: Lissette Aviles T.

Fuente: Encuestas Realizadas a los estudiantes del Colegio Fiscal Martha Bucaram de Roldós

Análisis

El 53% de los estudiantes no tienen conocimiento específico de la carrera de Comunicación Social y el 47% de estudiantes tiene conocimiento.

Pregunta #6

Para usted de que se trata la carrera de Comunicación Social?

Tabla# 17

Conceptos de Comunicación Social

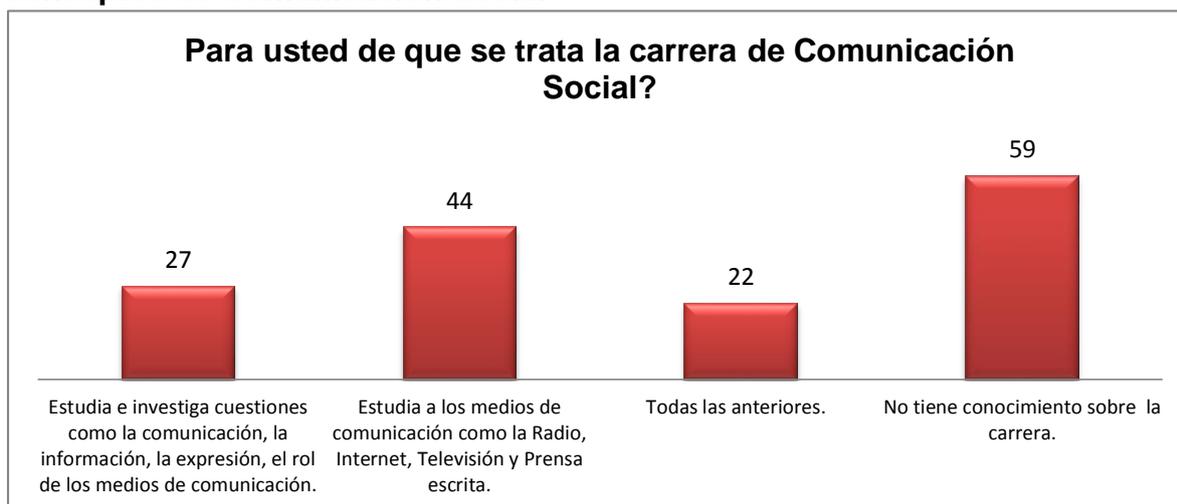
#	Valoración	Valor	%
a)	Estudia e investiga cuestiones como la comunicación, la información, la expresión, el rol de los medios de comunicación.	27	18
b)	Estudia a los medios de comunicación como la Radio, Internet, Televisión y Prensa escrita.	44	29
c)	Todas las anteriores.	22	14
	No tiene conocimiento sobre la carrera.	59	39
Total		152	100

Elaborado por: Lissette Aviles T.

Fuente: Encuestas Realizadas a los estudiantes del Colegio Fiscal Martha Bucaram de Roldós

Figura#3

Conceptos de Comunicación Social



Elaborado por: Lissette Aviles T.

Fuente: Encuestas Realizadas a los estudiantes del Colegio Fiscal Martha Bucaram de Roldós

Análisis:

El 39% de los estudiantes encuestados no tienen conocimiento sobre la carrera de Comunicación Social; el 29% piensa que estudia a los medios de comunicación como la radio, la televisión, prensa e internet; el 18% que estudia e investiga cuestiones como la comunicación, la información, la expresión y el rol de los medios de comunicación y el 14% piensa que todas las opciones son correctas.

Pregunta #7

¿Escogería usted la carrera de Comunicación Social?

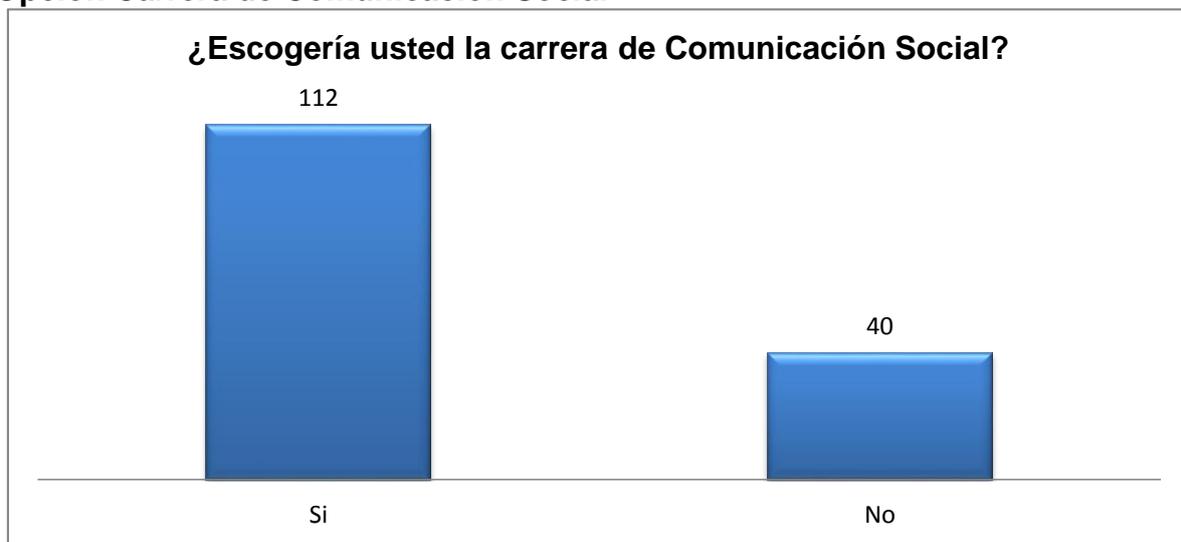
Tabla # 18
Opción Carrera de Comunicación Social

#	Valoración	Valor	%
a)	Si	112	74
b)	No	40	26
Total		152	100

Elaborado por: Lissette Aviles T.

Fuente: Encuestas Realizadas a los estudiantes del Colegio Fiscal Martha Bucaram de Roldós

Figura# 4
Opción Carrera de Comunicación Social



Elaborado por: Lissette Aviles T.

Fuente: Encuestas Realizadas a los estudiantes del Colegio Fiscal Martha Bucaram de Roldós

Análisis:

El 74% de los estudiantes de sexto año del Colegio Fiscal Mixto Martha Bucaram de Roldós si escogerían la carrera de Comunicación Social para su estudio universitario, mientras que el 26% no escogería dicha carrera.

Pregunta #8

Le gustaría realizar actividades que vayan ligadas a la carrera de Comunicación Social?

Tabla# 19
Actividades Ligadas a Comunicación Social

#	Valoración	Valor	%
a)	Si	102	67
b)	No	50	33
Total		152	100

Elaborado por: Lissette Aviles T.

Fuente: Encuestas Realizadas a los estudiantes del Colegio Fiscal Martha Bucaram de Roldós

Figura# 5
Actividades Ligadas a Comunicación Social



Elaborado por: Lissette Aviles T.

Fuente: Encuestas Realizadas a los estudiantes del Colegio Fiscal Martha Bucaram de Roldós

Análisis:

Al 67% de estudiantes del sexto año si le gustaría realizar actividades que vayan ligadas a la carrera de Comunicación Social y el 33% no le gustaría realizar dichas actividades.

Pregunta #9

¿Qué tan seguido le gustaría realizar actividades ligadas a la carrera de Comunicación Social?

Tabla# 20

Gusto por actividades de Comunicación Social

#	Valoración	Valor	%
a)	Semanal.	22	14
b)	Diarias.	12	8
c)	Mensual.	37	24
d)	Por Parcial.	81	54
Total		152	100

Elaborado por: Lissette Aviles T.

Fuente: Encuestas Realizadas a los estudiantes del Colegio Fiscal Martha Bucaram de Roldós

Figura# 6

Gusto por actividades de Comunicación Social



Elaborado por: Lissette Aviles T.

Fuente: Encuestas Realizadas a los estudiantes del Colegio Fiscal Martha Bucaram de Roldós

Análisis

El 54% de los estudiantes desearía realizar actividades ligadas a la carrera de Comunicación Social por parcial durante el año lectivo, es decir que serían 2 actividades, el 24% desea tener actividades de manera mensual, el 14% de manera semanal y 8% del alumnado desea actividades diarias.

Pregunta #10

¿Está usted de acuerdo en que debería la institución implementar actividades de las carreras que ofrece la Universidad de Guayaquil?

Tabla# 21

Implementación de Actividades de las carreras de la Universidad de Guayaquil

#	Valoración	Valor	%
a)	Totalmente de acuerdo.	64	42
b)	De acuerdo.	38	25
c)	Indiferente.	25	16
d)	En desacuerdo	15	10
e)	Totalmente en desacuerdo	10	7
Total		152	100

Elaborado por: Lissette Aviles T.

Fuente: Encuestas Realizadas a los estudiantes del Colegio Fiscal Martha Bucaram de Roldós

Figura# 7

Implementación de Actividades de las carreras de la Universidad de Guayaquil



Elaborado por: Lissette Aviles T.

Fuente: Encuestas Realizadas a los estudiantes del Colegio Fiscal Martha Bucaram de Roldós

Análisis:

El resultado indica que una alta tendencia con el 42% en el sentido que los estudiantes del colegio Fiscal Martha Bucaram de Roldós de sexto año están totalmente de acuerdo en que la institución debe implementar actividades de las carreras que ofrece la Universidad de Guayaquil.

CAPITULO IV

PROPUESTA

4.1. Título de la propuesta

Elaboración de una guía informativa sobre la carrera de Comunicación Social.

4.2. Introducción

Esta guía informativa tiene como objetivo explicar diferentes temas importantes que los estudiantes del tercer año de bachillerato deben conocer para escoger la carrera de comunicación social, así como también las distintas menciones que ofrecen las universidades y sus respectivas mallas académicas.

4.3. Objetivos

4.3.1. Objetivo general

- Diseñar una guía informativa para Motivar a los estudiantes a conocer el contexto general de la carrera de Comunicación Social a los estudiantes del tercer año de bachillerato del Colegio Fiscal Martha Bucaram de Roldós.

4.3.2. Objetivos específicos

- Difundir la carrera de Comunicación Social y su función en la sociedad.
- Promover la estructura curricular de la carrera de Comunicación Social con su propósito académico.

4.4. Destinatarios

250 Estudiantes del tercer año de bachillerato del Colegio Fiscal Mixto Martha Bucaram de Roldós capacitados.

4.5. Ubicación Sectorial

Dirección: Ciudadela Martha Bucaram de Roldós

Parroquia: Tarqui

Cantón: Guayaquil

Provincia: Guayas

Mapa

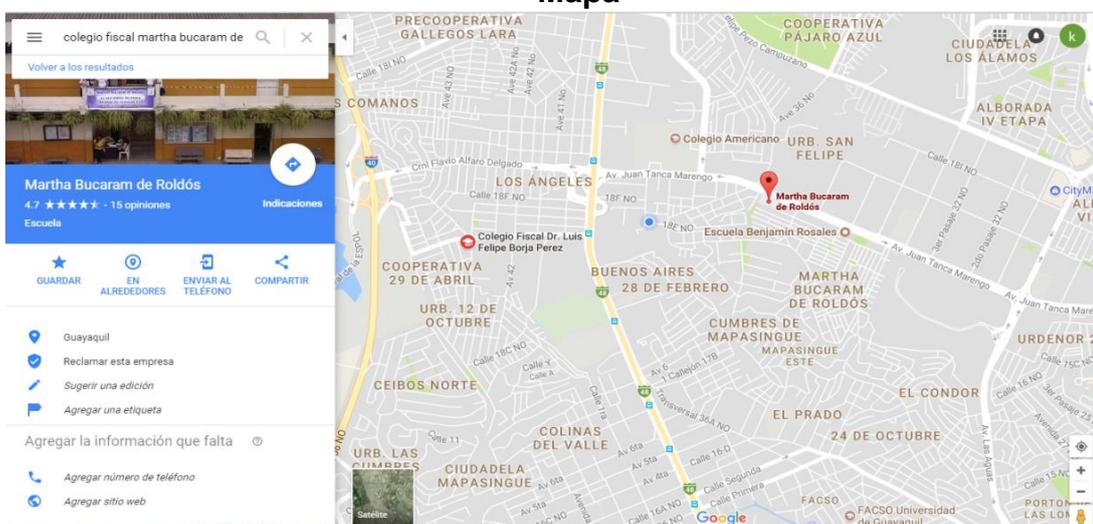


Foto: Google Maps.
Fuente: Google Maps

4.6. Contenido de la Propuesta

La guía informativa consiste en orientar sobre la carrera de Comunicación Social que desconocen los estudiantes del tercer año de bachillerato. La información que contiene este instrumento de trabajo está estructurada en diferentes áreas de la carrera de acuerdo a la nueva malla curricular que ofertan las diferentes universidades del país.

Los estudiantes encontraran de manera ágil toda la información que necesitan sobre la carrera de Comunicación Social en su guía informativa.

Esta guía de difusión y promoción de la carrera es fundamental para el Colegio Fiscal Martha Bucaram de Roldós, por que servirá como recurso informativo para una mejor difusión de la carrera a la hora de elección del estudiante al terminar sus estudios secundarios.

4.7. Plan de Acción

Tabla #22

Equipo de Acción

Coordinadora	Lisette Aviles Toala
Facilitador	Luis Franco López
Técnico	Pablo Mera Yagual

Elaborado por: Lisette Aviles T.
Fuente: Lisette Aviles T.

Tabla #23

Plan de Acción

Fecha	Actividad	Duración	Responsable	Recursos	Lugar
Enero del 10 – 26	Elaboración de guía	16 días	Lisette Aviles T.	hojas - computadora - impresora	Casa
Febrero del 15 – 30	impresión de guías	15 días	Luis Franco L.	impresora	Imprenta
Marzo del 15 – 18	Permisos en la Institución	3 días	Lisette Aviles T.	Certificados	Colegio Fiscal Martha Bucaram de Roldós
Abril del 01 al 30	Capacitación	1 mes	Lisette Aviles T.	Guías - infocus - computadora	Colegio Fiscal Martha Bucaram de Roldós
Mayo del 01 al 30	Talleres	1 mes	Pablo Mera Y.	Guías	Colegio Fiscal Martha Bucaram de Roldós

Elaborado por: Lisette Aviles T.
Fuente: Lisette Aviles T.

4.8. Presupuesto de la Propuesta

Tabla #24
Presupuesto

Materiales	Valor Unitario	Valor Total 250 Guías
50 Hojas A4	\$1,00	250,00
Tinta para impresora	\$35,00	\$35,00
Anillado	\$1,50	\$375,00
Computadora	\$0,00	0,00
Impresora	\$0,00	0,00
Infocus	\$0,00	\$0,00
Imprenta	\$2,00	\$500,00
Total	\$39,50	\$1,160.00

Elaborado por: Lissette Aviles T.
Fuente: Lissette Aviles T.

4.9. Diagrama de la Guía

Imagen # 1
Imagotipo de la Portada



Fuente: Imagotipo de la Portada
Elaborado por: Aviles Toala Lissette Cassandra

4.10. Contenido de la Guía

Imagen #2 Contenido de Guía

Contenido

Introducción.....	3
I. <u>Conceptos.</u>	
Comunicación Social.....	4
Comunicación.....	5
Medios de Comunicación.....	6
Radio.....	7
Televisión.....	8
Prensa Escrita.....	9
Prensa digital.....	10
II. <u>Universidades que ofertan la carrera de Comunicación Social.</u>	
Universidad de Guayaquil.....	11
Universidad Tecnológica Equinoccial.....	12
Universidad Metropolitana.....	13
Universidad de Loja.....	14
Universidad Pontifica Católica del Ecuador.....	15

Fuente: Contenido de diferentes universidades del Ecuador
Elaborado por: Aviles Toala Lissette Kassandra

Imagen #3
Contenido de la Guía

Tecnológico IIV.....	16
Universidad de las Américas.....	17
Universidad Internacional del Ecuador.....	18
Universidad Casa grande.....	19
III. <u>Horarios y Modalidades</u>	20
IV. <u>Malla Curricular</u>	
Universidad de Guayaquil.....	22
Universidad Tecnológica Equinoccial.....	23
Universidad Metropolitana.....	24
Universidad de Loja.....	25
Universidad Pontifica Católica del Ecuador.....	26
Tecnológico IIV.....	27
Universidad de las Américas.....	28
Universidad Internacional del Ecuador.....	29
Universidad Casa grande.....	30
V. <u>Menciones</u>	
Mención en Producción Audiovisual y Multimedia.....	32
Mención en Relaciones Publicas.....	33
Mención en Comunicación y Literatura.....	34
Mención en Marketing y Gestión Empresarial.....	35
Mención en Redacción Y Creatividad Estratégica.....	36
Mención en Relaciones Publicas y Comunicación Organizacional.....	37
VI. Talleres.....	38

Fuente: Contenido de diferentes universidades del Ecuador
Elaborado por: Aviles Toala Lissette Kassandra

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Gracias a los datos obtenidos por medio de las encuestas empleadas a 152 estudiantes del tercer año de bachillerato del Colegio Fiscal Mixto Martha Bucaram de Roldós, hemos concluido que los estudiantes están de acuerdo con la implementación de una guía informativa donde podrán obtener la información necesaria que ofertan las diferentes universidades del país sobre la Carrera de Comunicación social.

Recomendaciones

- ✓ Incentivar a los estudiantes a conocer la guía informativa para mejorar la información sobre la carrera de Comunicación Social.
- ✓ Promover a los docentes a realizar actividades relacionadas con la carrera de Comunicación Social.
- ✓ Plan de capacitaciones
- ✓ Charla en la institución
- ✓ Se recomienda que esta guía sirva como una fuente de información para los estudiantes y los docentes para su orientación al momento de despejar dudas sobre la carrera de Comunicación Social así como también mejorar la elección de la carrera universitaria.

BIBLIOGRAFÍA

- Aramayo, M. Z. (1996). Obtenido de <http://seminariotcomedujee.blogspot.com/2012/12/marco-conceptual.html>
- Arrugo. (2001). Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/barba_g_f/capitulo2.pdf
- Calanche, E. (2007). *Carrera de Comunicacion Social*. Obtenido de <https://www.aporrea.org/medios/a37394.html>
- Cestero, A. (1999). Obtenido de http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/paralinguistico.htm
- Chiavenato, I. (2006). Obtenido de <https://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html>
- Consejo de Educacion Superior del Ecuador*. (2017). Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Consejo_de_Educaci%C3%B3n_Superior_del_Ecuador
- Constitucion del Ecuador* . (2008). Obtenido de http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf
- DeFleure. (1993). Obtenido de <http://www.efdeportes.com/efd178/componentes-del-proceso-comunicativo.htm>
- Emile, D. (1990). Obtenido de <http://seminariotcomedujee.blogspot.com/2012/12/marco-conceptual.html>
- Fajardo, L. (2009). Obtenido de <http://revistas.unal.edu.co/index.php/formayfuncion/article/view/23763/36061>
- Fonseca, M. d. (2007). Obtenido de <https://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html>
- Gestal, C. F. (2009). *Comunicacion Gestual*. Obtenido de <http://altorendimiento.com/la-representacion-gestual-como-medio-de-comunicacion-es-uno-de-los-procesos-innatos-que-todos-los-seres-humanos-van-modificando-a-lo-largo-de-su-vida-y-es-el-objeto-de-estudio-por-la-expresion-corpora/>
- Gondra. (1996). Obtenido de <http://seminariotcomedujee.blogspot.com/2012/12/marco-conceptual.html>
- Lamb Charles, H. J. (2006). *Marketing*.

- Laswell, H. (1948). *Modelo de Comunicacion de Harold Laswell*. Obtenido de <http://loquemepidiomiprofesora.blogspot.com/2013/03/modelo-de-comunicacion-de-harold-laswell.html>
- Ley Organica de Comunicacion* . (2013). Obtenido de http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf
- Ley Organica de Educacion Superior*. (2010). Obtenido de <https://procuraduria.utpl.edu.ec/sitios/documentos/NormativasPublicas/Ley%20Org%C3%A1nica%20de%20Educaci%C3%B3n%20Superior%20Codificada.pdf>
- Linares, A. V. (1997). Obtenido de <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/icap/unpan040441.pdf>
- McQuail y Windhal*. (1997). Obtenido de <http://www.efdeportes.com/efd178/componentes-del-proceso-comunicativo.htm>
- Merino, J. P. (2008). *Definicion de Periodismo*. Obtenido de <http://definicion.de/periodismo/>
- Picard, M. y. (1992). Obtenido de <http://www.efdeportes.com/efd178/componentes-del-proceso-comunicativo.htm>
- Saballs, J. (1999). Obtenido de https://prezi.com/ev0igg5_nnwh/teoria-de-la-comunicacion-de-aristoteles/
- Serrano. (1992). Obtenido de <http://www.efdeportes.com/efd178/componentes-del-proceso-comunicativo.htm>
- Stanton, E. y. (2007). Obtenido de <https://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html>

Anexos

Anexo #1
Cuestionario de Preguntas



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL FACULTAD DE
COMUNICACIÓN SOCIAL CARRERA:
COMUNICACIÓN SOCIAL**



**TEMA: "ESTUDIO DEL CONOCIMIENTO SOBRE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN SOCIAL EN LOS ESTUDIANTES DE LAS
INSTITUCIONES FISCALES DE GUAYAQUIL"**

EXTIENDO A USTED UN AFECTUOSO SALUDO ESTIMADO ESTUDIANTE.
SOLICITANDO MUY ATENTAMENTE QUE CONTESTE LAS SIGUIENTES
PREGUNTAS DE ESTA ENCUESTA.

1.- Edad: a) 17 b) 18 c) 19

2.- Genero:

a) Masculino b) Femenino

3.- Especialización:

a) Contabilidad b) Informática

4.- En su colegio realizan actividades como: periódico estudiantil, revistas, murales.

a) Si

b) No

5.- Tiene usted conocimiento sobre la carrera de Comunicación Social?

a) Si

b) No

6.- Para usted de que se trata la carrera de Comunicación Social?

- a) Estudia e investiga cuestiones como la comunicación, la información, la expresión, el rol de los medios de comunicación.
- b) Estudia a los medios de comunicación como la Radio, Internet, Televisión y Prensa escrita.
- c) Todas las anteriores.
- d) No tiene conocimiento sobre la carrera.

7.- ¿Escogería usted la carrera de Comunicación Social?

- a) Si
- b) No

8.- Le gustaría realizar actividades que vayan ligadas a la carrera de Comunicación Social?

- a) Si
- b) No

9.- ¿Que tan seguido le gustaría realizar actividades ligadas a la carrera de Comunicación Social?

- a) Semanal
- b) Diarias
- c) Mensual
- d) Por Parcial

10.- ¿Está usted de acuerdo en que debería la institución implementar actividades de las carreras que ofrece la Universidad de Guayaquil?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Indiferente
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo.

**Anexo #2
Imagen #4**



Fuente: Colegio Fiscal Martha Bucaram de Roldós

**Anexo #3
Imagen #5**



Fuente: Colegio Fiscal Martha Bucaram de Roldós

Anexo# 4



Guayaquil, 19 de Junio del 2017

Msc. Alexandra Vega Álvarez
Rectora
Colegio Fiscal Mixto Martha Bucaram de Roldós

De mis Consideraciones.-

Por medio de la presente Yo **Lisette Kassandra Aviles Toala** con C.I. **092721252-2**, estudiante de la **Universidad de Guayaquil** carrera **Comunicación Social** y ex alumna del colegio, solicito a usted me conceda el permiso para realizar encuestas a los estudiantes del **tercer año de Bachillerato de las especializaciones Contabilidad e Informática** de este distinguido plantel, dichas encuestas son basadas a la tesis que en la actualidad me encuentro realizando a cargo de la tutora **Msc. Rocio Alarcon Quiñonez**.

Tema de Tesis: **"Estudio del conocimiento sobre la carrera de Comunicación Social que tienen los estudiantes de las Instituciones Fiscales de Guayaquil"**.

Agradeciendo su tiempo prestado y esperando una respuesta positiva.

Adjunto modelo de encuesta ya aceptada por la tutora.

Atte.


Lisette Kassandra Aviles Toala
C.I. 092721252-2

Procedo a los 2:40
20/06/2017

