



# LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**Guía de Estudio para el sustentante** OXFORD #38

COL. JUAREZ, ALCALDÍA CUAUHTEMOC, CDMX. C.P. 06600 TEL.5552647496

**GUÍA PARA EL SUSTENTANTE  
DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.  
SIGUIENDO LA NORMATIVIDAD DEL ACUERDO 286 Y 02/04/17**

**Directorio**

**Dirección General de Licenciatura del EGL 286**

**Lic. Carlos Alberto Toledo Porcayo**

**Dirección de Investigación educativa y calidad de instrumentos de  
evaluación. Mtra. María Esther Palacios Valerio.**

**Departamento Académico:**

**Dr. Rodolfo Alberto Foullon Inzunza.**

**Examen General de Conocimientos, Licenciatura en Ciencias de la  
Comunicación**

**L.C.C. Araceli Castro Salazar.**

**L.C.C Miguel Ángel Ramírez Ramírez.**

**L.A.R.H Eduardo González García**

**Abril 2024**

## Índice

<b>Directorio.....</b>	<b>2</b>
<b>Índice.....</b>	<b>4</b>
<b>Presentación .....</b>	<b>6</b>
<b>Objetivos y alcance .....</b>	<b>6</b>
<b>Fase de Evaluación Escrita .....</b>	<b>7</b>
<b>Diseño y evaluación.....</b>	<b>7</b>
<b>Tipos de Preguntas.....</b>	<b>7</b>
<b>Aplicación del examen escrito.....</b>	<b>10</b>
<b>Temas evaluados.....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>Bibliografía y referencias .....</b>	<b>115</b>
<b>Material de Apoyo para estudio .....</b>	<b>20</b>
<b>Recomendaciones para el día del examen.....</b>	<b>25</b>
<b>Fase de Evaluación Oral (Caso Práctico).....</b>	<b>283</b>
<b>Aspectos generales .....</b>	<b>28</b>
<b>¿Qué es el Caso Práctico? .....</b>	<b>28</b>
<b>¿Para qué sirve el Caso Práctico? .....</b>	<b>28</b>
<b>¿Qué debo hacer para aprobar mi evaluación oral? .....</b>	<b>29</b>
<b>Desarrollo del Caso Práctico y Evaluación Oral.....</b>	<b>24</b>
<b>Asignación del Caso Práctico.....</b>	<b>24</b>
<b>Elaboración del Caso Práctico.....</b>	<b>24</b>
<b>Revisión del Caso Práctico .....</b>	<b>27</b>
<b>Comunicación del día de evaluación y lineamientos.....</b>	<b>27</b>
<b>Evaluación Oral .....</b>	<b>27</b>
<b>Resultado .....</b>	<b>28</b>

## **Presentación**

La Instancia Evaluadora denominada Colegio Nacional de Integración Profesional, S.C. (En lo posterior CONAIP); teniendo como uno de sus principales objetivos el elevar la productividad y competitividad de las organizaciones y de las personas que las conforman. Pone a disposición de los sustentantes la presente Guía de Estudios para orientar el camino de preparación de cara al examen para optar por la titulación en la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, siguiendo lo establecido en el artículo 286.

Es de destacar que uno de los principales objetivos educativos del CONAIP es el diseño de instrumentos de evaluación, que fomenten la optimización de procesos y la mejora continua en instituciones tanto públicas como privadas. Instrumentos que permitan no solo la evaluación del desempeño, sino también el diagnóstico oportuno de áreas de trabajo, para poder así asumir, de manera focalizada, un adecuado plan orientado al desarrollo del talento y capacidades del individuo, en especial de aquellos que se plantean como objetivo educativo el obtener la titulación en la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. De allí que la presente Guía de Estudios se ofrezca como una herramienta estructurada para todos los sustentantes mujeres y hombres que consideren la posibilidad de abrirse al mundo de la superación profesional siguiendo los lineamientos expresados en el acuerdo 286 y 02/04/17.

## **Objetivos y alcance**

El Examen General de Conocimientos en la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (EGL 286) bajo saberes adquiridos y ejercicio profesional Acuerdo 286 y 02/04/17 tiene la finalidad de evaluar las técnicas, conceptos y habilidades necesarias para que los sustentantes puedan, a futuro, ejercer con eficacia su rol profesional en el campo disciplinar correspondiente.

Es un examen confiable y válido, diseñado por Maestros en la materia, de los diferentes ámbitos académicos, con formación y experiencia aprobada en diferentes organizaciones públicas y privadas, así como en instituciones de educación superior en el país y en el extranjero.

El examen tiene una relación estándar de alcance nacional y puede ubicar a los sustentantes en cuanto a la identificación del grado de avance, evidenciado en su propio desempeño durante el examen, así como en aquellas áreas de oportunidad que deriven del mismo.

El examen está dirigido a aquellas personas que deseen evaluarse para acreditar un nivel educativo con base en su trayectoria profesional y saberes adquiridos a través de esta; y

también para aquellas personas que cuenten con un porcentaje de créditos de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación todo lo anterior bajo la norma del Acuerdo 286 y 02/04/17.

El examen está diseñado en idioma español y para las (los) sustentantes en situación de vulnerabilidad (personas con discapacidad, pueblos indígenas y personas que radican en zonas rezagadas) se contempla la posibilidad de ser atendidos en función de los requerimientos particulares.

## **Fase de Evaluación Escrita**

### **Diseño y evaluación**

El examen fue diseñado a través de consejos técnicos, coordinaciones, departamentos y especialistas en la materia, que forman parte de la Instancia Evaluadora CONAIP; y que a su vez representan a diferentes Instituciones educativas, colegios, asociaciones de profesionistas del sector público y privado. Estas personalidades funcionan y ejercen a través de un reglamento previamente establecido.

El examen EGL 286 tiene como base una metodología que define las principales acciones del ejercicio profesional en el campo disciplinar a evaluar, evalúa tareas específicas indispensables para el desarrollo de cada actividad y los conocimientos y habilidades necesarias, mismas que el sustentante deberá demostrar que posee para llevar adelante su futura actividad y ejercicio profesional.

### **Tipos de Preguntas**

En el examen escrito se utilizan reactivos o preguntas de opción múltiple que contienen fundamentalmente los siguientes dos elementos:

- a) La base es una pregunta, afirmación, enunciado o gráfico acompañado de una instrucción que plantea un problema explícitamente.
- b) Las opciones de respuesta son enunciados, palabras, cifras o combinaciones de números y letras que guardan relación con la base del reactivo, donde sólo una opción es la correcta. Para todas las preguntas del examen siempre se presentarán cuatro opciones de respuesta.

Durante el examen usted encontrará diferentes formas de preguntar. En algunos casos se le hace una pregunta directa, en otros se le pide completar una información, algunos le solicitan elegir un orden determinado y otros requieren de usted la elección de elementos de una lista dada. Comprender estos formatos le permitirá llegar mejor preparado al examen. Con el fin de apoyarlo para facilitar su comprensión, a continuación, se presentan algunos ejemplos.

### Reactivos de cuestionamiento directo

En este tipo de reactivos el sustentante debe seleccionar una de las cuatro opciones de respuestas a partir del criterio o acción que se solicite en el enunciado, afirmativo o interrogativo, que se presenta en la base del reactivo.

1. ¿Cuál de las siguientes teorías de la comunicación fue desarrollada por Maxwell McCombs y Donald Shaw?
  - A) Teoría de la Aguja Hipodérmica
  - B) Teoría de la Agenda Setting**
  - C) Teoría de la cultivación
  - D) Teoría de los Usos y Gratificaciones

### Reactivos de completamiento

Estos reactivos se presentan en forma de enunciados en los que se han omitido una o dos palabras. En las opciones de respuesta se encuentran las palabras que pueden completar dichos enunciados.

2. La teoría de la Dependencia establece que las naciones menos desarrolladas están \_\_\_\_ a las naciones más avanzadas en términos de información y comunicación.
  - A) Independientes
  - B) Subordinadas**
  - C) Igualadas
  - D) Conectadas

### Reactivos de ordenamiento

Este tipo de reactivos demandan el ordenamiento o jerarquización de un listado de elementos de acuerdo con un criterio determinado. La tarea del sustentante consiste en seleccionar la opción en la que aparezcan los elementos en el orden solicitado.

3. Ordena los siguientes pasos del proceso de redacción de una noticia:

I. Revisión y edición

II. Investigación y recopilación de datos

III. Redacción del borrador

IV. Publicación

A) I,IV,II,III

**B) II, III, I, IV**

C) III,IV,II,I

D) I,II,IV,III

### Reactivos de relacionar columnas

Los reactivos de relación de columnas solicitan al sustentante elija la correspondencia correcta de los números de la columna de la izquierda con las letras de la columna de la derecha en respuesta a la orden dada.

4.- Relaciona cada teoría con su respectivo autor o autores.

#### TEORÍA

#### AUTOR O AUTORES

- 1) Teoría de la Agenda Setting
- 2) Teoría del Espiral del Silencio
- 3) Teoría de la Cultivación
- 4) Teoría de los Dos Pasos

- A. George Gerbner
- B. Paul Lazarsfeld y Elihu Katz
- C. Maxwell McCombs y Donald Shaw
- D. Elisabeth Noelle-Neumann

A) 1D, 2C, 3B,4A

**B) 1C,2D,3A,4B**

C) 1C,2B,3A,4D

D) 1A,2D,3C,4B

### Aplicación del examen escrito

El examen escrito evalúa conocimientos y alcances concretos, considera los aspectos y conceptos esenciales de la licenciatura. Es un examen estandarizado donde los resultados de cada sustentante pasan por una comparación contra un desempeño estándar a nivel nacional y cuenta con reglas establecidas de diseño, aplicación y calificación.

1. El examen EGL 286 evalúa si el sustentante es capaz de resolver problemas y/o situaciones reales de su ejercicio profesional y campo disciplinar, está organizado por asignaturas y temas.
2. El sustentante deberá acreditar su identidad con una identificación oficial (misma que estará bajo el resguardo del aplicador/evaluador hasta concluir su examen) para poder ser recibido en el área de evaluación y le sean proporcionado un cuadernillo de preguntas y una hoja de respuestas.
3. En la hoja de respuestas usará pluma de tinta azul para registrar sus datos (nombre, curp, fecha de aplicación y folio asignado por la instancia evaluadora) y las respuestas a los cuestionamientos deberán ser identificadas con lápiz del 2 o 2 ½.

Para registrar su respuesta es importante llenar por completo, sin salirse, del óvalo que considere como respuesta correcta. Recuerda revisar que el renglón corresponda a la pregunta que esta respondiendo. (Llenar más de un óvalo para responder la misma pregunta se considerará como no contestada).

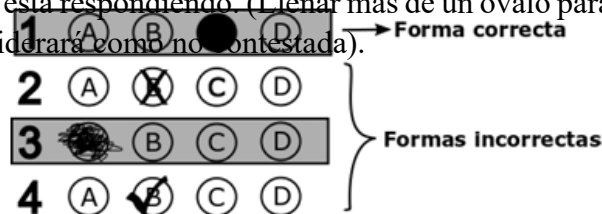


Figura 1. Correcta selección de la respuesta

4. El cuadernillo de preguntas contiene 300 reactivos el cual se encuentra dividido en asignaturas y temas de conocimiento académico y experiencial. Para la solución a los cuestionamientos cuenta con 05:00 horas y dentro de este tiempo un receso de 15 minutos.
5. Concluido el tiempo deberá firmar en todas y cada una de las hojas de respuesta, así como realizar la entrega de los instrumentos de evaluación (cuadernillo, hoja de respuestas y en caso de que aplique hoja de apoyo para realizar anotaciones).



6. Al concluir la evaluación se le entregará su credencial de identificación y se le indica la fecha de resultados.

Los criterios de calificación son precisos y objetivos, lo que permite su automatización. Cada uno de los reactivos cuenta con 4 opciones de respuesta en donde solamente una es la correcta. Debiendo acreditar al menos 210 reactivos para considerar Apto (a) al sustentante y con ello proceda a la segunda fase de evaluación (denominada oral).

El resultado del examen se informará conforme a los calendarios autorizados y aprobados por la autoridad correspondiente. La comunicación será mediante vía correo al sustentante.

### Temas Evaluados

A continuación, se muestran las asignaturas y temas que deberá conocer la (el) sustentante con el fin de poder acreditar la evaluación escrita, los presentes temas corresponden a contenidos que pueden estar incluidos en el examen. Es importante que realice una programación de estudio que le permita revisar los contenidos de cada asignatura. Es por lo que al finalizar este documento encontrarás material de apoyo para realizar el estudio y repaso correspondiente adicionalmente las fuentes bibliográficas o de referencia que se sugiere estudiar para obtener el resultado deseado.

Tabla 1. Contenido de evaluación.

Asignatura	Temas	Reactivos
Fundamentos de la comunicación	Teorías de la Comunicación	08
Fundamentos de la comunicación	Historia de los Medios de Comunicación	08

Fundamentos de la comunicación	Psicología de la Comunicación	08
Fundamentos de la comunicación	Sociología de la Comunicación	10

Tabla 1. Contenido de evaluación. (Continua)

<b>Asignatura</b>	<b>Temas</b>	<b>Reactivos</b>
Medios de la Comunicación y Nuevas Tecnologías	Periodismo	10
Medios de la Comunicación y Nuevas Tecnologías	Producción Audiovisual	08
Medios de la Comunicación y Nuevas Tecnologías	Comunicación Digital	08
Medios de la Comunicación y Nuevas Tecnologías	Redes Sociales y Comunicación Interactiva	08
Medios de la Comunicación y Nuevas Tecnologías	Comunicación Multimedia	08
Medios de la Comunicación y Nuevas Tecnologías	Realidad Virtual y Aumentada	08
Medios de la Comunicación y Nuevas Tecnologías	Ciberperiodismo	08
Medios de la Comunicación y Nuevas Tecnologías	Innovación Tecnológica en Medios de Comunicación	08

Tabla 1. Contenido de evaluación. (Continua)

<b>Asignatura</b>	<b>Temas</b>	<b>Reactivos</b>
Comunicación Organizacional y Corporativa	Relaciones Públicas	08

Comunicación Organizacional y Corporativa	Comunicación Estratégica	06
Comunicación Organizacional y Corporativa	Comunicación Interna	06
Comunicación Organizacional y Corporativa	Gestión de la Comunicación en Empresas	06

Tabla 1. Contenido de evaluación. (Continua)

<b>Asignatura</b>	<b>Temas</b>	<b>Reactivos</b>
Comunicación Política y Opinión Pública	Comunicación Política	08
Comunicación Política y Opinión Pública	Campañas Electorales	06
Comunicación Política y Opinión Pública	Análisis del Discurso Político	08
Comunicación Política y Opinión Pública	Opinión Pública y Medios de Comunicación	10

Tabla 1. Contenido de evaluación. (Continua)

<b>Asignatura</b>	<b>Temas</b>	<b>Reactivos</b>
Comunicación Cultural y Estudios de Medios	Semiótica	10
Comunicación Cultural y Estudios de Medios	Análisis de Contenidos Culturales en los Medios	10
Comunicación Cultural y Estudios de Medios	Comunicación Intercultural	10
Comunicación Cultural y Estudios de Medios	Género en Medios de Comunicación	08
Comunicación Cultural y	Comunicación Ambiental	08

Estudios de Medios		
--------------------	--	--

Tabla 1. Contenido de evaluación. (Continúa)

<b>Asignatura</b>	<b>Temas</b>	<b>Reactivos</b>
Comunicación Estratégica y Marketing	Planificación de Comunicación	08
Comunicación Estratégica y Marketing	Marketing Digital	08
Comunicación Estratégica y Marketing	Branding y Posicionamiento de Marca	08
Comunicación Estratégica y Marketing	Publicidad Estratégica	08

Tabla 1. Contenido de evaluación. (Continúa)

<b>Asignatura</b>	<b>Temas</b>	<b>Reactivos</b>
Ética y Legislación en Medios de Comunicación	Ética Periodística	08
Ética y Legislación en Medios de Comunicación	Derecho de la Comunicación	08
Ética y Legislación en Medios de Comunicación	Libertad de Expresión y Derechos Humanos	08
Ética y Legislación en Medios de Comunicación	Responsabilidad Social de los Medios	08

Tabla 1. Contenido de evaluación. (Continúa)

<b>Asignatura</b>	<b>Temas</b>	<b>Reactivos</b>
Investigación y Análisis de Medios	Metodología de la Investigación en Comunicación	08
Investigación y Análisis de Medios	Análisis de Contenidos	08
Investigación y Análisis de Medios	Investigación de Mercados y Opinión Pública	08

Investigación y Análisis de Medios	Estadística Aplicada a la Comunicación	08
<b>Total de Reactivos</b>		<b>300</b>

### Bibliografía y referencias

Con base en la Tabla 1. Contenido de la evaluación a continuación se presentan las bibliografías y lista de referencias donde podrás consultar el contenido temático y desarrollo de cada asignatura.

Tabla 2. Bibliografía y/o Referencias.

Asignatura	Bibliografía y/o Referencia
Fundamentos de la Comunicación	<p>Teorías de la Comunicación</p> <p>Arcila C., Sosa J. A. (2014) Manual de teoría de la comunicación: Primeras explicaciones. Editor Universidad del Norte, Digitalia Hispánica</p> <p>Alsina M. R. TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN: Ámbitos Métodos y Perspectivas. España: Aldea Global</p> <p>Otero E. (2019) Teorías de la comunicación Ecuador: Centro de Publicaciones</p> <p>McQuail, D., &amp; Deuze, M. (2022). Teoría de la Comunicación de Masas de McQuail. 7<sup>a</sup>, ed. Editorial Sage.</p> <p>Bryant, J., &amp; Oliver, M. B. Media Effects: Advances in Theory and Research. 4<sup>a</sup> ed. Ed. AR.</p> <p>Griffin, E., Ledbetter, A., &amp; Sparks, G. (2023). Una Primera Mirada a la Teoría de la Comunicación (A First Look at Communication Theory). 11<sup>a</sup> ed. Editorial McGraw-Hill.</p> <p>Historia de los Medios de Comunicación</p> <p>Briggs, A., &amp; Burke, P. Una historia social de los medios de comunicación: De Gutenberg a Internet. España Taurus hidtoria.</p> <p>McLuhan, M. Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano. España: Paidós.</p>

	<p>Williams, K. Historia de los medios de comunicación. España: Bosch Comunicación .</p> <p>Castells, M. La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Vol. 1. Editorial Siglo XXI.</p> <p>Psicología de la Comunicación</p> <p>Fiske, S. T., &amp; Taylor, S. E. (2017). Social Cognition: From Brains to Culture. Editorial McGraw-Hill.</p> <p>Bandura, A. Walters R. H. . Aprendizaje Social y desarrollo de la personalidad. Ed. Alianza Universidad.</p> <p>Festinger, L. Teoría de la Disonancia Cognoscitiva. Ed. Psicothema</p> <p>Hovland, C. I., Janis, I. L., &amp; Kelley. Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change. Ed. Yale University Press.</p> <p>Kahneman, D. (2012). Pensar rápido, pensar despacio. Ed. Debate.</p> <p>Heider, F. The Psychology of Interpersonal Relations. New York: Wiley.</p> <p>Sociología de la Comunicación</p> <p>Williams, R. (2017). Cultura y sociedad. Madrid: Ediciones Akal.</p> <p>Dorson, R. M. (2015). Folklore and Folklife: An Introduction. Chicago: University of Chicago Press.</p> <p>Horkheimer, M., &amp; Adorno, T. W. (2016). Dialéctica de la Ilustración: Fragmentos filosóficos. Madrid: Trotta.</p> <p>McQuail, D. (2013). Teoría de la comunicación de masas. Barcelona: Paidós.</p>
<p>Medios de la Comunicación y Nuevas Tecnologías</p>	<p>Periodismo</p> <p>Kovach, B., &amp; Rosenstiel, T. (2012). "Los Elementos del Periodismo: Qué deben saber los periodistas y el público." Es: Aguilar.</p> <p>McCombs, M. (2006). Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento. Barcelona: Paidós.</p> <p>Palanco López, N.M.: Historia del periodismo, en Contribuciones a las Ciencias Sociales, noviembre 2009, <a href="http://www.eumed.net/rev/ccss/06/nmpl6.htm">www.eumed.net/rev/ccss/06/nmpl6.htm</a></p> <p>Pavlik. J. V. (2005) El periodismo y los nuevos medios de comunicación. España: Paidós</p>

	<p>Producción Audiovisual</p> <p>Arijón D. Gramática del Lenguaje Audiovisual. Ed. Escuela de Cine y Video</p> <p>Guerrero V. I. (2011) Sistemas de Producción Audiovisual España: Paraninfo.</p> <p>Sainz M. Productor Audiovisual, El. Ed. Síntesis</p> <p>Ortiz, María J. (2018). Producción y realización en medios audiovisuales. RUA Universidad de. Alicante</p> <p>Comunicación Digital</p> <p>Castells, M. (2009). Comunicación y poder en la sociedad digital. España: Alianza Editorial.</p> <p>Van Dijk, J. (2006). "La sociedad de la red. Ed. Sage.</p> <p>Jenkins, H. (2008). Cultura de la convergencia. Ed Paidós.</p> <p>León D. G.A., Castillo O. E. (2016) Cibercultura y Tecnología Digital México.: Qartuppi,</p> <p>Lévy P. (2007) CIBERCULTURA Informe al Consejo de Europa. España: Anthropos</p> <p>Turkle, S. (2017). El poder de la conversación en la era digital. España: Ático de los Libros.</p> <p>Redes Sociales y Comunicación Interactiva</p> <p>Castells, M. (2012). Redes de Indignación y Esperanza. España: Alianza Editorial.</p> <p>Van Dijk, J. (2016). La Cultura de la Conectividad: Una historia crítica de las redes sociales. Argentina: Siglo XXI Editores.</p> <p>Boyd, D. (2021). Es complicado: La vida social de los adolescentes en las redes sociales. Triángulos Editorial</p> <p>Fuchs, C. (2021). Social Media: Una introducción crítica. Ed. SAGE</p> <p>Turkle, S. (2017). Alone Together: Por qué esperamos más de la tecnología y menos de nosotros mismos. Basic Books</p> <p>Comunicación Multimedia</p>
--	--

	<p>Jenkins, H. (2013). "Spreadable Media: Crear valor y significado en una cultura en red."* NYU Press.</p> <p>Ryan, M. L. (2013). Narrativas Transmedia: Cuando todos los medios cuentan Deusto.</p> <p>Murray, J. H. Hamlet en la Holocubierta: El futuro de la narrativa en el ciberespacio. Ed. Paidos Iberica Ediciones</p> <p>Realidad Virtual y Aumentada</p> <p>Pavlik, J. V. (2019). Journalism in the Age of Virtual Reality. Columbia.</p> <p>Cabero A. J., García J. (2016) Realidad aumentada. Tecnología para la formación. España: Síntesis</p> <p>Ajit S. (2020) Realidad Virtual. Ed. Babelcube</p> <p>Jerald, J. (2015). The VR Book: Human-Centered Design for Virtual Reality Ed. ACM Books.</p> <p>Ciberperiodismo</p> <p>Salaverría, R. Ciberperiodismo en Iberoamérica. Ed. Ariel</p> <p>Reno J. M. , Porto D. (2013) Periodismo transmedia - reflexiones y tecnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos . Ed. Fragua</p> <p>Innovación Tecnológica en Medios de Comunicación</p> <p>Küng, L. (2016). Strategic Management in the Media: Theory to Practice. SAGE.</p> <p>Pavlik, J. V. (2021). Disruption and Digital Journalism. Routledge.</p> <p>Boczkowski PJ. "Digitalizar las noticias: Innovaciones en los diarios Online"(2006) Buenos Aires: Manantial</p>
<p>Comunicación Organizacional y Corporativa</p>	<p>Relaciones Públicas</p> <p>Wilcox, D. L., Cameron, G. T., &amp; Reber, B. H. (2015). "Relaciones Públicas: Estrategias y Tácticas." Editorial Pearson.</p>



	<p>Cutlip, S. M., Center, A. H., &amp; Broom, G. M. (2016). "Effective Public Relations." Editorial Pearson.</p> <p>Smith, R. D. (2017). "Strategic Planning for Public Relations." Editorial Routledge.</p> <p>Grunig, J. E., &amp; Hunt, T. (1984). "Managing Public Relations." Editorial Holt, Rinehart, and Winston.</p> <p>Comunicación Estratégica</p> <p>Argenti P.A. (2014) Comunicación estratégica y su contribución a la reputación. LID Editorial</p> <p>Meza L. J. (2016) Comunicación estratégica: diseño de la identidad corporativa. Volumen 2: elaboración de manuales. Editorial Digital del Tecnológico de Monterrey</p> <p>Comunicación Interna</p> <p>Chiavenato, I. (2017). Introducción a la Teoría General de la Administración. McGraw-Hill.</p> <p>Marchiori, M. (2011). Comunicación interna: una visión más amplia en el contexto de las organizaciones. Cuba: Ciencias de la Información.</p> <p>Villafañe, J. (2017). La comunicación empresarial y la gestión de los intangibles en España y Latinoamérica. Gedisa.</p> <p>Gestión de la Comunicación en Empresas</p> <p>Villafañe, J. (2017). La comunicación empresarial y la gestión de los intangibles en España y Latinoamérica. Gedisa.</p> <p>Sabater C. (2023) Gestión de la Imagen Corporativa en la Empresa Ed. Independiente</p> <p>De la Fuente C. C. (2019) Comunicación e imagen corporativa. Ed. Elearning.</p> <p>Fernández C. C. (2014) La comunicación en las organizaciones. Ed. Trillas</p>
--	---

<p>Comunicación Política y Opinión Pública</p>	<p>Comunicación Política</p> <p>Santiago Barnés, J. (2016). El candidato ante los medios: Telegenia e imagen política. Fragua Libros.</p> <p>Toscano C. (2023) Manual De Comunicación Política Local. Niebla Editorial</p> <p>Padilla Castillo, G. (2015). Comunicación política: de la agenda del candidato, la transparencia y otras recetas. Pearson Educación.</p> <p>Campañas Electorales</p> <p>Rey Morató, J. Comunicación política, internet y campañas electorales. De la teledemocracia a la ciberdemocr@cia. Editorial Tecnos.</p> <p>Barranco F. J. (2010) Marketing político y electoral Ed. Pirámide.</p> <p>Crespo, I., &amp; Martínez, F. (2015). Manual de comunicación política y estrategias electorales. Biblos.</p> <p>Análisis del Discurso Político</p> <p>Santiago Barnés, J. (2016). El candidato ante los medios: Telegenia e imagen política. Fragua Libros.</p> <p>Toscano C. (2023) Manual De Comunicación Política Local. Niebla Editorial</p> <p>Padilla Castillo, G. (2015). Comunicación política: de la agenda del candidato, la transparencia y otras recetas. Pearson Educación.</p> <p>Opinión Pública y Medios de Comunicación</p> <p>Santiago Barnés, J. (2016). El candidato ante los medios: Telegenia e imagen política. Fragua Libros.</p> <p>Toscano C. (2023) Manual De Comunicación Política Local. Niebla Editorial</p> <p>Padilla Castillo, G. (2015). Comunicación política: de la agenda del candidato, la transparencia y otras recetas. Pearson Educación.</p>
<p>Comunicación Cultural y Estudios de Medios</p>	<p>Semiótica</p> <p>Eco U. Tratado de semiótica general. Editorial Lumen.</p> <p>Barthes, Roland. Elementos de semiología. España: Alberto Corazón Editor</p> <p>Eco U. (2017) Semiótica y Filosofía del Lenguaje. Ed. ESPA PDF</p>

	<p>Análisis de Contenidos Culturales en los Medios</p> <p>Van Dijk T. A. (2016). El discurso como interacción social: Estudios sobre el discurso II: Una introducción multidisciplinaria. Editorial Gedisa.</p> <p>Hall, Stuart. Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. Sage Pubns.</p> <p>McQuail, Denis. Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Editorial Paidós Ibérica Ediciones.</p> <p>Comunicación Intercultural</p> <p>Hall, Edward T. Más allá de la cultura. Colección Punto y Línea.</p> <p>Hofstede G. (2010). Cultures and Organizations: Software of the Mind. McGraw-Hill.</p> <p>Ting-Toomey, Stella. (2018). Communicating Across Cultures. The Guilford Press.</p> <p>Género en Medios de Comunicación</p> <p>Butler J. (2016). El género en disputa. Editorial Paidós.</p> <p>Mulvey, Laura. (2023). Visual and Other Pleasures.</p> <p>Comunicación Ambiental</p> <p>Gore A. La tierra en juego : ecología y conciencia humana. Ed. Emecé.</p> <p>Carson, Rachel. (2016). Primavera silenciosa. Editorial Crítica.</p> <p>Glotfelty, Cheryll y Fromm, Harold. The Ecocriticism Reader: Landmarks in Literary Ecology. University of Georgia Press.</p>
<p>Comunicación Estratégica y Marketing</p>	<p>Planificación de Comunicación</p> <p>Gauchi J. M. (2017). Planificación estratégica de la comunicación en redes sociales (Manuales). Ed. UOC.</p> <p>Xifra, J. Comunicación Proactiva. Ed. Gedisa</p> <p>Kadoch. L. (2024) Comunicación Corporativa en la Era Digital (Spanish Edition) Publicación Independiente</p>

	<p>Marketing Digital</p> <p>Ryan, D. (2020). Digital Marketing Ed. For Dummies</p> <p>Chaffey, D., &amp; Ellis-Chadwick, F. (2022). Marketing digital. Ed.Pearson.</p> <p>Kotler, P., &amp; Keller, K. L. (2013). Dirección de marketing. Alhambra Logman.Pearson</p> <p>Branding y Posicionamiento de Marca</p> <p>Aaker, D. A. (2007). Construir marcas poderosas. Ed. Gestión 2000.</p> <p>Kapferer, J. N. (2012). The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking (New Strategic Brand Management: Creating &amp; Sustaining Brand Equity) Ed. Kogan Page.</p> <p>Kotler, P., &amp; Keller, K. L. (2013). Dirección de marketing. Alhambra Logman.Pearson</p> <p>Publicidad Estratégica</p> <p>Belch, G., &amp; Belch, M. Publicidad y promoción: perspectiva de la comunicación de marketing integral. Ed. McGraw-Hill Interamericana.</p> <p>Kotler, P., &amp; Keller, K. L. (2013). Dirección de marketing. Alhambra Logman.Pearson</p> <p>Clow K. E., Baack D. Et. Al.. (2013). Publicidad, promocion y comunicacion integral en marketing. Ed. Pearson</p>
--	--

Tabla 2. Bibliografía y/o Referencias. (Continua)

Asignatura	Bibliografía y/o Referencia
Ética y Legislación en Medios de Comunicación	<p>Ética Periodística</p> <p>Juela L., Peralta P. (2021). Deontología en el Ejercicio Profesional del Periodismo en Cuenca 2020: La realidad del periodista. Editorial Académica Española.</p>

	<p>Uribe H. Etica periodística en América Latina: Deontología y estatuto profesional (Serie Estudios / Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Centro de Estudios de la Comunicación) (Spanish Edition)</p> <p>Salazar P. H. (2014). Periodismo y ética. Ed.Codice Producciones Limitada</p> <p>Derecho de la Comunicación</p> <p>López A. S. El derecho a la información como derecho Fundamental. www.juridicas.unam.mx <a href="https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv">https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv</a> Libro completo en: <a href="https://goo.gl/bksJzo">https://goo.gl/bksJzo</a></p> <p>Ley Federal de Comunicaciones y Radiodifusión. Cámara de diputados <a href="https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFTR.pdf">https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFTR.pdf</a></p> <p>Introducción a la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública por INAI (Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales). <a href="https://inicio.inai.org.mx/CalendarioCapacitacion/MANUAL%20LGTAIP.pdf">https://inicio.inai.org.mx/CalendarioCapacitacion/MANUAL%20LGTAIP.pdf</a></p> <p>Libertad de Expresión y Derechos Humanos</p> <p>Naciones Unidas. Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression. Consejo de Derechos Humanos de la ONU.  <a href="https://www.ohchr.org/en/special-procedures/sr-freedom-of-opinion-and-expression">https://www.ohchr.org/en/special-procedures/sr-freedom-of-opinion-and-expression</a></p> <p>Parra T. E. Libertad de expresión y acceso a la información. Colección de Texto Sobre Derechos Humanos. CNDH <a href="https://appweb.cndh.org.mx/biblioteca/archivos/pdfs/fas_CTDH_LibertadExpresionAccesoInformacionlaReimpr.pdf">https://appweb.cndh.org.mx/biblioteca/archivos/pdfs/fas_CTDH_LibertadExpresionAccesoInformacionlaReimpr.pdf</a></p> <p>Responsabilidad Social de los Medios</p> <p>Galindo G.A. Fernández O.B. (2007). Responsabilidad Social y Medios de Comunicación. Ed. UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA.</p> <p>Chomalí, M. F. (2016). Ética y responsabilidad social en la empresa. Ed. Ediciones</p>
--	--

	<p>Fernández C. F. La responsabilidad de los medios de comunicación. Paidós Mexicana Editorial.</p>
<p>Investigación y Análisis de Medios</p>	<p>Metodología de la Investigación en Comunicación</p> <p>Hernández Sampieri, Mendoza T. C. P. (2020). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y Mixta. México: McGraw-Hill.</p> <p>Bisquerra, R. (2016). Metodología de la investigación educativa. Madrid: La Muralla.</p> <p>Flick, U. (2015). El diseño de la investigación cualitativa. Madrid: Morata.</p> <p>Hernández-Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. México D.F.: McGrawHill.</p> <p>Análisis de Contenidos</p> <p>Krippendorff, K. (2018). Content Analysis: An Introduction to Its Methodology. SAGE.</p> <p>Neuendorf, K. A. (2016). The Content Analysis Guidebook. Ed. SAGE</p> <p>Igartua, J. J. (2006). Métodos cuantitativos de investigación en comunicación. Ed. Bosch.</p> <p>Investigación de Mercados y Opinión Pública</p> <p>Kotler, P., &amp; Keller, K. L. (2016). Dirección de Marketing. México: Pearson Educación.</p> <p>Malhotra, N. K. (2019). Investigación de mercados: Un enfoque aplicado. México: Pearson Educación.</p> <p>Méndez, J. L., &amp; Robles, F. (2017). Opinión pública: Teoría y metodología. Ciudad de México: Editorial Porrúa.</p> <p>Estadística Aplicada a la Comunicación</p> <p>Levin, J., &amp; Fox, J. A. Estadística para Administración y Economía. Ed. Pearson .</p> <p>Triola, M. F. (2018). Estadística. Ciudad de México: Pearson Educación.</p>

## Material de apoyo para estudio

### Fundamentos de la comunicación

- ¿Cuál de las siguientes teorías de la comunicación fue desarrollada por Maxwell McCombs y Donald Shaw?
- Teoría de la Aguja Hipodérmica
- Teoría de la Agenda Setting
- Teoría de la Cultivación
- Teoría de los Usos y Gratificaciones

### Medios de la Comunicación y Nuevas Tecnologías

- ¿Qué herramienta es crucial para la optimización del contenido en el ciberperiodismo?
  - Edición de video
  - Optimización para motores de búsqueda (SEO)
  - Impresión en papel
  - Fotografía analógica

### Comunicación Organizacional y Corporativa

- La comunicación estratégica se centra en la elaboración y difusión de mensajes que buscan \_\_\_\_\_ específicas.
- Comunicar Cosas
- Alcanzar Metas
- Lograr Alianzas
- Dar Noticias

### Comunicación Política y Opinión Pública

- ¿Qué es un "war room" en el contexto de una campaña electoral?
  - Un lugar donde se planifican eventos sociales para el candidato
  - Un espacio de debate entre candidatos
  - Un centro de operaciones donde se coordinan todas las actividades de la campaña

Una sala de prensa para los medios de comunicación

## Comunicación Cultural y Estudios de Medios

- Relaciona los autores con sus contribuciones a la comunicación ambiental:

Autores	Contribuciones
1 Rachel Carson	a- "Primavera silenciosa" y su impacto en la percepción pública del medio ambiente.
2 Aldo Leopold	b- "Una verdad incómoda" y su influencia en la conciencia sobre el cambio climático.
3 Bill McKibben	c- "La tierra en juego" y la discusión sobre la sostenibilidad y el cambio climático.
Al Gore	d- "Almanaque de un país de arena" y la ética de la tierra.

- 1d, 2c, 3a, 4b
- 1c, 2a, 3b, 4d
- 1a, 2b, 3c, 4d
- **1a, 2d, 3c, 4b**

## Comunicación Estratégica y Marketing

- ¿Cuál es el principal objetivo del marketing digital?
  - Incrementar la visibilidad offline
  - Aumentar la presencia en medios impresos
  - Generar tráfico y conversión online**
  - Reducir costos operativos

## Ética y Legislación en Medios de Comunicación

- ¿Qué limitación se puede imponer legítimamente a la libertad de expresión?
  - Protección de la propiedad privada
  - Protección del medio ambiente
  - **Protección de la seguridad nacional**



- Protección de los recursos naturales

### Investigación y Análisis de Medios

- La \_\_\_\_\_ es una técnica de recolección de datos cualitativos que involucra la observación directa y detallada de un grupo en su entorno natural.
  - Encuesta
  - **Etnografía**
  - Experimentación
  - Análisis De Contenido

### Recomendaciones para el día del examen

En el siguiente apartado encontraras algunos lineamientos que facilitarán tu evaluación escrita con el fin de que el proceso evaluativo sea armónico y obtengas el mayor de los beneficios enfocado solo a tu examen.

- Calcula el tiempo de anticipación de traslado.
- Evita contratiempos por olvido de documentos necesarios para tu evaluación.
- Tener claro el procedimiento de evaluación antes mencionado en esta guía.
- Aclara cualquier duda al llegar al recinto de evaluación.
- Recuerda que el tiempo máximo es de cinco horas (05:00hrs)
- Usa inteligentemente tu descanso para acudir al sanitario e hidratarte.
- Atiende las instrucciones del evaluador atentamente, cualquier error retrasa tu proceso.
- Al recibir tu cuadernillo y hoja de respuestas verifica que se encuentren completos, no estén rayados, en caso de ser así, reportarlo inmediatamente al aplicador.
- Haz todas las anotaciones que necesites durante el examen en la hoja destinada para ello y regrésala al concluir junto a tus instrumentos de evaluación.
- Recuerda que está prohibido el uso del celular en forma de calculadora para ello deberás prever llevar una para tal fin.
- La siguiente lista facilitará tu proceso

**1. Haber ingerido alimentos ligeros**

**2. Traer contigo:**

- Varios lápices del número 2 ó 2 ½
- Goma de borrar blanda
- Sacapuntas
- Identificación personal

**3. Llegar al examen al menos media hora antes de la hora indicada**



*Figura 2. Lista de verificación para evaluación*

### **Fase de Evaluación Oral (Caso Práctico)**

Una vez que se le comunica el resultado de su evaluación escrita y este es Aprobatorio, se deberá someter al Desarrollo del Caso Práctico para la Presentación de la Evaluación Oral de las Licenciaturas en Ciencias de la Comunicación, por el Acuerdo 02/04/2017 por el que se modifica el Acuerdo 286.

#### **Aspectos generales**

El presente manual fue elaborado por el Colegio Nacional de Integración Profesional (en lo posterior CONAIP), con la finalidad de brindarle un acompañamiento puntual y específico sobre la segunda fase (Evaluación Oral) necesaria para su titulación, es por lo que a continuación encontrará descrita la metodología para presentar la evaluación oral basada en el método de resolución de caso práctico asignado por el CONAIP.

#### **¿Qué es el Caso Práctico?**

Es un método de investigación empírica en las ciencias que consiste en la descripción escrita de una experiencia, situación o problemática profesional real ocurrida en una organización y/o plantel educativo o en la rama de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, con el objeto de analizar dicha problemática, realizar un diagnóstico, presentar alternativas de solución argumentadas que sirvan para la toma de decisiones y elegir una solución fundamentada con argumentos teóricos-prácticos vinculados con la experiencia laboral y profesional del sustentante.

#### **¿Para qué sirve el Caso Práctico?**

El objetivo del método de caso práctico es que el (la) sustentante demuestre la capacidad de análisis, toma de decisiones, integración de experiencias, conocimientos y métodos de las ciencias relacionadas con la Licenciatura que desea acreditar para solucionar problemas.

Con la exposición del caso práctico ante un grupo de sinodales, la (el) sustentante puede demostrar la capacidad de vincular la teoría de la ciencia que desea acreditar con la práctica relacionada con su experiencia profesional, así como la capacidad para realizar una investigación documentada, partiendo de un planteamiento y capacidad para dar soluciones al mismo, así como su capacidad para tomar decisiones fundamentadas.

### **¿Qué debo hacer para aprobar mi evaluación oral?**

Como sustentante a un título académico es necesario que comprenda el rigor metodológico: el cual comienza desde la lectura integral del presente documento, posteriormente deberá apegarse a los lineamientos de elaboración del caso práctico y realizar la exposición argumentativa del mismo.

Se recomienda hacer uso única y exclusivamente de la información que el CONAIP le proporciona por medio de los canales autorizados para tal fin.

### **Desarrollo del Caso Práctico y Evaluación Oral**

Una vez aprobado el examen escrito (Apto) la Institución Evaluadora CONAIP le comunica el resultado y se le asigna un caso práctico con lo cual dará inicio la segunda fase de evaluación, con el cual se evalúan conocimientos, habilidades y actitudes adquiridas de forma autodidacta basados en la experiencia laboral en la Licenciatura o perfil profesional que desea acreditar.

#### **Asignación del Caso Práctico**

La (El) sustentante descarga el caso práctico asignado, siendo importante mencionar que a partir del envío cuenta con 20 (veinte) días naturales para efectuar el desarrollo del caso práctico, solucionando las consignas insertas en el documento. Las cuales le servirán para elaborar una presentación ejecutiva y fundamentar la exposición durante la evaluación oral, debiendo integrar el documento en la plataforma del Colegio Nacional de Integración Profesional a través de la siguiente liga:

<https://zfrmz.com/JWezvi8WUdSCNbVrpot8>

Tomando en consideración la fecha límite indicada por el sistema a más tardar a las 22:59 Hs. (el horario es el de la plataforma donde realizará la integración de su trabajo y no el del dispositivo de cómputo donde realice la carga) con la finalidad de que sea considerado como admitido.

Se recomienda que la (el) sustentante prevea los inconvenientes técnicos que puedan surgir de último momento ya que la fecha de admisión de casos no será reagendada y de no hacerlo en tiempo y forma perderá la oportunidad de continuar con el proceso de titulación (presentar la evaluación oral).

## Elaboración del Caso Práctico

Para la resolución del caso práctico es necesario que el sustentante comprenda el planteamiento de la problemática presentada, ya que ello le permite desarrollar un documento académico el cual es la base para la confección de la presentación ejecutiva y la correspondiente exposición oral.

En su elaboración deberá considerar los siguientes aspectos:

### Formato:

1. Formato: Textos en Word, en una columna que ni presenten ni sangrías ni efectos de texto, ni formatos especiales.
2. Títulos y subtítulos: Apegado a la Norma APA sexta edición. (Jerarquía de títulos)
3. Fuente: Times New Roman, Tahoma o Arial.
4. Estilo de la fuente: Normal
5. Interlineado: Sencillo (No deberá tener doble espacio entre párrafos)
6. Alineación: Justificada
7. Tamaño de la página: A4
8. Márgenes: 2.5 cm (superior e inferior) 3.0 cm (izquierdo y derecho)
9. Títulos, Figuras, Tablas, Citas y Referencias deberá de ser conforme a la Norma APA sexta edición.

### Consideraciones

Es importante resaltar que usted está siendo sustentante a proceso académico el cual se caracteriza por la entrega de un documento con tales características, por lo cual le hace una cordial invitación a tener especial cuidado en los puntos citados a continuación:

- **Ortografía.** Se debe tener cuidado con esta ya que, el mal empleo de acentos, puntuación y de la ortografía en general, cambia el significado de las palabras y del texto.
- **Sintaxis.** Se debe coordinar y unir las palabras correctamente para formar oraciones y expresar conceptos con claridad; que el orden de las palabras se someta al orden de importancia de las ideas. Se recomiendan párrafos cortos con manifestación clara de la idea priorizando la solución de la consigna y vinculándola con su experiencia profesional si fuera aplicable.
- **Coherencia.** Evitar las faltas de sentido que resultan de no respetar el orden lógico-psicológico de nuestro pensamiento. Presentar congruencia entre sustantivos, adjetivos y verbos, como también de tiempo, género y número.

1. **Extensión.** El envío del documento será de 25 hojas máximo, las cuales se integrarán a la plataforma en formato pdf.
2. **Referencias.** Deberá contener al menos 5 fuentes de validez académica y no mayor a 10 años partiendo del año de presentación de la evaluación (no se permite el uso de Wikis, blogs o plataformas alimentadas por usuarios).
3. **Fotografías, imágenes y diagramas.** Deberán ser presentadas en formato tif o jpg en 300 dpi en escala de grises, siendo importante que la imagen debe ir acompañado de texto a modo ilustrativo y dentro del cuerpo del documento. Debiendo usar la Norma APA para hacer el citado adecuado.

### **Estructura:**

La construcción del caso práctico asignado deberá apegarse a la estructura que a continuación se describe, en virtud de que cada uno de los rubros que componen el documento académico es sujeto de ponderación en la rúbrica evaluativa que se detallará en el apartado correspondiente:

1. **Carátula:** Debe especificar la Licenciatura que se desea acreditar por el Acuerdo 286 y 02/04/2017, Título del caso a resolver, Nombre completo del (la) sustentante empezando por apellido paterno materno y nombre(s), Fecha de presentación del examen escrito y Periodo de presentación de la evaluación oral.
2. **Índice:** Deberá enlistar los apartados que contenga el trabajo de investigación realizado ubicando las páginas correspondientes a cada uno de ellos.
3. **Caso Práctico:** Incluirlo tal cual le fue asignado, con la descripción y consignas a resolver.
4. **Introducción:** Deberá situar el trabajo en un contexto de aplicación práctica donde incluya el objetivo, justificación, metodología del planteamiento, las posibles soluciones y las conclusiones. Debiendo ser breve y conciso evitando desarrollar las consignas en este apartado.
5. **Fundamento teórico:** Se realizará una investigación teórica sobre las variables de estudio mencionadas en el caso práctico asignado y las áreas disciplinares de la Licenciatura relacionada con las mismas, utilizando la metodología y fuentes bibliográficas más representativas para soportar sólidamente las soluciones que propone.

Se deberá vincular la práctica profesional en este apartado siendo de suma importancia el uso de citas adecuadamente. Es deseable que cuente con al menos 10 conceptos y 3 modelos, escuelas o metodologías aplicables al caso práctico.

6. **Solución de consignas:** Apartado de descripción narrativa sobre la problemática, el planteamiento de las estrategias propuestas basado en el Fundamento Teórico que realizó, respondiendo a cada una de las consignas que le fueron asignadas.

Pudiendo integrar imágenes, diagramas de flujo, diagramas de procesos, tablas y todas aquellas herramientas propias de su Licenciatura que clarifiquen la descripción realizada.

Es importante resaltar que este apartado es el eje central de su evaluación es por lo que deberá realizar un proceso de análisis detallado tomando en consideración conocimientos previos y sobre todo su experiencia laboral y/o profesional.

7. **Conclusiones:** Manifestará el resultado que se obtuvo después de aplicar su toma de decisiones, debiendo considerar el máximo de objetividad y justificación en su redacción.
8. **Referencias:** Enlistar por orden alfabético las referencias empleadas para el desarrollo del caso práctico, siguiendo las normas de la APA. (sexta edición) verificando que el año de publicación no exceda los 10 años a partir del año de evaluación.
9. **Anexos:** Apartado donde se deberá incluir algún documento que por su extensión no se pueda incluir en el cuerpo del documento. En caso de no incluir ningún documento se deberá eliminar este apartado del índice.

### **Revisión del Caso Práctico**

Una vez recibidos los casos prácticos en la plataforma, serán asignados a sinodales o expertos en la Licenciatura por acreditar para la revisión, elaboración de observaciones y reflexiones sobre el documento entregado por el sustentante, ya que servirá de base para la exposición oral del sustentante y serán complementados con la exposición del caso práctico.

### **Comunicación del día de evaluación y lineamientos**

Para que el (la) sustentante se presente a la realización de la evaluación oral, la Institución Evaluadora CONAIP asignará un día y hora específica en el periodo de evaluaciones

autorizado por DGAIR, mediante la plataforma, la cual se efectúa de manera escrita mediante el correo registrado del sustentante, debiendo cumplir con los siguientes lineamientos:

- a. Presentarse a la sede asignada 30 minutos antes de su evaluación al área de registro.
- b. Presentar identificación oficial vigente. (INE o Pasaporte).
- c. En virtud de ser un acto académico de obtención de grado deberá acudir con vestimenta formal.
- d. Apegarse a los protocolos sanitarios indicados por las autoridades en caso de que sea aplicable.
- e. No se permitirá el acceso a la sede y/o área de evaluación a los acompañantes del sustentante.

### **Evaluación Oral**

Posterior al registro y conducción de la (del) sustentante por personal de la Institución Evaluadora CONAIP al aula de evaluación se dará inicio al proceso de evaluación oral la cual se rige bajo una estricta metodología de realización y estandarización conforme se indica a continuación:

- a. El/La sustentante es recibido(a) en la puerta del aula por un sínodo evaluador quien le indicará donde colocar su dispositivo de cómputo y mostrará la pantalla para su conexión, la Institución Evaluadora CONAIP únicamente proporciona el dispositivo de proyección y es responsabilidad del (la) evaluado(a) traer cable de corriente de la computadora, cables de conexión y los accesorios que considere pertinente.
- b. Una vez conectado el dispositivo se realiza el protocolo de inicio de la evaluación donde se le indica que el proceso se está videograbando como protocolo de evaluación, se le solicita identificación oficial para el llenado de formatos y registros necesarios, se le manifiesta las tres fases que se realizarán para la evaluación (protocolo de inicio, presentación del caso práctico y actividad reflexiva).
- c. Una vez concluido el protocolo de inicio se le concede la palabra al evaluado el cual cuenta con un tiempo máximo de 40 minutos para presentar el caso práctico, tomando como base el caso práctico y la presentación ejecutiva (máximo 10 diapositivas con portada).

Es importante considerar que el tiempo es máximo y no se permite extenderse en la exposición en virtud de que las evaluaciones son estandarizadas en su realización.

- d. Al cierre de la exposición del sustentante los sínodos proceden a realizar la actividad reflexiva, con la finalidad de comprobar la viabilidad y pertinencia de la solución

descrita, así como el adecuado dominio de los conocimientos teóricos, habilidades y actitudes necesarias para el perfil que desea acreditar (20 minutos) asimismo se manifiesta la retroalimentación sobre el documento entregado, la presentación y exposición.

- e. Por último, se realiza el acto de cierre protocolario indicando la hora de finalización de la evaluación y se realiza la devolución de la identificación oficial.

Durante la realización de la exposición, el grupo de sínodos realizarán observaciones las cuales serán registradas en la rúbrica de evaluación la cual esta ponderada de la siguiente manera:

Tabla 2. Ponderación de rúbrica de evaluación oral

<b>Rubro</b>	<b>Criterio</b>	<b>Puntos</b>
Caso Práctico	Estructura	20
	Forma	20
Presentación Ejecutiva	Ortografía, Sintaxis, uso de imágenes. Metodología de exposición (Problema, Solución de consignas y Conclusiones)	20
Evaluación Oral (Exposición ante sinodales)	Genéricas (Expositivas)	30
	Específicas (Solución de consignas fundamentadas)	180
	Actitudes (Imagen personal y Autocrítica)	30
<b>Puntaje Total</b>		<b>300</b>

Fuente: Cuadro ponderativo basado en la rúbrica de evaluación CONAIP

## Resultado

El dictamen individual de la evaluación oral y caso práctico se deriva de la integración de la retroalimentación que cada sinodal otorga al sustentante mediante las rubricas de evaluación diseñadas para cada perfil o disciplina a evaluar. Considerándose los puntos señalados en la Tabla 2.

Durante la evaluación oral o presentación del caso práctico se evaluarán la calidad de la exposición y del material de apoyo que el sustentante lleve para su presentación, respuestas coherentes y con sustento teórico y metodológico a los cuestionamientos de los sinodales, conocimientos generales de la licenciatura por acreditar, así como su experiencia laboral. Su imagen personal también será calificada, así como su autocrítica y escucha activa.

La publicación de los resultados de las evaluaciones se realizará de conformidad al calendario oficial que puede ser consultado en el área de Convocatoria en la plataforma de la Institución y le llegará de manera electrónica a su correo junto con las indicaciones de su proceso de



trámite de título profesional en caso de ser Satisfactorio su resultado (Aprobado). En caso contrario (No Aprobado), también se le indicara lo procedente.