

Contenido

Presentación	2
De la evaluación	2
A quién se dirige	2
Qué se evalúa	2
Estructura general por áreas, sub-áreas y temas.....	3
De la prueba	5
Áreas	6
I.- Teorías de la comunicación y estudio del lenguaje	7
II. Historia y procesos de comunicación en México	8
III. Procesamiento y análisis de la información.....	9
IV. Recursos digitales.....	10

Presentación

Con base en las necesidades educativas y de actualización, Colegio Springfield oferta la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (ECP-CICOM) con el propósito de que quienes deseen acreditar por Evaluación de Conocimientos, con fundamento en el acuerdo 286 y el modificatorio 02/04/17, puedan aprobar y certificarse.

El cuadernillo tiene como propósito contextualizar a los sustentantes sobre su proceso de acreditación y certificación para la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, por Evaluación de Competencias Profesionales.

De la evaluación

El propósito de la valoración por Evaluación de Competencias Profesionales de Conocimientos es que los sustentantes acrediten, de manera integral, los elementos teóricos y prácticos, así como el que su trabajo esté relacionado con las funciones del desempeño profesional en Ciencias de la Comunicación.

A quién se dirige

La Evaluación de Competencias Profesionales está dirigida a personas que no han concluido su Educación Superior en cualquier sub-sistema, cuya experiencia laboral esté relacionada con funciones en Ciencias de la Comunicación.

Qué se evalúa

Teorías de la comunicación y estudio del lenguaje: conocimiento integral y análisis de los conceptos, rasgos y complejidad que enmarca el estudio del lenguaje entre seres humanos y la comunicación e interacción tecnológica.

Historia y procesos de comunicación en México: planea, propone y resuelve a través de la información real sobre la evolución que ha tenido las ciencias de la comunicación en México, el papel de la ética pública, transparencia y derecho a la información que tiene todo ciudadano.

Procesamiento y análisis de la información: conocimiento, habilidades y destrezas que evidencien su conocimiento en las actividades y procedimientos que se realiza para la investigación en comunicación, la mirada parcial de lo observado y lucha contra los prejuicios que nublen su quehacer como profesional de la comunicación.

Recursos digitales: conocimiento, habilidades y destrezas sobre recursos digitales, las transformaciones tecnológicas y políticas para la creación del periodismo multimedia, el manejo de la información y desinformación, los modelos de negocio en la era digital y como afecta esto a las relaciones humanas en la comunicación social.

Estructura general por áreas, sub-áreas y temas

Área	Sub-área	Tema	Número de reactivos
I.- Teorías de la comunicación y estudio del lenguaje	I.I- Conceptos y modelos en el estudio de la comunicación.	Conceptos y definición del Lenguaje.	4
		Utilización del lenguaje en las ciencias humanas	4
		Conceptos y definición de comunicación.	4
		Características de la información	4
		Comunicación como clave macro-sociológica	3
	I.II- Panorama histórico de las teorías de la comunicación.	Articulación conceptual del objeto.	3
		El empirismo.	3
		La teoría de la información	3
		La industria cultural, ideología y poder	3
		La influencia de la comunicación	3
	I.III- Corrientes actuales de la teoría e investigación de la comunicación	Estudio de las influencias.	4
		El modelo de los efectos limitados.	3
		Revisión del modelo de los efectos limitados.	3
	I.IV- Estudio de comunicación de masas.	El uso social de los medios	3
		El consumo cultural	3
		Análisis de audiencias	3
		El modelo de las multimediasiones	3

Área	Sub-área	Tema	Número de reactivos
II.- Historia y procesos de comunicación en México	II.I- De las culturas mesoamericanas a la conquista.	La cultura de los códices y su importancia	4
		Características y significado social y religioso de la comunicación colectiva	4
		Panorama de las comunicaciones prehispánicas	2
	II.II- El periodo colonial.	Comunicación colectiva en el virreinato de la nueva España.	8
		Formas de comunicación institucional colonial y el surgimiento de los pregoneros	9
		Crónicas de los conquistadores y los fines que perseguía	8
	II.III- Estudio y análisis de 1821 a 1876 del papel de la comunicación.	Origen y gestación del sentimiento patrio de identidad.	5
		La prensa en antes, durante y después del movimiento independentista.	5
		Tipos de publicaciones, legislación en materia de comunicación.	5
		Interacción entre prensa, literatura y política	4
		Censuras, persecuciones y clausuras. Los gobiernos conservadores y liberales y su actitud frente a la prensa en el siglo XIX.	6

Área	Sub-área	Tema	Número de reactivos
III.- Procesamiento y análisis de la información	III.I- La perspectiva científica.	Los métodos de investigación y los procesos de investigación	6
		Propuestas metodológicas y técnicas para la elaboración y registro de datos de estudios de comunicación.	6
	III.II.-Técnicas de obtención de datos.	Técnicas cualitativas	6
		Técnicas cuantitativas	6
		Observación, grupo de discusión y entrevista.	6
		Estadística aplicada a la investigación	6
	III.III. - Comunicación estratégica	Pensamiento estratégico	4
		Estrategias de comunicación para organizaciones	4
		Planificación estratégica dentro de la comunicación	4
		Comunicación Eficiente	4

Área	Sub-área	Tema	Número de reactivos
IV.-Recursos Digitales.	IV.I- Tendencias globales de comunicación.	En los ámbitos sociales, culturales, educativos y económicos.	6
		Innovación de la comunicación mediante el uso de las tecnologías de la comunicación y de la información.	6
		Información verdadera y falsa, diferenciación de fuentes	5
		Información y comunicación mediante el uso de la web	5
	IV.II.- Herramientas para la creación de productos comunicativos.	Organización semántica de la conceptualización	6
		Definición de contenidos acorde al propósito	6
		Utilización de los formatos usuales y sus reglas	6
		Herramientas para la creación de productos comunicativos	6
		Tipos de archivos, programas y aplicación de los mismos en las ciencias de la comunicación.	6

De la prueba

Los reactivos que constituyen La Evaluación de Conocimientos para la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación son de opción múltiple. Por otro lado, la Evaluación del ensayo, tiene otras características definidas.

Reactivos de Opción múltiple

La prueba objetiva para la acreditación global por conocimientos se construye mediante reactivos de opción múltiple, debido a su confiabilidad y veracidad; ya que están conformados por la base y las opciones de respuesta, donde solo una será la respuesta correcta.

Base del Reactivo: es el estímulo en forma de pregunta, al cual debe responder el sustentante.

Opciones de respuesta. Se presentan cuatro opciones, de las cuales elegirá una como respuesta correcta.

Respuesta correcta. Opción que responde correctamente a la base del reactivo.

Distractores. Son opciones incorrectas pero admisibles; estructuradas dentro de un mismo campo semántico que puedan evidenciar en el sustentante el logro del conocimiento para diferenciar la respuesta correcta.

Instrucciones. Indicaciones dirigidas a los textos y figuras que se utilizan adicionalmente a la base del reactivo.

Figuras adicionales. Elementos gráficos que el estudiante debe analizar para responder la pregunta.

En seguida, se presentan algunos reactivos como ejemplo de la Evaluación Global de Conocimientos para familiarizarse con la prueba, así como las referencias bibliográficas que orienten el estudio y preparación. Springfield le desea el mayor de los éxitos.

Áreas

I.- Teorías de la comunicación y estudio del lenguaje.

1. Ciencia que se encarga de observar y examinar los medios de difusión masivos, las industrias culturales, el consumo y el conjunto semiótico que estos construyen.

- A. Ciencias Experimentales
- B. Ciencias de la Comunicación
- C. Ciencias Sociales
- D. Ciencias Naturales

La respuesta correcta es B

Las ciencias de la comunicación, se encarga de observar y examinar los medios de difusión masivos, las industrias culturales, el consumo y el conjunto semiótico que estos construyen.

2. Selecciona la idea que corresponda a la Teoría de la Información:

- A. Estudia cualquier situación de comunicación, desde seres vivos a máquinas.
- B. Estudia solo las condiciones técnicas que permiten la transmisión de mensajes.
- C. Estudia cómo el receptor acepta la información del mensaje, basado en sus gustos personales y su contexto social.
- D. Estudia la cantidad de información que es transmitida y observa los problemas en los procesos comunicacionales que pueden provocar distorsión en el mensaje.

La respuesta correcta es D: Claude Shannon y Warren Weaver en la teoría de la información se enfocaron en la cantidad de información que podía ser transmitida, así como en minimizar los ruidos que distorsionaban el mensaje.

BIBLIOGRAFÍA

Teorías de la comunicación y estudio del lenguaje.

Sub-área	Referencia bibliográfica
I.I- Conceptos y modelos en el estudio de la comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Watzlawick, Paul. (2017). <i>Teorías de la Comunicación Humana: Interacciones, Patologías y Paradojas</i>. Editorial Herder. ▪ Otero, Edison. (2020). <i>Teorías de la Comunicación</i>. Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
I.II- Panorama histórico de las teorías de la comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ González, Susana. (2019). <i>Comunicación Científica. Investigación documental</i>. Grupo Editorial Éxodo. ▪ Scolari, Carlos. (2018). <i>Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva</i>. Editorial Gedisa.
I.III- Corrientes actuales de la teoría e investigación de la comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mattelart, Armand. (2014). <i>La Mundialización de la Comunicación</i>. Editorial Paidós. ▪ Pérez, S. Gabriel (2017). <i>El meme en internet. Identidad y usos sociales</i>. UNAM. ▪ Pérez S., Gabriel. (2023). <i>Uso del ChatGPT y otros LLMs en los entornos educativos</i>. ENDORA ediciones.
I.IV- Estudio de comunicación de masas.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Montero, Sergio, Baena, Guillermina. (2020). <i>Ciencias de la Comunicación Vol. 2</i>. Editorial Patria.

II. Historia y procesos de comunicación en México.

1. ¿Quiénes eran los encargados de realizar los códices?

- A. militares
- B. sacerdotes
- C. tlacuilos
- D. tlatoanis

La respuesta correcta es la C: los tlacuilos eran los únicos con las habilidades necesarias para la creación de los códices, entre estas habilidades se encuentra la pintura y la interpretación.

2. ¿En qué año llegó la imprenta a la Nueva España?

- A. 1518
- B. 1623
- C. 1789
- D. 1539

La respuesta correcta es la D.

BIBLIOGRAFÍA

Historia y procesos de comunicación en México

Sub-área	Referencia bibliográfica
II.I- De las culturas mesoamericanas a la conquista.	<ul style="list-style-type: none"> • Sodi, Demetrio. (2015). <i>Las grandes culturas de Mesoamérica: Desde la llegada del hombre al continente americano, hasta la última de las culturas prehispánicas</i>. Editorial Panorama. • Leyva, José. (2018). <i>Olmecas, zapotecas y mixtecos: Los indígenas de Mesoamérica</i>. Editorial Nostra.
II.II- El periodo colonial.	<ul style="list-style-type: none"> • Hugh, Thomas. (2021). <i>La Conquista de México</i>. Ediciones Culturales Paidós S. A. De C. V. • Krauce, Enrique, Meyer, Jean. (2021). <i>Historia de la Revolución Mexicana. 1924-1928. Volumen 4</i>. Editorial El Colegio de México. • Del Castillo, Bernal. (2020). <i>Historia verdadera de la conquista de la Nueva España Prologo con reseña critica de la obra vida y obra del autor y marco histórico</i>. Editorial Editores Mexicanos Unidos S.A.
II.III- Estudio y análisis de 1821 a 1876 del papel de la Comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> • González, Susana (coord.). (2023). <i>Teoría y Método del ejercicio periodístico</i>. UNAM. • Buendía, José. (2018). <i>Libertad de expresión y periodismo en México. Situación del ejercicio y percepción de la libertad de prensa en el contexto de las alternancias políticas de 2000 a 2015</i>.Pórrua.

III. Procesamiento y análisis de la información.

1. Es un enfoque de la comunicación social, que plantea abordar a la comunicación como fenómeno histórico, complejo, situacional y fluido.
 - A. Comunicación intergrupal
 - B. Comunicación mediática
 - C. Comunicación Estratégica
 - D. Comunicación Mediática

La respuesta correcta es C: La Comunicación Estratégica es un enfoque de la comunicación social, que plantea abordar a la comunicación como fenómeno histórico, complejo, situacional y fluido.

2. Son elementos iniciales de cualquier estrategia corporativa, y parte fundamental de su construcción para saber a dónde se dirigen:
 - A. Branding, foda y recursos económicos.
 - B. Responsabilidades
 - C. Foda, pestel y análisis 360°.
 - D. Misión, visión y valores

La respuesta correcta es la D: Toda empresa u organización debe tener una guía de hacia dónde quiere ir y debe saber con qué cuenta para hacerlo posible. Esto se resume en la misión, visión y valores

BIBLIOGRAFÍA

Procesamiento y análisis de la información

Sub-área	Referencia bibliográfica
III.I- La perspectiva científica.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ González, Susana. (2019). <i>Comunicación Científica. Investigación documental</i>. Grupo Editorial Éxodo. ▪ Baena, Guillermina. (2017). <i>Metodología de la investigación</i>. Grupo Editorial Patria.
III.II.-Técnicas de obtención de datos.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hernández, Sampieri.(2018). <i>Metodología De La Investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta</i>. Editorial McGraw-Hill. ▪ Rodríguez, Yaniris. (2020). <i>Metodología de la investigación</i>. Editorial Klik. ▪ Denzin, Norma, Lincoln, Ivonna. (2015). <i>Métodos de recolección y análisis de datos. Manual de investigación cualitativa</i>. Editorial Gedisa. ▪ Marín, Carlos. (2019). <i>Manual de Periodismo</i>. Grijalbo.
III.III.- Comunicación estratégica	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lamarre, Guillaume. (2019). <i>Storytelling como estrategia de comunicación</i>. Editorial Gustavo Gili ▪ Pintado, Teresa, Sánchez, Joaquín. (2017). <i>Nuevas Tendencias en Comunicación Estratégica</i>. ESIC Editorial. ▪ González, José, Rodríguez, Miryam. (2020). <i>Manual práctico de planificación estratégica</i>. Ediciones Díaz de Santos.

IV Recursos Digitales.

1. Son cualquier medio codificado en un formato legible para una máquina, se pueden crear, visualizar, distribuir, modificar y preservar en dispositivos electrónicos digitales.
 - A. Libros electrónicos
 - B. Medios Digitales
 - C. Video Digital
 - D. Base de Datos

La respuesta correcta es B: Los medios digitales son cualquier medio codificado en un formato legible para una máquina. Los medios digitales se pueden crear, visualizar, distribuir, modificar y preservar en dispositivos electrónicos digitales.

2. Es una estructura narrativa muy particular que expande a lo largo de un universo narrativo, mediante el uso de distintos lenguajes, como podrían ser: verbal o icónico.
 - A. La narrativa transmedia
 - B. Realidad Virtual
 - C. Revistas Digitales
 - D. La tecnología

La respuesta correcta es A: La narrativa transmedia, es una estructura narrativa muy particular que expande a lo largo de un universo narrativo. Mediante el uso de distintos lenguajes, como podrían ser: verbal o icónico.

BIBLIOGRAFÍA

Recursos digitales

Sub-área	Referencia bibliográfica
IV.I-Tendencias globales de comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> • Muñoz, B. A, Corona, A. y Pérez Salazar, G. (2022). <i>Producción y consumo de contenidos audiovisuales. Abordajes desde la Comunicación Social</i>. UADEC. AMIC.
IV.II.- Herramientas para la creación de productos comunicativos.	<ul style="list-style-type: none"> • Pérez S., Gabriel y Corona, A. (2021). <i>Expresiones de identidad del ciudadano digital en Facebook y Twitter. El caso del gobierno municipal de Saltillo</i>. Revista de tecnología y Sociedad. • Soto, José. (2015). <i>Manual de Producción Audiovisual</i>. Ediciones Universidad Católica de Chile. • Carvajal, Alejandro. (2016). <i>El proceso de producción audiovisual publicitaria</i>. Punto Rojo Libros. • Leñero, Vicente (2019). <i>Solo periodismo</i>. Seix Barral México. • Grijelmo, Alex. (2014). <i>El estilo del periodista</i>. Grupo Editorial España Penguin Random House. • Libero, Eduardo, Núñez, Álvaro. (2014). <i>El libro del Marketing Interactivo y la Publicidad Digital</i>. ESIC Editorial. • Vilajoana, Sandra (coord.) (2015). <i>¿Cómo diseñar una campaña de publicidad?</i>. Editorial UOC.

Si tiene alguna duda respecto al registro, fecha o sedes de aplicación, puede consultar el portal del Colegio Springfield en: www.springfield.com.mx o al correo electrónico: contactoevaluación@springfield.com.mx, o bien, comunicarse al Departamento de Control y Registro: (01 951) 427 47 83, en un horario de 9:00 a 19:00 horas de lunes a jueves, y viernes de 9:00 a 18:00 horas.