

Guía para examen de Grado de carácter
complejivo

GUÍA PARA EXAMEN DE GRADO DE CARÁCTER COMPLEJIVO

Carrera de Comunicación Social.

Comisión de Examen de Grado
Carrera de Comunicación Social, Facultad Ciencias Administrativas, Gestión
Empresarial e Informática

Abril 2020

Guía para examen de Grado de carácter complejo

Contenido

Generalidades	4
Definición	4
Objetivo y Características del Examen de Grado	4
Naturaleza del Examen de Grado de Carácter Complejo	5
Modalidad del Examen de Grado de Carácter Complejo	5
Preparación para el Examen de Grado de Carácter Complejo	6
Alcance del Examen de Grado	6
Preparación para el Examen de Grado	16
Eventos de Actualización	17
Tutorías	18
Preguntas tipo para el Examen Complejo	19
Bibliografía Recomendada	21
Evaluación y Aprobación	24
Indicaciones Generales	25
Cronograma	26
Información de contacto	28

Guía para examen de Grado de carácter complejo

Generalidades

Definición

Es una evaluación teórico-práctica con un alto nivel de complejidad y exigencia académica que busca evidenciar la capacidad del estudiante para hacer uso de sus conocimientos, habilidades y desempeños en la resolución de problemas, dilemas o desafíos en el ámbito de su profesión.

Objetivo y Características del Examen de Grado

De acuerdo al artículo 21 del Reglamento de Régimen Académico (2013 actualización 2014) emitido por el Consejo de Educación Superior, el Examen de Grado tiene como objetivo validar académicamente los conocimientos, habilidades y desempeños adquiridos en la Carrera para la resolución de problemas, dilemas o desafíos de la profesión.

El Examen de Grado debe tener las siguientes características:

- Ser de carácter complejo, articulado al perfil de egreso.
- Tener el mismo nivel de complejidad, tiempo de preparación y demostración de resultados de aprendizaje que el exigido por un trabajo de titulación.
- Su preparación y ejecución debe realizarse en similar tiempo del trabajo de titulación.
- Las evaluaciones teóricas y/o prácticas deben ser enfocadas a la resolución de problemas, dilemas o desafíos de la profesión.

De acuerdo al artículo 32 del Reglamento de Régimen Académico (2019) emitido por el Consejo de Educación Superior literal b) establece:

b) La aprobación de un examen de carácter complejo, mediante el cual el estudiante deberá demostrar el manejo integral de los conocimientos adquiridos a lo largo de su formación.

Guía para examen de Grado de carácter complejo

Y en mismo artículo en el párrafo 6 defino que: El desarrollo de esta unidad deberá asegurar la evaluación y calificación individual, con independencia de los mecanismos de trabajo implementados.

Naturaleza del Examen de Grado de Carácter Complexivo

El Examen de Grado busca evaluar los siguientes objetivos de aprendizaje definidos en el perfil de egreso de la Carrera:

- Relaciona los conocimientos de la comunicación para estructurar formatos comunicacionales para radio, prensa, televisión y en instituciones públicas, privadas y comunitarias
- Aplica técnicas y estrategias para el desarrollo de campañas de comunicación e información en el ámbito social, político, deportivo, cultural, etc.
- Diseña la imagen corporativa de empresas públicas y privadas
- Dirige y gestiona los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios
- Ejercer consultoría dentro del ámbito de su competencia.
- Desarrolla proyectos de investigación en el área de la comunicación social.

Modalidad de Examen de Grado de Carácter Complexivo

El Examen de Grado está conformado por dos componentes: un componente teórico y un componente práctico.

El componente teórico corresponde a un examen de base estructurada, el cual presentará 100 reactivos, de los cuales el alumno debe seleccionar una respuesta correcta entre cuatro opciones.

Guía para examen de Grado de carácter complejo

El componente práctico abordará la resolución de un ejercicio práctico que tenga relación con el perfil profesional del estudiante.

Preparación para el Examen de Grado de Carácter Complejivo

El Examen de Grado requiere del mismo tiempo de preparación que el exigido en las otras formas de titulación.

La Carrera proporcionará al estudiante eventos de actualización por 80 horas, así como también tutorías para la resolución de los casos prácticos (5 encuentros con una duración de 1 hora cada encuentro).

Alcance del Examen de Grado

El Examen de Grado está articulado al perfil de egreso, y toma en consideración las áreas en las que ha sido formado el estudiante. Las áreas determinadas por la Comisión para el Examen de Grado son: Contabilidad, Auditoría y Administración (ver Figura 1). Las asignaturas correspondientes a las áreas que serán evaluadas se presentan en la Figura 2, las mismas que corresponden a asignaturas obligatorias que forman parte del currículo académico actual de la Carrera. Las temáticas correspondientes a las distintas asignaturas se presentan en la Tabla 1. La Tabla 2 presenta un resumen del número de preguntas de cada área del componente teórico. El componente práctico contará con cuatro casos de aplicación, uno por cada área

Guía para examen de Grado de carácter complejo



Tabla 1. Temáticas a ser evaluadas

Guía para examen de Grado de carácter complejo



Figura 1. Áreas que serán evaluadas

Figura 2 Asignaturas que conforman las distintas áreas que serán evaluados

Asignatura	Temática
FOTOGRAFÍA PERIODÍSTICA	UNIDAD 1; Comunicación e imagen; Construcción de la imagen; Teoría de la imagen; Historia de la fotografía; Cámara oscura; Primeros procesos fotográficos; Principios básicos de fotografía; Lenguaje fotográfico; Atribuciones fotográficas; Elementos de una cámara; Obturación y diafragma; Tipos de cámara fotográfica; Réflex Visor óptico; Formatos fotográficos; Iluminación;

Guía para examen de Grado de carácter complejivo

	<p>Planos de fotografía;</p> <p>UNIDAD 2;</p> <p>Periodismo y fotografía;</p> <p>Definiciones del oficio;</p> <p>Géneros foto periodísticos;</p> <p>Foto noticia;</p> <p>Foto reportaje corto;</p> <p>Foto reportaje profundo;</p> <p>Ensayo foto periodístico;</p> <p>Retrato foto periodístico;</p> <p>Categorías fotográficas;</p> <p>Columna foto periodística;</p> <p>Imagen foto periodística;</p> <p>UNIDAD 3;</p> <p>Fotografía digital;</p> <p>Fotografía de estudio;</p> <p>Backgrounds;</p>
<p>PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN II</p>	<p>UNIDAD 1</p> <p>El Procesos de producción de televisión</p> <p>Pre Producción</p> <p>Fase de planificación</p> <p>Análisis y aprobación de guiones y contenidos</p> <p>Planificación de recursos</p> <p>Locaciones</p> <p>Casting</p> <p>Producción</p> <p>Producción audiovisual;</p> <p>Post Producción</p> <p>Edición digital</p> <p>Masterización</p> <p>Elementos de animación</p> <p>Incrustación de imágenes y animaciones</p> <p>Incrustación de sobreimposiciones</p> <p>UNIDAD 2</p> <p>Importancia del sonido;</p> <p>Set virtual y escenografía física</p> <p>Iluminación televisiva</p> <p>Triada iluminativa</p> <p>Formatos y tamaños televisivos</p> <p>Software de edición digital de tv;</p> <p>Telephomter</p> <p>Stand Ups</p>

Guía para examen de Grado de carácter complejivo

	<p>UNIDAD 3</p> <p>Arquitectura general para la planificación para realización de proyecto audiovisual</p> <p>Manejo de efectos de audio; Efectos de video;</p> <p>Realización de imágenes en territorio</p> <p>Reportería</p> <p>Producción de campo</p> <p>Composición del proyecto televisivo</p> <p>Edición de proyecto televisivo</p> <p>Producción en estudio</p> <p>Equipos y espacios del set televisivo</p> <p>Manejo de sistema digital de televisión</p> <p>Manejo de Software de Producción en vivo</p> <p>Streaming</p> <p>Escaleta para programas en vivo</p> <p>Grabación en directo mediante cámaras simultánea Data Video</p> <p>UNIDAD 4</p> <p>Parametrización de productos audiovisuales pre grabados</p> <p>Transmisión en directo, claves, llaves y calidad vía Streaming</p> <p>Evaluación de impacto del producto televisivo al aire.</p>
<p>REDACCIÓN PERIODÍSTICA II</p>	<p>Unidad 1</p> <p>Introducción a la redacción periodística; Hacia el estilo periodístico ideal / la claridad y legibilidad</p> <p>Concisión, claridad y redundancia</p> <p>Estilo Directo e Indirecto: Pirámide invertida;</p> <p>Actualidad / Novedad / Importancia;</p> <p>Jerarquización de la información</p> <p>Normas lingüísticas</p> <p>Cobertura y fuentes</p> <p>Unidad 2</p> <p>Estructura de las noticias: Piramidal / Cronológica / De enumeración de los hechos</p> <p>Noticias: Recopilación, redacción, fotografía, pie de foto</p>

Guía para examen de Grado de carácter complejivo

	<p>Redacción periodística y géneros periodísticos: Noticia, Entrevista, Reportaje, Artículo, Editorial, Crónica. Extensión y el tamaño de las noticias: Cortos/ Breves / Fotonoticia / Fotoreportaje</p>
<p>PRODUCCIÓN DE MEDIOS IMPRESOS II</p>	<p>Unidad 1 Fases para la elaboración de un periódico Las salas de Redacción (funciones del director; subdirector, jefe de redacción; el editor, el periodista, diagramación, distribución, boxeadores, publicidad). Jerarquización de información y secciones Diseño editorial: periódicos y revistas / medios impresos y digitales Periodismo digital: Generar, producir y redactar para medios digitales. Medios impresos para Relaciones Públicas: revistas, cómics, productos comunicacionales. Bocetos, machotes digitales; tamaños y formatos de los impresos.</p> <p>Unidad 2 Cómo elaborar un periódico. Diseño: InDesign Temas: Hacia dónde va el periodismo en la era digital. Niveles éticos como garantía de un periodismo de calidad. Hacia una sociedad hiperconectada. Periodistas: adaptarse o desaparecer. Periodismo y tecnología. Tendencias del periodismo actual impreso.</p>
<p>EDUCOMUNICACIÓN</p>	<p>Unidad 1 CONCEPTUALIZACIÓN, Historia; Medios de Comunicación; Medios de comunicación transformaciones culturales; Comunicación y calidad; Sociedad de la información cultura y educación; El nuevo contexto de la sociedad de la información;</p>

Guía para examen de Grado de carácter complejivo

	<p>Comunicación mediática Unidad 2 PEDAGOGÍA DE LA COMUNICACIÓN El papel de los medios de comunicación en la educación; Publicar la educomunicación en la Universidad del siglo; Dimensión de la ética de la educomunicación; Responsabilidad que implica educar y comunicar; La educomunicación como nuevo paradigma Hacia una definición de la educación para la comunicación; La teoría de las seis dimensiones de la educación para medios.</p>
<p>TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN COMUNITARIA II</p>	<p>Unidad 1 DEFINICIÓN DEL TALLER COMUNITARIO Periodismo Tradicional Periodismo Comunitario El rol del comunicador Conceptualización El periodismo como servicio social; Principales características de los medios de comunicación comunitarios- Qué rol cumplen; Medio comunitario más difundido y por qué; Cómo fortalecer las identidades comunitarias; Unidad 2 Nuevas herramientas de comunicación que favorecen la difusión de proyectos y problemáticas locales; Que es la red de interlocutores-Qué características tiene la comunicación en las organizaciones sociales; Cuáles son las diferencias entre comunicación hegemónica y comunicación participativa; Cuáles son las características de la comunicación Barrial-Comunitaria-Popular</p>

Guía para examen de Grado de carácter complejivo

	<p>Unidad 3 DIMENSIONES DE LA COMUNICACIÓN COMUNITARIA Qué dimensiones organizacionales hay que tener en cuenta para intervenir desde la comunicación; Por qué es importante realizar un análisis de la organización para armar una estrategia de comunicación; Objetividad e imparcialidad; Las fuentes de información La veracidad en la información Habilidades del reportero para obtener información El periodista y la sociedad; Qué es la comunidad; El barrio y la ciudad; Los medios comunitarios; Los medios de comunicación y su relación con la sociedad;</p>
<p>RADIO II</p>	<p>UNIDAD 1 EL LENGUAJE RADIOFÓNICO, La palabra, Funciones de la palabra, Recomendaciones para el uso de la palabra, La música, Funciones de la música, Recomendaciones de la música, Los efectos sonoros, Funciones de los efectos sonoros, Recomendaciones para el uso de los efectos sonoros, El silencio, Funciones del silencio, Recomendaciones para el uso del silencio, UNIDAD 2 ESTRUCTURA DE LA RADIO Organización de una radio generalista de gran audiencia Organización de una emisora musical de gran cobertura Organigrama tipo de una emisora de pequeña cobertura Áreas de trabajo, rutinas de producción</p>

Guía para examen de Grado de carácter complejivo

	<p>diarias y perfiles profesionales UNIDAD 3 ¿CÓMO HACER RADIO? La planificación sonora y la construcción del espacio El montaje radiofónico y sus técnicas El movimiento y la dirección a través del espacio radiofónico El tiempo y la narración en la radio El guion radiofónico</p>
<p>PRODUCCIÓN DE RADIO II</p>	<p>UNIDAD 1 EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS RADIOFÓNICOS, Socialización del sílabo, La creación de programas radiofónicos, concepto y diseño de programas radiofónicos, la audiencia, la titularidad de la emisora, los ingresos comerciales, las misiones empresariales y los contenidos, la duración y franja de emisión, los recursos humanos y técnicos, Seminario cobertura 1, Lectura dirigida Lectura radiofónica El programa como unidad de tiempo, contenidos y tratamientos radiofónicos, programas y programación, programas y secciones, programas y géneros, cuestionarios para la construcción de un programa, un caso práctico, concepto y características, objetivos, contenido, UNIDAD 2 EL PROGRAMA DEL MAGACIN, Concepto y características, La construcción de la unidad, Titulo, la construcción de la variedad, la producción del magacín,</p>

Guía para examen de Grado de carácter complejivo

	<p>Seminario cobertura 2, UNIDAD 3 PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS RADIALES, Producción de programas informativos, Producción de programas deportivos, Producción de programas musicales, Producción de programas de entretenimiento, La publicidad formas de emisión,</p>
<p>IMAGEN CORPORATIVA</p>	<p>Unidad 1 La importancia de la imagen en las empresas Diferencias entre identidad e imagen corporativa. Situaciones de cambio de la Imagen Corporativa Responsabilidad Social Corporativa y reputación corporativa Relación entre imagen, reputación y RSC. Reputación Corporativa. Unidad 2 La identidad visual corporativa y el naming Estrategias de la identidad visual corporativa. Características de la imagen actitud. Niveles de imagen corporativa. Identidad corporativa Identidad individual e identidad social</p>
<p>COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL</p>	<p>Unidad 1 Gestión de la comunicación organizacional Comunicación estratégica en la crisis La comunicación en las organizaciones Tendencias fundamentales de la comunicación organizacional. Estrategias de comunicación. El papel del comunicador organizacional. Clima laboral . Tendencias de la comunicación interna.</p>

Guía para examen de Grado de carácter complejo

ÁREA	ASIGNATURA	NÚMERO DE PREGUNTAS	PORCENAJE DE APOORTE AL EXAMEN
MEDIOS AUDIOVISUALES	Fotografía Periodística	5	20%
	Producción de Televisión II	15	
MEDIOS IMPRESOS	Redacción Periodística II	5	20%
	Producción de Medios Impresos II	15	
MEDIOS RADIOFÓNICOS	Radio II	5	20%
	Producción de Radio II	15	
COMUNICACIÓN COMUNITARIA	Educomunicación	10	20%
	Teoría de la Comunicación Comunitaria	10	
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Imagen Corporativa	10	20%
	Comunicación Organizacional	10	

Tabla 2. Número de Preguntas por Área para Componente Teórico

Preparación para el Examen de Grado

La Carrera proporcionará al estudiante eventos de actualización de conocimientos y tutorías para el desarrollo de su caso práctico.

La Tabla 3 resume la cantidad de horas que el estudiante debe invertir en su preparación para el Examen de Grado, así como la cantidad de horas de los eventos de actualización

Guía para examen de Grado de carácter complejo

Tabla 3. Preparación para Examen de Grado

COMPONENTE	ASIGNATURA	PREPARACIÓN AUTÓNOMA	EVENTOS DE ACTUALIZACIÓN
TEÓRICO	Fotografía Periodística	24	4
	Producción de Televisión II	30	12
	Redacción Periodística II	24	4
	Producción de Medios Impresos II	30	12
	Radio II	24	4
	Producción de Radio II	30	12
	Educomunicación	27	8
	Teoría de la Comunicación Comunitaria	27	8
	Imagen Corporativa	27	8
	Comunicación Organizacional	27	8
TOTAL (HORAS)		270	80
COMPONENTE PRÁCTICO	Ejercicio Práctico	45	
	Tutorías	5	
TOTAL		400	

Eventos de actualización de conocimientos

Permitirán actualizar los conocimientos de los estudiantes, los cuales se llevarán a cabo desde el 11 al 22 de mayo del 2020, con base en el detalle presentado en la Tabla 4. Este evento de actualización se lo realizará de forma virtual, utilizando las siguientes aplicaciones: ZOOM y plataforma EVEA.

Guía para examen de Grado de carácter complejivo

Asignatura	Profesor	Fecha	Horario
Fotografía Periodística Producción de Tv II	Lic. Danilo Villarroel	11/05/2020 12/05/2020	08h00-12h00/ 14h00-18h00 08h00-12h00 /14h00-18h00
Radio II Producción de Radio II	Lic. Bladimir Guarnizo	13/05/2020 14/05/2020	08h00-12h00/ 14h00-18h00 08h00-12h00 /14h00-18h00
Redacción Periodística II Producción de Medios Imp. II	Lic. Marcelo Barriga	15/05/2020 18/05/2020	08h00-12h00/ 14h00-18h00 08h00-12h00 /14h00-18h00
Imagen Corporativa Comunicación Organizacional	Lic. Lissette Zambrano	19/05/2020 20/05/2020	08h00-12h00/ 14h00-18h00 08h00-12h00 /14h00-18h00
Educomunicación Teoría de la Comunicación Comunitaria II	Lic. Kleber Romero	21/05/2020 22/05/2020	08h00-12h00/ 14h00-18h00 08h00-12h00 /14h00-18h00

Tabla 4. Eventos de actualización de conocimientos

11/05/2020	12/05/2020	13/05/2020	14/05/2020	15/05/2020
Lic. Danilo Villarroel Medios Audiovisuales	Lic. Danilo Villarroel Medios Audiovisuales	Lic. Bladimir Guarnizo Medios Radiofónicos	Lic. Bladimir Guarnizo Medios Radiofónicos	Lic. Marcelo Barriga Medios Impresos
18/05/2020	19/05/2020	20/05/2020	21/05/2020	22/05/2020
Lic. Marcelo Barriga Medios Impresos	Lic. Lissette Zambrano Comunicación Corporativa	Lic. Lissette Zambrano Comunicación Corporativa	Lic. Kleber Romero Comunicación Comunitaria	Lic. Kleber Romero Comunicación Comunitaria

Tutorías para el desarrollo del ejercicio práctico

Permitirá resolver las dudas que tengan los estudiantes sobre los casos prácticos de las diferentes asignaturas se llevará a cabo del 2 al 9 de julio del 2020 de acuerdo al detalle de la tabla 5

Guía para examen de Grado de carácter complejo

En la semana del 2 al 9 de julio del 2020 los señores docentes que tienen horas para titulación ofrecerán tutorías a los señores estudiantes para los casos prácticos

Profesor	Correo electrónico	Teléfono celular
Lic. Danilo Villarroel	dvillarroel@ueb.edu.ec	0995384193
Lic. Bladimir Guarnizo	bguarnizo@ueb.edu.ec	0997933089
Lic. Marcelo Barriga	mbarriga@ueb.edu.ec	0998402290
Lic. Lisete Zambrano	mzambrano@ueb.edu.ec	0994087138
Lic. Kleber Romero	rromero@ueb.edu.ec	0995691207
Renato Cabezas	jcabezas@ueb.edu.ec	0987888432
Renato Valle	dvalle@ueb.edu.ec	0984220983
Miguel Ocaña	jocaña@ueb.edu.ec	
Sandra Paredes	sparedes@ueb.edu.ec	0986953567
Gabriela Jarrín	gjarrin@ueb.edu.ec	
Margoth Chávez	elmmargoth@ueb.edu.ec	

Tabla 5. Tutorías

Tipo de preguntas para el Examen Complejivo

A continuación, presentamos ejemplos de preguntas de las distintas asignaturas, las respuestas son marcadas de color amarillo

1.- ¿Cuáles fueron las principales transformaciones que dieron como resultado la constitución de las sociedades surgidas a principios de la Europa Moderna?

- A. El cambio económico de la sociedad feudal a la capitalista
- B. Transformaciones institucionales
- C. Proceso de cambio políticos y sociales en Europa
- D. Ninguno

2.- Como parte de la construcción social, existen otras formas de comunicación que rompen con los esquemas socialmente aceptados. El graffiti es uno de estos que tiene una clara contraposición al orden establecido ¿por qué?

- A. Por aportar a un orden establecido
- B. Busca un efecto social de fuerte carga ideológica y transgresora
- C. Busca el consumo de lo anunciado
- D. Ninguno

3.- ¿Señale cuáles son las dimensiones de la educomunicación?

Guía para examen de Grado de carácter complejo

A. Socialidad, reciprocidad, relacionalidad e intercultural, cultura de la acogida, educación y calidad de vida

- B. Socialidad, reciprocidad, interacción, cultura de la acogida, educación y calidad de vida
- C. Socialidad, reciprocidad, relacionalidad e intercultural, red afro, promoción y calidad de vida
- D. Todas

4.- ¿Qué es la participación ciudadana?

- A. Es la habilidad que tiene una persona para participar frente a un público
- B. Derecho que tienen las personas para estar presente en actos de las instituciones privadas
- C. Obligación que tienen las instituciones privadas para incluir a personas en toma de decisiones que se realice
- D. Es el derecho que tiene todo ciudadano para participar en la toma de decisiones de los gobernantes que reciben fondos públicos**

5.- ¿Quiénes se encargan de viabilizar una democracia representativa, participativa y deliberativa?

- A. Gobiernos autónomos descentralizados
- B. Instancias públicas democráticas y el estado ecuatoriano**
- C. Consejo nacional electoral
- D. Ninguna de las anteriores

6.- La identidad - imagen corporativa de una empresa permitirá posicionarse con el público porqué:

- A. Es clara y positiva, crea comportamientos internos con base a filosofía de valores que consiguen el éxito empresarial
- B. Es clara y está bien definida, lo que permite que se tenga una imagen positiva de la misma**
- C. Se relaciona con lo que los públicos perciben y pasan a formar parte de su pensamiento
- D. Está definida y la empresa se preocupa por la investigación y el desarrollo

7.- ¿Qué diferencia existe entre la publicidad interactiva y la publicidad en internet?

- A. La publicidad interactiva es toda acción publicitaria desarrollada en medios interactivos, mientras que la publicidad en internet es la que limita a los medios interactivos en particular.**
- B. No existe diferencia
- C. La publicidad interactiva actúa radicalmente en la difusión de mensajes publicitarios, mientras que la publicidad en internet solo consigue un alto número de espectadores. La publicidad en internet ha generado cambios, mientras que la publicidad interactiva se mantiene.

8.- ¿Cuáles son los puntos más importantes que se deben considerar para enfrentar una crisis organizacional?

- A. Comité de crisis, análisis interno, transparencia informativa, análisis y control continuo de las acciones informativas.**
- B. Características, públicos, causas, dificultades, comité de crisis.
- C. Silencio, transferencia de responsabilidades, negación, comité de crisis.

Guía para examen de Grado de carácter complejo

D. Análisis externo, conocimiento parcial de la situación, reconocer errores, minimizar el deterioro de la imagen corporativa.

9.- A que autor pertenece el siguiente planteamiento, con base al cambio de todo proceso estratégico cuando se vuelve una regla y la estabilidad, una excepción. La mundialización de los intercambios y la competencia, la puesta en redes mundiales de la información, el derrumbe de las grandes ideologías estructurales, la aceleración de los fenómenos migratorios, el debilitamiento de numerosos referentes morales han hecho crecer en muy poco tiempo el grado de complejidad y de incertidumbre de nuestras sociedades...

- A. Marcelo Manucci en su libro impacto corporativo
- B. Herve Seryex en su libro el big bang de las organizaciones
- C. Cees Van Riel en su libro Comunicación Corporativa

10.- Para la elaboración del marco teórico y su correcta sustentación, según Rojas, es importante exponer y analizar:

- A. Como encaja la investigación en el panorama
- B. Teorías e ideas nuevas y redescubrir otras investigaciones
- C. Teorías, investigaciones y antecedentes en general para un correcto encuadre de estudio
- D. El reporte de investigación y su vinculación con el planteamiento del problema

Bibliografía recomendada

ASIGNATURA	BIBLIOGRAFÍA
Fotografía Periodística	Manual de Producción para TV: Géneros Lenguaje Equipos y Técnicas Mónica D. Gutiérrez González y Myrtala I. Villareal Barocio 2003 TRILLAS S. A ISBN 9682427142 Manual de producción de video: Un enfoque integral, Verónica Tostado Span 1995, PEARSON EDUCACION S.A, ISBN 9684441940 El Guion : Elementos, formatos y estructuras Marco Julio Linares Quintero 2002 PEARSON EDUCACIÓN S.A ISBN 970260348X
Producción de Televisión II	Collado, F. (2009) La comunicación humana, México, McGran Hill. Bolio P. (2002), Comunicación Publicitaria en

Guía para examen de Grado de carácter complejivo

	<p>tv. Trillas, México</p> <p>Couch L. (2008) Sistemas de comunicación televisiva analógicos y digitales, Pearson México</p>
Radio II	<p>Rodero Emma, Creación de Programas de Radio, 2011, SINTESIS S.A. 978-84-975673-5-0</p> <p>Maza Pérez Maximiliano, Guion para medios audiovisuales, 1994, PEARSON EDUCACIÓN S.A. 968-444-172-X</p>
Producción de Radio II	<p>López Vigil José Ignacio, Pasión por la radio, 2015, Artes gráficas Silva, 978-9942-21-395-2</p> <p>García Camargo Jimmy, La radio por dentro y por fuera, 1980, CIESPAL 310-5171-13-198-0</p> <p>Rodero Emma, Creación de Programas de Radio, 2011, SINTESIS S.A. 978-84-975673-5-0</p> <p>Maza Pérez Maximiliano, Guion para medios audiovisuales, 1994, PEARSON EDUCACIÓN S.A. 968-444-172-X</p>
Redacción Periodística II	<p>Entrevista periodística en 15 lecciones. (2015). Martínez Mendoza, Sarely. Editorial. E- Libro.</p> <p>Los cambios en el mundo del trabajo del periodista. (2015). UOC. E-Libro</p> <p>Redacción (2012). Ana María Maquero. Limusa.S.A. México</p>
Prod. de Medios Impresos II	<p>Periodismo del siglo XXI. (2017). Ramos Esquivel, Alejandro. E- Libro</p> <p>Periodismo y redes sociales: claves para la gestión de contenidos digitales. (2018). Pérez-Soler, Susana. E-</p>

Guía para examen de Grado de carácter complejivo

	<p>Libro</p> <p>Diseño editorial: periódicos y revistas / medios impresos y digitales. (2018).</p> <p>La comunicación técnica entre el proceso de diseño y la producción gráfica (2015). Puértolas, Rafael Pozo. E-Libro</p> <p>El profesional de la información (2016) Tomàs Baiget, Javier Guallar</p>
Educomunicación	<p>Educomunicación: más allá del 2.0</p> <p>Aparici, Roberto; Crovi, Delia; Ferrés, Joan, 2010, Editorial Gedisa.</p> <p>Comunicación y Educación. Enfoques desde la alternabilidad, Anfión, Mauricio; Mc Phail, Elsie; Ortega, Patricia, 2010, Editorial Miguel Ángel Porrúa.</p> <p>La educación mediática y los profesionales de la comunicación Buitrago, Alejandro; Navarro, Eva; García Matilla, Agustín, 2015, Editorial Gedisa.</p>
Teoría de la Comunicación Comunitaria II	<p>Colectivos de comunicación, y apropiación de medios, Gladys Lucia Acosta, 2013 Universidad de Medellín</p> <p>La dinámica de la comunicación masiva, R. Dominick 2001, Editorial McGraw-Hill</p> <p>Como gestionar la comunicación, Sergio Fernández López, 2013, Ediciones de la U.</p>
Imagen Corporativa	<p>Imagen Corporativa: Influencia en la gestion empresarial. Joaquin Sanchez Herrera, Teresa Pintado .</p> <p>Planificacion Estrategica de la Imagen Corporativa. Paul Capriotti</p> <p>Identidad Corporativa: Claves de la</p>

Guía para examen de Grado de carácter complejo

	comunicación empresarial.
Comunicación Organizacional	La gestión de la comunicación organizacional. Un enfoque ecléctico desde la publicidad y las relaciones públicas. Martha Pulido Polo La comunicación en las organizaciones: Fernández Collado Carlos Comunicación Organizacional Interna, Horacio Andrade

Evaluación y Aprobación

El Examen de Grado de Carácter Complejivo estará conformado por dos componentes, uno teórico y otro práctico.

En conformidad al reglamento de la unidad de titulación de La Facultad Ciencias Administrativas Gestión Empresarial E Informática, analizado, discutido y aprobado por el Consejo Universitario en sesión ordinaria (06) de 15 de mayo del 2018 y en sesión ordinaria (07) del 12 de junio del 2018, para el cumplimiento del examen complejo, se apoyan en los artículos que se detallan a continuación:

Art.31 Del examen de grado: Al ser el examen de grado de carácter teórico- práctico su estructura debe ceñirse a la parte teórica que tendrá una valoración de 5 puntos y contendrá un cuestionario de reactivos, el mismo que durar 2 horas. Evidenciando 350 horas para su preparación.

La parte práctica tendrá una valoración de 5 puntos y estará orientada a resolver un ejercicio práctico que tenga relación con el perfil profesional del estudiante y que evidencie una duración de 50 horas. El estudiante.

1.- Deberá resolver un ejercicio práctico del área de su profesión, el mismo que será sorteado del banco de ejercicios presentados por los profesores de la carrera.

2.- Tendrá 7 días laborables para resolver el ejercicio

3.- La resolución del ejercicio se regirá al siguiente formato: Caratula, datos informáticos, problema, proceso de solución y resultados (documento de 5 a 8 páginas) y se debe presentar 3 ejemplares.

Guía para examen de Grado de carácter complejo

4.- La defensa del ejercicio práctico solo se podrá llevar a efecto si el estudiante rindió el examen teórico, la defensa tendrá una duración de 30 minutos (15 para explicar el ejercicio y 15 para fundamentar las preguntas)

5.- La calificación final del examen de grado será la suma de las calificaciones obtenidas en el examen teórico y práctico, misma que se realizará ante un tribunal establecido por la coordinación de la unidad de titulación y aprobado por Consejo Directivo

6.- La calificación final de grado será el promedio de las calificaciones obtenidas a lo largo de la carrera y la calificación del examen de grado o fin de carrera

Nota: En conformidad con la rúbrica para el Ejercicio práctico, en su evaluación se considerarán los siguientes ítems:

- Documento escrito / 1,25
- Calidad de exposición / 1,25
- Sustentación (Preguntas/Respuestas) /2.5

ART. 32 De la calificación: La calificación mínima para probar el examen será de (7/10) puntos

ART. 33 Del examen de grado de gracia: En caso de que un estudiante no obtuviere la calificación mínima de (7/10) para aprobar el examen de grado, este podrá rendir un nuevo y único examen de grado, denominado examen de grado de gracia, según la planificación establecida para el efecto por la Facultad.

Art. 34 De la Recalificación: En caso de que algún estudiante no esté de acuerdo con la calificación obtenida podrá presentar por escrito una solicitud para recalificaciones dirigido al Decano de la Facultad, hasta tres días termino posterior a la publicación del Acta de Calificaciones. Esta solicitud de recalificación aplica al examen de grado / examen de grado de gracia.

Art.35 De la Comisión para Recalificación. En caso de existir pedidos de recalificación el Consejo Directivo nombrara las comisiones respectivas por cada carrera (una por cada solicitud conformada por el Director de escuela, dos docentes del área y una secretaria). La comisión dispondrá de dos días término para la recalificación y entrega del informe, mismo que será aprobado en Consejo Directivo

Indicaciones generales

Cualquier aspecto no considerado en esta guía para el examen de grado con carácter complejo se aclarar acudiendo al Reglamento de Régimen Académico vigente aprobado por el Consejo de Educación Superior y el Reglamento de la Unidad de Titulación de La Facultad Ciencias

Guía para examen de Grado de carácter complejo

Administrativas Gestión Empresarial E Informática.

El estudiante debe presentarse diez minutos antes de la hora establecida para rendir los componentes del Examen de Grado.

Cronograma

2020-2020 grupo N°9. Facultad Ciencias Administrativas			
OPCIÓN 2: EXAMEN DE CARÁCTER COMPLEXIVO			
Las carreras presentan las áreas del perfil de carrera sobre las cuales versará el Examen de Grado	Del 30 de marzo al 3 de abril del 2020	4	Coordinaciones de las unidades de titulación y Coordinaciones de carreras
Aprobación de las áreas del examen de grado	Del 6 al 10 de abril del 2020	5	Consejo Directivo
Preparación de las asignaturas de las áreas de especialidad	Del 13 al 23 de abril del 2020	9	Profesores de la especialidad
Capacitación en la elaboración de reactivos	El 24 abril del 2020	1	Coordinaciones de carrera Coordinaciones de las unidades de titulación
Actualización de conocimientos de los inscritos en la unidad de titulación: 1. Capacitación 2. Estudio autónomo	Del 27 de abril al 29 de mayo 2020	25	Docentes Coordinaciones de las unidades de titulación Coordinaciones de carrera
Elaboración de reactivos (teóricos y ejercicios prácticos) a los docentes del área	Durante el mes de mayo y junio del 2020	43	Docentes Coordinaciones de las Unidades de titulación Coordinadores de carrera
Elaboración de casos prácticos	Durante el mes de junio del 2020	22	Docentes Coordinaciones de las Unidades de titulación Coordinadores de carrera
Sorteo de casos prácticos y entrega de los mismos a los estudiantes	El 01 de julio 2020	1	Consejo Directivo
Desarrollo del caso práctico por parte del estudiante (sin tutor, en un lapso de 7 días)	Del 02 al 10 julio 2020	7	Estudiantes
Recepción y calificación del examen teórico y examen práctico del examen de grado/ examen de grado de gracia	Del 13 al 15 de julio 2020	3	Coordinaciones de las unidades de titulación Comisiones del examen de grado / examen de grado de gracia.
	Examen de Gracia: Del 20 al 24 de julio del 2020	5	

Guía para examen de Grado de carácter complejivo

Entrega de calificaciones examen de grado /examen de grado de gracia	Del 16 al 17 de julio del 2020 Examen de Gracia: Del 27 al 28 de julio del 2020	2 2	Coordinaciones de las unidades de titulación Comisiones del examen de grado / examen de grado de gracia Estudiantes
Elaboración de informes del examen de grado / examen de grado de gracia	Del 29 de julio al 07 de agosto del 2020 Examen de Gracia: Del 29 de julio al 07 de agosto del 2020	7	Coordinaciones de las unidades de titulación
Aprobación de informes de examen de grado / examen de grado de gracia.	Del 11 al 13 agosto a 2020	3	Consejo directivo
Presentar solicitud de recalificación del examen de grado / examen de grado de gracia	Del 20 al 21 de Julio del 2020	1	Estudiantes
Recalificación y entrega de notas del examen de grado/ examen de grado de gracia	Del 22 al 24 de julio 2020	1	Comisión nombrado por Consejo Directivo de la Facultad Coordinaciones de las unidades de titulación Estudiantes
Recepción de documentos del caso práctico y demás documentación para la titulación	Del 27 al 31 de julio del 2020	4	Estudiantes. Coordinaciones de las unidades de titulación
Elaboración del informe de titulación (la Coordinación de la Unidad de Titulación de cada una de las carreras emitirá el respectivo informe al decanato para que se continúe con el registro y elaboración de títulos)	Del 9 al 11 de septiembre del 2020	4	Coordinaciones de las Unidades de Titulación
Aprobación de los informes de titulación	Del 14 al 18 de septiembre del 2020	6	Decanato
Elaboración de informes de la unidad de titulación del periodo académico.	Del 14 al 15 de septiembre del 2020	2	Coordinaciones de las unidades de titulación
Aprobación de los informes de la unidad de titulación del periodo académico (término de periodo)	Del 16 al 25 de septiembre del 2020	10	Consejo Directivo

Guía para examen de Grado de carácter complejivo

--	--	--	--

Información de contacto

Para mayor información se puede comunicar con la Facultad Ciencias Administrativas Gestión Empresarial e Informática

Carrera de: Comunicación Social

Coordinación de titulación: Pilar Janeth Chávez

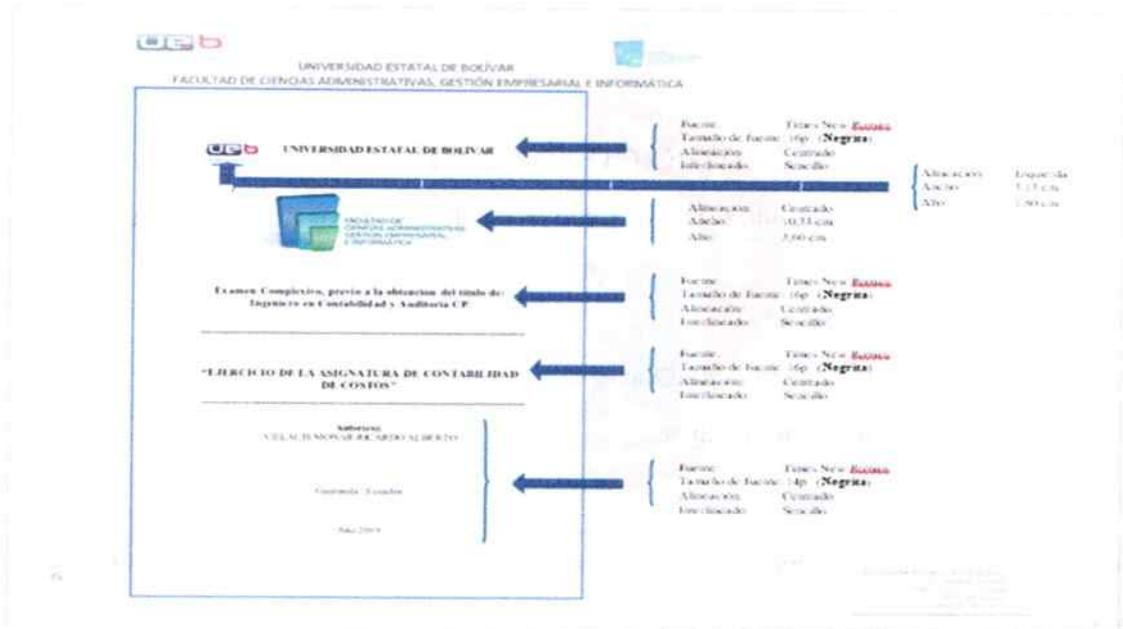
Correo electrónico: pchavez@ueb.edu.ec.

Número de contacto : 0991682396

Campus Universitario: "Alpachaca" Avenida Ernesto Che Guevara s/n y Avenida Gabriel Secaira.

Teléfonos: (593) 32206010 - 32206014

Guía para examen de Grado de carácter complejo



Guía para examen de Grado de carácter complejo



Almeación: Centrado
Ancho: 5,40 cm
Alto: 7,46 cm

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR



Fuente: Times New Roman
Tamaño de fuente: 16p (Negrita)
Almeación: Centrado
Interlineado: Sencillo

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTION EMPRESARIAL E INFORMATICA.

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA



Fuente: Times New Roman
Tamaño de fuente: 14p (Negrita)
Almeación: Centrado
Interlineado: Sencillo

TITULO DEL TRABAJO

TRABAJOS DE UN SISTEMA DE COSTOS PARA MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD EN LA EMPRESA EL XPTI SAFARI JEANS PARRAQUITA BOLIVAR, CANTON PILELO, PROVINCIA TUNGURAHUA, AÑO 2018



Fuente: Times New Roman
Tamaño de fuente: 12p (Negrita)
Almeación: Centrado
Interlineado: Sencillo

AUTORES:
Villasis Alvar Ricardo

Guatemala, Mayo 2019



Fuente: Times New Roman
Tamaño de fuente: 12p (Negrita)
Almeación: Centrado
Interlineado: Sencillo

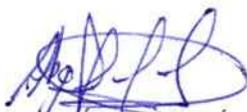
Guía para examen de Grado de carácter complejivo

DISPOSICIÓN FINAL

ÚNICA, la presente **GUÍA PARA EXAMEN DE GRADO DE CARÁCTER COMPLEJIVO, CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL**, entrará en vigencia a partir de la aprobación en Consejo Universitario.

SECRETARÍA GENERAL
CERTIFICA:

QUE, la **GUÍA PARA EXAMEN DE GRADO DE CARÁCTER COMPLEJIVO, CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL**, fue analizado, discutido y aprobado por Consejo Universitario en Sesión Ordinaria 002-2021, de fecha 23 de febrero del 2021.


ABG. MÓNICA LEÓN GONZÁLEZ
SECRETARÍA GENERAL




DR. ARTURO ROJAS SÁNCHEZ
RECTOR



Publíquese a través de los diferentes medios de comunicación la **GUÍA PARA EXAMEN DE GRADO DE CARÁCTER COMPLEJIVO, CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL**.

Guaranda 23 de febrero, 2021