

# UNIDAD DE TITULACIÓN



Facultad de  
**Ciencias de la  
Comunicación**

# OPCIONES DE TRABAJO DE TITULACIÓN

- Artículo académico

[www.uees.edu.ec/titulacion](http://www.uees.edu.ec/titulacion)

- Proyecto de facultad

<http://www.uees.edu.ec/titulacion/pdf/2014/Formato-de-Proyecto-Comunicacion.pdf>

- Examen complejo



Facultad de  
**Ciencias de la  
Comunicación**

# CHARLAS EXPLICATIVAS POR TEMÁTICAS

- Proyecto: Jueves 17 de Enero - 19h00  
Danny Barbery
- Paper: Lunes 21 de Enero - 19h00  
María Elena Godoy
- Lugar: CEPA

# CRONOGRAMA

- Entrega de decisión y tema: 25 de Enero hasta las 21h00.
- Asignación de tutor: Hasta 8 de Febrero del 2019.
- Examen complejo: Entre el 20 y 28 de Mayo del 2019.
- Entrega de paper o proyecto: Hasta el 13 de Mayo del 2019.
- Notas: Hasta el 31 de Mayo del 2019.
- Ceremonia: Entre 26 de Junio y 17 de Julio del 2019.

# INSCRIPCIÓN DE TEMA

## PROCESO DE TITULACIÓN

INICIO

OPCIONES

DESCARGAS

CONTACTO

### FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



FORMATO DE  
PROYECTOS DE LA FACULTAD

Estructura de los distintos tipos de proyecto de la facultad de comunicación.



RÚBRICA DE  
PROYECTOS

Documento de evaluación para calificar los proyectos de la facultad de comunicación.



FICHA PARA  
PRESENTACIÓN DE TEMA

Formato para presentación del tema en la facultad.



RÚBRICA ARTÍCULO  
CIENTÍFICO

Documento de evaluación con el que los revisores califican el paper académico.



CHARLA  
EXPLICATIVA

Cronogramas y detalles de la inscripción en el período de titulación vigente.

**Certificación de créditos,  
recibo de pago y ficha técnica.**

**[www.uees.edu.ec/titulacion](http://www.uees.edu.ec/titulacion)**



Facultad de  
**Ciencias de la  
Comunicación**

# ¿ARTÍCULO ACADÉMICO O PROYECTO?

## *TESIS/ARTÍCULO CIENTÍFICO*

Contexto General de Estudio

Definición del Problema

Justificación del Estudio

Objetivos e hipótesis

Marco Teórico

Metodología Investigativa

Conclusiones y Futuras líneas de Inv.

## *PROYECTO*

Diagnóstico Inicial

Investigación de mercado

Plan estratégico

Plan de acción

Auditoría y control

Análisis Financiero

Conclusiones y Recomendaciones

# DIFERENCIANDO OBJETIVOS

- Objetivos de la Tesis / Artículo Científico
  - Enfocados a resolver un problema
  - Definen la razón de ser de todo el estudio
- Objetivos de la Investigación de mercado (de un proyecto)
  - Enfocados en obtener información para elaborar un plan.
- Objetivos del Proyecto
  - Enfocados en delimitar los resultados que se quieren obtener del proyecto
  - Deben ser medibles y cuantificables en el tiempo

# PROYECTOS



Facultad de  
**Ciencias de la  
Comunicación**



# TIPOS DE PROYECTOS

<b>PROYECTOS</b>	<b>CARRERAS</b>
<b>PLAN INTEGRAL DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Licenciatura en Comunicación Corporativa</li> <li>▪ Licenciatura en Comunicación</li> </ul>
<b>PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Licenciatura en Relaciones Públicas</li> <li>▪ Licenciatura en Relaciones Públicas y Organización de Eventos</li> </ul>
<b>CAMPAÑA DE MARKETING ESTRATÉGICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ing. Gestión de Marketing</li> <li>▪ Ing. Gestión de Marca</li> <li>▪ Ing. Marketing</li> <li>▪ Ing. Marketing y Publicidad</li> </ul>
<b>CAMPAÑA PUBLICITARIA 360°</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ing. Marketing y Publicidad</li> <li>▪ Lic. Publicidad</li> </ul>
<b>MANUAL DE MARCA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lic. Diseño Gráfico y Comunicación Visual</li> </ul>
<b>DOCUMENTAL PERIODÍSTICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lic. Periodismo Internacional</li> <li>▪ Lic. Periodismo Audiovisual</li> <li>▪ Lic. en Producción Multimedia</li> </ul>

# RÚBRICAS

## INGENIERÍA EN MARKETING – INGENIERÍA EN GESTIÓN DE MARCA PLAN DE MARKETING

CRITERIO	NIVEL 1 (100-76)	NIVEL 2 (75-51)	NIVEL 3 (50-26)	NIVEL 4 (25-01)
<b>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b>  (CLARIDAD Y SIGNIFICANCIA)	LA FORMULACIÓN ES PRECISA E INCLUYE PROPOSICIONES FORMALES Y ESPECIFICACIONES PARA CONTRASTARLAS. EXISTE UNA ALINEACIÓN CLARA CON LOS OBJETIVOS. SU SOLUCIÓN INTERESARÍA A LA MAYOR PARTE DE LOS PÚBLICOS CLAVES.	LA FORMULACIÓN NO ES AMBIGUA, PERO LOS OBJETIVOS SE CONFUNDEN CON ACTIVIDADES. SU SOLUCIÓN SERÍA DE INTERÉS A ALGUNOS PÚBLICOS CLAVE.	EL PROBLEMA DEBE SER INFERIDO DE UNA FORMULACIÓN INCOMPLETA. SU SOLUCIÓN INTERESARÍA A UNOS POCOS PÚBLICOS CLAVES.	FORMULACIÓN AMBIGUA, INCONSISTENTE O IRRELEVANTE PARA LA INVESTIGACIÓN. SIN FORMULACIÓN O PROBLEMA NO SIGNIFICATIVO, INSOLUBLE O TRIVIAL.
<b>INVESTIGACIÓN CALIDAD DE INFORMACIÓN / EVIDENCIA</b>	EL TRABAJO ES EXCEPCIONALMENTE INVESTIGADO, MUY DETALLADO CON PRUEBAS FUNDAMENTALES A PARTIR DE UNA AMPLIA VARIEDAD DE FUENTES QUE ES TODO DEBIDAMENTE CITADOS.	TRABAJO SE HA INVESTIGADO EN DETALLE CON EVIDENCIA PRECISA Y CRÍTICA CON UNA VARIEDAD DE FUENTES QUE ESTÁN DEBIDAMENTE CITADAS.	ALGUNOS ASPECTOS DEL TRABAJO QUE SE INVESTIGA CON ALGUNA EVIDENCIA PRECISA DE FUENTES LIMITADAS CON ALGUNAS CITAS.	LIMITADA INFORMACIÓN SOBRE EL TEMA CON LA FALTA DE INVESTIGACIÓN, LOS DETALLES O EVIDENCIAS HISTÓRICAMENTE EXACTAS.
<b>OBJETIVOS</b>	LOS OBJETIVOS TIENEN TOTAL RELACIÓN CON EL TEMA SE ESTABLECEN Y DISTINGUEN CLARAMENTE . DA CUENTA DE QUÉ ES LO QUE SE QUIERE LOGRAR, DE MODO CLARO Y SINTÉTICO. LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS RESPECTO DEL GENERAL SE RELACIONAN ENTRE ELLOS SON REALIZABLES, EVALUABLES Y NO SE CONFUNDEN CON ACTIVIDADES.	LOS OBJETIVOS TIENEN RELACIÓN CON EL TEMA SE ESTABLECEN Y DISTINGUEN CLARAMENTE PRESENTAN DUDAS RESPECTO DE SU LOGRO, PERO NO SE CONFUNDEN CON ACTIVIDADES. LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS RESPECTO DEL GENERAL SE RELACIONAN PARCIALMENTE ENTRE ELLOS.	LOS OBJETIVOS TIENEN PARCIAL RELACIÓN CON EL TEMA SE ESTABLECEN, PERO NO DISTINGUEN CLARAMENTE LOS OBJETIVOS PRESENTAN DUDAS RESPECTO DE SU LOGRO. SE MEZCLAN OBJETIVOS CON ACTIVIDADES. LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS RESPECTO DEL GENERAL NO PRESENTAN CLARA RELACIÓN.	LOS OBJETIVOS NO TIENEN RELACIÓN CON EL TEMA. NO SE RELACIONAN ENTRE ELLOS SE CONFUNDEN CON ACTIVIDADES.

# RÚBRICAS

<b>RESULTADOS ESPERADOS</b>	HAN SIDO ANALIZADOS DE UNA FORMA MINUCIOSA Y MUY RIGUROSA. HA REALIZADO UNA PRESENTACIÓN DE LOS MISMOS DE UN MODO DETALLADO, CLARO Y EXTENSO. SE RELACIONAN ESTRECHAMENTE A LOS OBJETIVOS. SON CONSECUENTES A LAS EXPECTATIVAS DEL TEMA	HAN SIDO ANALIZADOS DE UNA FORMA CORRECTA. LA RELACIÓN CON LOS OBJETIVOS SON CONSECUENTES A EN GRAN MEDIDA A LAS EXPECTATIVAS DEL TEMA DAN CUENTA DE UN APOORTE A LA SOLUCIÓN DE UN PROBLEMA	PRESENTA RESULTADOS SIN EXPLICACIÓN. SE RELACIONAN PARCIALMENTE CON LOS OBJETIVOS. TIENEN POCAS RELACIONES CON LAS EXPECTATIVAS DEL TEMA NO SE DISTINGUE CLARAMENTE CUÁL ES EL APOORTE	NO PRESENTA CLARIDAD EN LOS RESULTADOS ALCANZADOS. LOS RESULTADOS NO TIENEN RELACIÓN CON LAS EXPECTATIVAS DEL TEMA.
<b>SOPORTE DE IDEAS / ANÁLISIS</b>	CONEXIONES EXCEPCIONALMENTE CRÍTICAS, PERTINENTES Y COHERENTES REALIZADOS ENTRE LOS ARGUMENTOS, EVIDENCIAS, SUBTEMAS Y TEMA QUE MUESTRA EL EXCELENTE ANÁLISIS	-CONSTANTES CONEXIONES ENTRE LAS EVIDENCIAS REALIZADAS, SUBTEMAS, ARGUMENTOS Y TEMA MOSTRANDO UN BUEN ANÁLISIS	ALGUNAS CONEXIONES ENTRE LAS EVIDENCIAS, SUBTEMAS, ARGUMENTOS Y TEMA QUE MUESTRA EL ANÁLISIS.	LIMITADAS CONEXIONES REALIZADAS ENTRE LAS EVIDENCIAS, SUBTEMAS DE ARGUMENTOS / TEMA FALTA DE ANÁLISIS
<b>ORGANIZACIÓN / DESARROLLO DE IDEAS</b>	DESARROLLO EXCEPCIONALMENTE CLARO, LÓGICO, MADURO Y PROFUNDO DE SUBTEMAS QUE APOYAN LA TESIS DE TRANSICIÓN CON UNA EXCELENTE B/W PÁRRAFOS	CLARO Y LÓGICO SUBTEMA QUE APOYA LA TESIS CON BUENAS TRANSICIONES DE B/W PÁRRAFOS	DESARROLLO POCO CLARO Y LÓGICO DE SUBTEMAS, CON TRANSICIONES ADECUADAS DE B/W PÁRRAFOS	-EL TRABAJO CARECE DE DESARROLLO CLARO Y LÓGICO DE LAS IDEAS CON TRANSICIÓN DÉBIL DE IDEAS Y PÁRRAFOS
<b>DESARROLLO DE LA PROPUESTA</b>	EL PROYECTO CUMPLE CON LA ELABORACIÓN DE UN PLAN COHERENTE TOMANDO EN CUENTA ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	EL PROYECTO CUMPLE CON LA ELABORACIÓN DE UN PLAN Y ALCANZA MEDIANAMENTE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS. POSEE TÁCTICAS Y ESTRATEGIAS.	EL PROYECTO CUMPLE CON LA ELABORACIÓN DE UN PLAN QUE NO VAN ALINEADOS A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS. NO MUESTRA TACTICAS NI ESTRATEGIAS.	EL PROYECTO NO MUESTRA EL DESARROLLO DE UN PLAN NI UNA PROPUESTA.
<b>REDACCIÓN</b>	EL TRABAJO ES MUY CONCISO, CLARO, COHERENTE CON LA GRAMÁTICA CORRECTA, ORTOGRAFÍA Y PÁRRAFOS	EL TRABAJO ES CLARO, SOBRE TODO CON LA GRAMÁTICA CORRECTA, ORTOGRAFÍA Y PÁRRAFOS	EL TRABAJO TIENE ALGUNOS ERRORES DE GRAMÁTICA, ORTOGRAFÍA Y PÁRRAFOS	INCONSISTENTE GRAMÁTICA, ORTOGRAFÍA Y PÁRRAFOS.

# RÚBRICAS

<p><b>DISEÑO Y CONCEPTO DE PIEZAS PUBLICITARIAS</b></p>	<p>LAS PIEZAS PUBLICITARIAS EN DIFERENTES MEDIOS VAN DE ACUERDO CON LA ESTRATEGIA DE CAMPAÑA. SON SUMAMENTE CREATIVAS Y EFECTIVAS PARA TRANSMITIR LA GRAN IDEA DE LA ESTRATEGIA. SON ESTÉTICAMENTE PERFECTAS Y ELEVAN LA IMAGEN DE MARCA AL IGUAL QUE VENDEN EL PRODUCTO/IDEA/SERVICIO.</p>	<p>LAS PIEZAS PUBLICITARIAS EN DIFERENTES MEDIOS VAN ALGO DE ACUERDO CON LA ESTRATEGIA DE CAMPAÑA. SON ALGO CREATIVAS Y EFECTIVAS PARA TRANSMITIR LA GRAN IDEA DE LA ESTRATEGIA. SON ESTÉTICAMENTE AGRADABLES Y ELEVAN LA IMAGEN DE MARCA AL IGUAL QUE VENDEN EL PRODUCTO/IDEA/SERVICIO.</p>	<p>LAS PIEZAS PUBLICITARIAS EN DIFERENTES MEDIOS VAN POCO DE ACUERDO CON LA ESTRATEGIA DE CAMPAÑA. SON POCO CREATIVAS Y EFECTIVAS PARA TRANSMITIR LA GRAN IDEA DE LA ESTRATEGIA. SON POCO AGRADABLES A LA VISTA Y TIENEN PROBLEMAS AL ELEVAN LA IMAGEN DE MARCA Y EL PRODUCTO/IDEA/SERVICIO</p>	<p>LAS PIEZAS PUBLICITARIAS EN DIFERENTES MEDIOS NO VAN DE ACUERDO CON LA ESTRATEGIA DE CAMPAÑA. NO SON NADA CREATIVAS Y EFECTIVAS PARA TRANSMITIR LA GRAN IDEA DE LA ESTRATEGIA. SON DESAGRADABLES AGRADABLES A LA VISTA Y NO ELEVAN LA IMAGEN DE MARCA Y EL PRODUCTO/IDEA/SERVICIO</p>
<p><b>DESARROLLO DE LA PROPUESTA</b></p>	<p>EL PROYECTO CUMPLE CON LA ELABORACIÓN DE UN PLAN COHERENTE TOMANDO EN CUENTA ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS PLANTEADOS</p>	<p>EL PROYECTO CUMPLE CON LA ELABORACIÓN DE UN PLAN Y ALCANZA MEDIANAMENTE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS. POSEE TÁCTICAS Y ESTRATEGIAS.</p>	<p>EL PROYECTO CUMPLE CON LA ELABORACIÓN DE UN PLAN QUE NO VAN ALINEADOS A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS. NO MUESTRA TACTICAS NI ESTRATEGIAS.</p>	<p>EL PROYECTO NO MUESTRA EL DESARROLLO DE UN PLAN NI UNA PROPUESTA.</p>

# RÚBRICAS

<p><b>DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIONAL DE LAS PIEZAS Y MEDIOS INDIVIDUALES</b></p>	<p>EL PROYECTO EVIDENCIA APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS, ESTÉTICA, COMPOSICIÓN, ARMONÍA, EQUILIBRIO Y DEMÁS ELEMENTOS DEL DISEÑO, PARA LOGRAR EXCELENTES RESULTADOS COMUNICACIONALES.</p>	<p>EL PROYECTO EVIDENCIA APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE ESTÉTICA, COMPOSICIÓN, ARMONÍA, EQUILIBRIO Y DEMÁS ELEMENTOS DEL DISEÑO, PARA LOGRAR BUENOS RESULTADOS COMUNICACIONALES.</p>	<p>EL PROYECTO EVIDENCIA APLICACIÓN PARCIAL DE CONOCIMIENTOS DE ESTÉTICA, COMPOSICIÓN, ARMONÍA, EQUILIBRIO Y DEMÁS ELEMENTOS DEL DISEÑO, PARA LOGRAR MEDIANOS RESULTADOS COMUNICACIONALES.</p>	<p>EL PROYECTO NO EVIDENCIA APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE ESTÉTICA, COMPOSICIÓN, ARMONÍA, EQUILIBRIO Y DEMÁS ELEMENTOS DEL DISEÑO. LOGRA BAJOS RESULTADOS COMUNICACIONALES.</p>
<p><b>PROPUESTA DE MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL</b></p>	<p>EL PROYECTO MUESTRA APLICACIONES TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES DE LAS IDENTIDAD VISUAL. LA PROPUESTA CUMPLE CON TODAS LAS NECESIDADES COMUNICACIONALES</p>	<p>EL PROYECTO MUESTRA APLICACIONES TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES DE LAS IDENTIDAD VISUAL. SU PROPUESTA HA CUBIERTO LA MAYORIA DE NECESIDADES COMUNICACIONALES.</p>	<p>EL PROYECTO MUESTRA APLICACIONES MEDIANAMENTE TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES DE LAS IDENTIDAD VISUAL. LA PROPUESTA CUBRE PARCIALMENTE LAS NECESIDADES COMUNICACIONALES.</p>	<p>EL PROYECTO NO MUESTRA APLICACIONES TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES DE LAS IDENTIDAD VISUAL. SU PROPUESTA ES BASICA.</p>

# RÚBRICAS

<b>PRE-PRODUCCIÓN</b>	PROPUESTA DE TRATAMIENTO VISUAL, PLAN DE RODAJE Y ESCALETA TENTATIVA DE ESTRUCTURA DEL DOCUMENTAL. ROLES DE PRODUCCIÓN.	LOS ELEMENTOS SON VISIBLES EN EL PRODUCTO FINAL PERO NO HAN SIDO ADJUNTADOS EN EL PROYECTO.	EL TRABAJO HA TRABAJADO SUPERFICIALMENTE EN SU TRATAMIENTO VISUAL, PLAN DE RODAJE, ESCALETA TENTATIVA DE ESTRUCTURA DE DOCUMENTAL Y ROLES DE PRODUCCIÓN.	NO EXISTE PROPUESTA DE TRATAMIENTO VISUAL, PLAN DE RODAJE, ESCALETA TENTATIVA DE ESTRUCTURA DE DOCUMENTAL Y ROLES DE PRODUCCIÓN.
<b>PRODUCCIÓN</b>	COMPOSICIÓN AUDIOVISUAL COHERENTE CON EL TEMA, ENTREVISTAS, ILUMINACIÓN ADECUADA, GRABACIÓN DE VIDEO EN FORMATO DE ALTA DEFINICIÓN HD.	SE CUMPLEN TODOS ESTOS ELEMENTOS MENOS UNO DE ELLOS.	SE CUMPLEN ESTOS ELEMENTOS MENOS TRES DE ELLOS	VIDEO DEFICIENTE, NO SE CUMPLE CON NINGUNA CARACTERÍSTICA.
<b>POST-PRODUCCIÓN</b>	MONTAJE Y SONORIZACIÓN COHERENTE CON EL TEMA DE INVESTIGACIÓN. TEXTO DE GUIÓN DE MODIFICADO A PARTIR DE LA EDICIÓN.	FALLAS DE CONTINUIDAD, SONIDO POCO CLARO, PERO SE CUENTA CON TEXTO DE GUIÓN MODIFICADO A PARTIR DE LA EDICIÓN.	FALLAS DE CONTINUIDAD, SONIDO POCO CLARO, ERRORES DE MONTAJE, SIN GUIÓN MODIFICADO A PARTIR DE LA EDICIÓN.	NO SE CUMPLE CON NINGUNA CARÁCTERÍSTICA.

# ESTRUCTURA BÁSICA

<b>NOMBRE (revisar lineamientos con tutor)</b>	<b>TIPO</b>
GENERALIDADES	CAPITULO 1
ESTUDIO DE MERCADO	CAPITULO 2
PLAN DE DESARROLLO	CAPITULO 3
PRESUPUESTO	CAPITULO 4
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	CAPITULO 5

# ARTÍCULO ACADÉMICO



Facultad de  
**Ciencias de la  
Comunicación**