

PRUEBA SABER PRO 2012

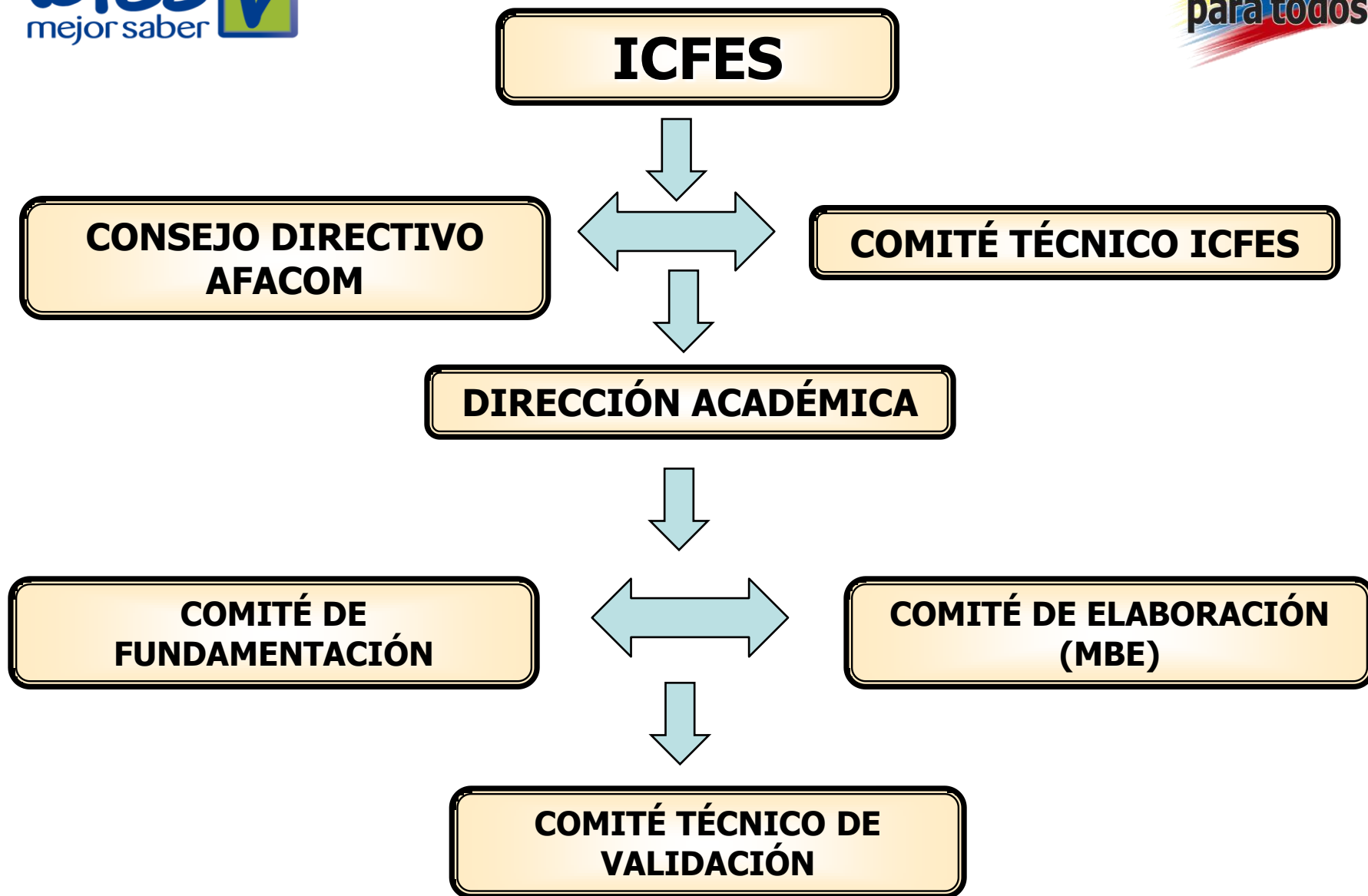
MÓDULO DE PROCESOS COMUNICATIVOS

Bogotá, D.C., 23 de octubre de 2012

Contenido

1. ¿Cómo se construyó el Módulo?
2. ¿Quiénes participaron en la construcción del Módulo?
3. ¿Qué competencia evalúa el Módulo?
4. Afirmaciones y Evidencias.
5. Ejemplos de preguntas.

1. ¿Cómo se construyó el Módulo de Procesos Comunicativos?



PLAN DE TRABAJO

1. Convocatoria, selección y conformación de Comités de Expertos.
2. Delimitación de la perspectiva conceptuales del Módulo. Definición del objeto de la evaluación y competencia a evaluar.
3. Construcción de las Afirmaciones y las Evidencias - Modelo Basado en Evidencias (MBE).
4. Elaboración y socialización del documento sobre evaluación, competencia y las especificaciones de la prueba (Afirmaciones y evidencias).
5. Diseño de Tareas y construcción de ejemplos de Preguntas (MBE).
6. Seminario Taller de capacitación en construcción de preguntas (MBE).
7. Elaboración de preguntas - Modelo Basado en Evidencias (MBE).
8. Talleres (6) de revisión de preguntas por los Comités de Expertos.
9. Debates (9) sobre el Marco Conceptual de Fundamentación del Módulo en Procesos Comunicativos.
10. Talleres (4) de ajustes y validación de preguntas (MBE).
11. Construcción de la Prueba 2012 – 2013.
12. Presentación del Marco Conceptual de Fundamentación del Módulo en Procesos Comunicativos.

2. ¿ Quiénes participaron en la construcción del Módulo de Procesos Comunicativos?

COMITÉ DE FUNDAMENTACIÓN Y DISEÑO

REGIÓN	INSTITUCIÓN	EXPERTO
Centro	U. Sabana	1. Maritza Ceballos S.
Antioquia	U. Antioquia	2. María Fernanda Arias
Caribe	U. Norte	3. Jesús Arroyave
Eje Cafetero	U. Área Andina	4. Mauricio Vera S.
Centro	U. Santo Tomás	5. Arturo Uscátegui
Occidente	U. Autónoma O.	6. Ana Lucía Bonilla
Oriente	U. F. P. Santander	7. Héver Páez Quintana
Diseño	U. Libertadores	8. Armando Chigangana
Publicidad	U. Central	9. Íngrid Zacipa Infante
Publicidad	U. Politécnico	10. César Atehortúa R.

COMITÉ DE CONSTRUCTORES DE PREGUNTAS

REGIÓN	INSTITUCIÓN	EXPERTO
Centro	U. Javeriana - Bogotá	1. Mónica Salazar
Centro	U. Jorge Tadeo Lozano	2. Juan Carlos Córdoba
Centro	U. Externado de Colombia	3. Diego Mazorra Correa
Centro	UNAD	4. Iván Arana Sáenz
Centro	INPAHU	5. Roberto Gayón Tavera
Antioquia	U. Antioquia	6. Nora Villa Orrego
Eje Cafetero	U. Católica Popular	7. Julián A. Burgos Suárez
Eje Cafetero	U. Tolima	8. Hernán Rodríguez
Occidente	U. Santiago de Cali	9. Jorge P. Lozano B.
Oriente	UNAB	10. Nadya Forero Cely
Diseño	U. Bolivariana – Medellín	11. Juliana Restrepo
Diseño	U. Área Andina – Pereira	12. Natalia Arango
Publicidad	U. Central	13. Íngrid Zacipa

COMITÉ DE APROBACIÓN

INSTITUCIÓN	EXPERTO
U. Central	1. Martha Lucía Mejía S.
U. Jorge Tadeo Lozano	2. César Giraldo Barreño
U. Politécnico	3. Nancy Ballestas C.
U. Rosario	4. Germán Ortiz Leiva
UNIMINUTO	5. César A. Rocha
U. Javeriana – Cali	6. Diego Bermúdez

3. ¿ Qué evalúa el Módulo de Procesos Comunicativos?

El módulo de **Procesos Comunicativos...**

1. Evalúa en los estudiantes y egresados las ***competencias específicas*** de los programas de formación en los campos profesionales y disciplinares afines y articulados a la Comunicación.
2. Evalúa un *saber hacer* complejo en contextos específicos en los grupos de programas o áreas de conocimiento afines a la Comunicación. Por lo tanto, da cuenta de los *haceres* complejos y articulados que comparten distintas formaciones y profesiones de la Comunicación Social, el Periodismo, la Publicidad y el Diseño Comunicativo o Gráfico.
3. Promueve el diálogo y el encuentro entre distintos programas que comparten antecedentes, problematizaciones, propósitos, herramientas y/o compromisos comunes.

4. ¿Qué Competencia evalúa el Módulo de Procesos Comunicativos?

La capacidad para comprender procesos de producción de sentido y diseñar estrategias y productos comunicativos a partir de la interpretación de contextos sociales y culturales, de acuerdo con problemáticas y demandas específicas.

5. Afirmaciones y evidencias

El Módulo de Procesos Comunicativos parte entonces de cuatro (4) Afirmaciones, entendidas éstas como las categorías y premisas básicas de la Prueba, expresadas en enunciados generales y englobantes que se hacen acerca de lo que pueden hacer los estudiantes en las categorías de evaluación definidas.

AFIRMACIONES

- Comprende los procesos y dinámicas propios de la producción de sentido en contextos específicos.
- Comprende los productos que hacen parte de la producción de sentido en contextos específicos.
- Diseña estrategias de comunicación pertinentes para contextos específicos.
- Diseña productos de comunicación pertinentes para contextos específicos.

AFIRMACIÓN NÚMERO 1

- ***Comprende los procesos y dinámicas propios de la producción de sentido en contextos específicos.***

EVIDENCIAS

- 1.1.** Analiza los componentes de los procesos comunicativos en sus aspectos de producción, circulación y consumo.
- 1.2.** Da cuenta de los elementos del contexto sociocultural presentes en el proceso de producción de sentido.
- 1.3.** Analiza las implicaciones sociales y culturales derivadas de los procesos de producción de sentido.

AFIRMACIÓN NÚMERO 2

- ***Comprende los productos que hacen parte de la producción de sentido en contextos específicos.***

EVIDENCIAS

- 2.1.** Reconoce en un producto comunicativo, los elementos que dieron lugar a un sentido.
- 2.2.** Reconoce en los productos comunicativos las estructuras que dan lugar al sentido.
- 2.3.** Interpreta en los productos comunicativos los referentes socioculturales que dan lugar a la producción de sentido.

AFIRMACIÓN NÚMERO 3

➤ ***Diseña estrategias de comunicación pertinentes para contextos específicos.***

EVIDENCIAS

3.1. Identifica problemáticas y necesidades en diferentes contextos socioculturales que pueden ser abordadas desde la comunicación.

3.2. Establece objetivos estratégicos en función de las problemáticas y necesidades detectadas.

3.3. Determina los destinatarios y medios o soportes pertinentes para el logro de el o los objetivos de una estrategia de comunicación.

3.4. Establece las fases de procesos estratégicos para el cumplimiento de los objetivos planteados.

3.5. Define mecanismos de seguimiento y evaluación de procesos estratégicos de comunicación.

AFIRMACIÓN NÚMERO 4

➤ ***Diseña productos de comunicación pertinentes para contextos específicos.***

EVIDENCIAS

4.1. Entiende cómo las modificaciones del contexto pueden o no modificar el sentido de un producto comunicativo.

4.2. Tiene en cuenta las características socioculturales de los destinatarios para el diseño de productos comunicativos.

4.3. Determina el propósito de los productos comunicativos que diseña.

4.4. Elige los medios y lenguajes que usa en función de los fines y destinatarios del producto comunicativo.

¡GRACIAS POR SU ATENCIÓN!

www.icfes.gov.co