

Nombre de alumno: Rene de Jesús Santis Díaz

Nombre del profesor: Luis Miguel Sánchez Hernández

Nombre del trabajo: Mapa conceptual

Materia: Orientación Educativa

Grado: 8 Cuatrimestre

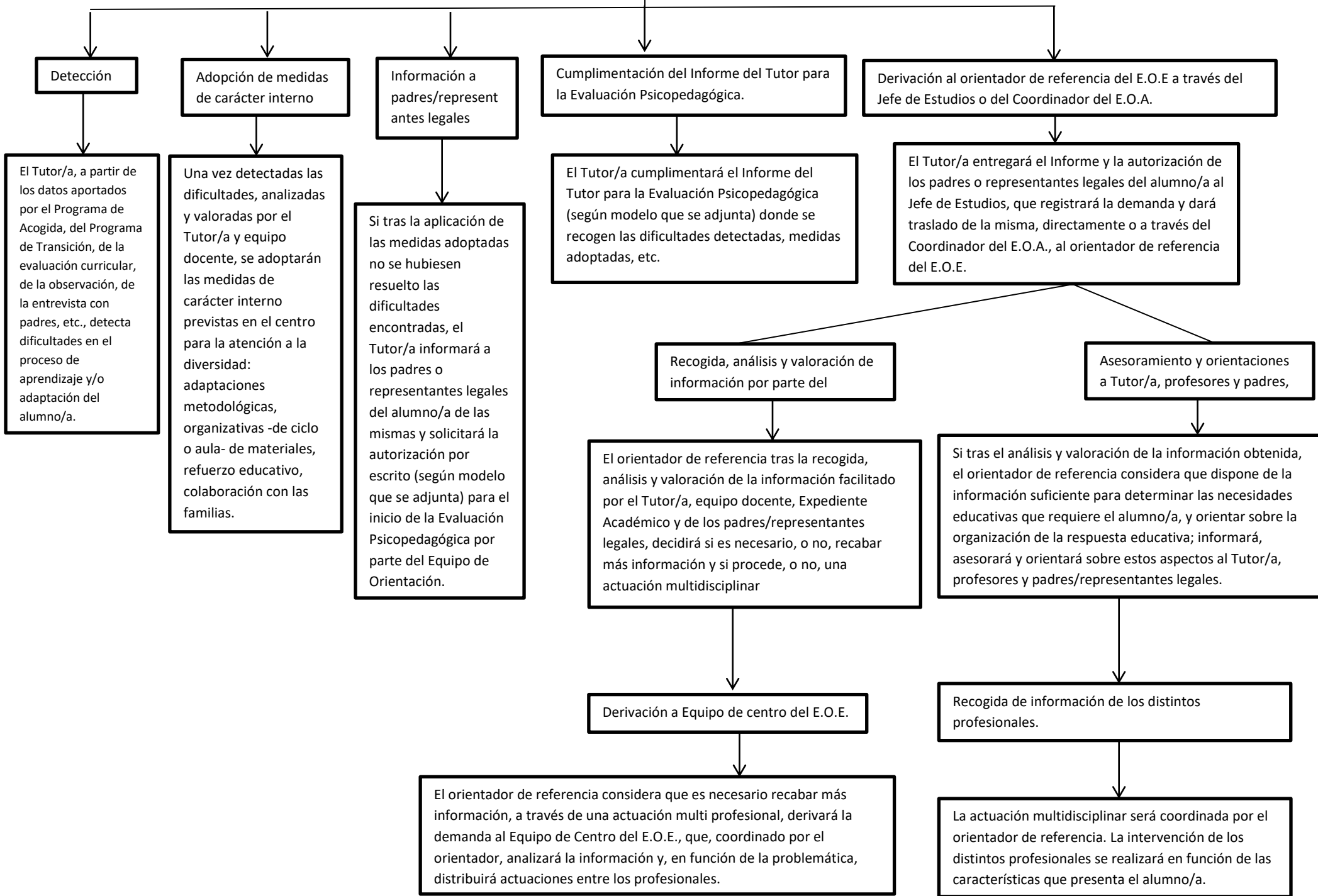
Grupo: A



PASIÓN POR EDUCAR

Ocosingo Chiapas a 11 de Abril del 2021.

Proceso de integración



La ficha psicopedagógica

Usos y modelos

¿Qué es?

Es la historia escolar que se hace en unión con el estudio de la personalidad de cada niño durante un periodo escolar.

¿Para qué sirve?

Para apoyar al profesor en la planeación de un programa que sea realista; para conocer los puntos débiles y fuertes de cada niño; para poder dividir la clase en grupos homogéneos; para adquirir una base útil en la orientación de los padres; para localizar a los niños que aprovechan menos o más que el promedio; para guiar la orientación escolar y vocacional.

¿Cómo se recogen los datos?

Dependerá de su naturaleza, a través de diferentes formas, como son las observaciones del profesor; cuestionarios; autobiografías; entrevistas con los padres, los niños y los profesores; sociogramas, los instrumentos de medida: pruebas de inteligencia, proyectivas, habilidades de aprendizaje, entre otras.

¿Cuál es el contenido de la ficha?

Se ha dividido en los siguientes apartados

Aspecto físico

Se piden datos para lo siguiente

- Talla y peso
- Integridad de los sentidos
- Antecedentes patológicos
- Anomalías físicas

Aspecto psicológico

El coeficiente es la relación que existe entre la edad cronológica y la capacidad intelectual, este aspecto se obtiene a través de las pruebas de inteligencia que maneja el especialista

Equilibrio afectivo-emocional

Reacción: Forma de actuar ante determinado estímulo o situación; puede ser o tiende a ser.

- Impulsiva
- Inhibida
- Hipersensible
- Hiposensible
- Tendencia a la oposición
- Tendencia a la sumisión

Aspecto socioeconómico

Este aspecto tiene importancia en cuanto determina el nivel cultural, económico y social y la situación del niño dentro de estos

Aspecto pedagógico

Este apartado contiene todas las calificaciones que se evalúan periódicamente; estas se pueden transcribir una o dos veces al año, en la columna correspondiente, tomando en cuenta el promedio de cada aspecto o materia.

Ficha individual

Características de la ficha individual

Al igual que la ficha acumulativa, hay una gran variedad de fichas individuales, ya que su diseño dependerá también del propósito particular que se tenga.

Es por ello que el psicopedagogo deberá tener en cuenta las siguientes características para su elaboración

- 1.- Esta ficha contendrá solo aquellos datos que se estimen importantes para la interpretación de la conducta y personalidad del sujeto.
- 2.- Permitirá el registro fácil y preciso de los datos, así como de su interpretación.
- 3.- Su organización permitirá tener una visión de conjunto sobre los datos recogidos acerca de los diversos aspectos y etapas de la vida del sujeto.
- 4.- Será lo suficientemente flexible como para permitir que se incluyan datos que no se había contemplado y son necesarios para el estudio.

La ficha individual es el documento que recopila información que atañe directamente al sujeto en estudio

La ficha individual se refiere a la historia del sujeto, es decir, es en este documento donde se reúne la información más significativa acerca de su familia, experiencia escolar, aspectos físicos y hereditarios, su alimentación, diversiones, nivel socioeconómico y cultural, entre otros.

Usos de la ficha individual

Esta ficha se utiliza para tener una visión de conjunto sobre el ambiente del sujeto, como influye este en él, como es visto por los demás, su estado de salud, entre otros aspectos. Todos estos puntos son importantes tenerlos en cuenta cuando se hace la evaluación general de la persona, ya que muchos de estos datos escapan de las pruebas estandarizadas.

Contenido de la ficha individual

En términos generales, la ficha individual abarca los siguientes aspectos

- 1.- Datos generales: nombre del alumno, fecha y lugar de nacimiento, domicilio, teléfono, por ejemplo.
- 2.- Datos sobre la familia: nombre del padre y de la madre, ocupación de ambos, nombre y ocupación de los hermanos, estudios realizados por los miembros de la familia, otras personas que vivan con ellos, entre otros datos.
- 3.- Datos somático-funcionales: medidas antropométricas, como peso, talla, agudeza visual y auditiva; índice de nutrición, dentición, defectos sensoriales, salud en general, enfermedades, factores hereditarios, por ejemplo.
- 4.- Datos pedagógicos: como antecedentes escolares, años reprobados, años perdidos, escuelas en las que ha estado inscrito, último año lectivo, aprovechamiento mensual, causas del bajo rendimiento escolar, hábitos positivos, participación y conducta.
- 5.- Datos socioeconómicos y culturales: características de la casa, nivel económico, condiciones higiénicas, ambiente cultural, diversiones, tipo de relaciones extra familiares, medio extra familiar, urbanismo, instituciones y servicios, entre otros.

Integración de datos

Elaboración del informe psicopedagógico

Se redacta con una gran variedad de propósitos y este dirigido a distintas personas. El informe siempre debe redactarse teniendo en cuenta el funcionamiento cognitivo, emocional y social del niño.

Motivo de consulta

En este apartado se deben aclarar las fuentes de información (escuela, psiquiatra, pediatra, etc.) así como lo que preocupa a los padres o encargados del niño o adolescente. Con base en los datos obtenidos en este rubro, se diseñan los procedimientos y las pruebas que se aplicaran para realizar la evaluación.

Consideraciones básicas para el informe

Una valoración psicopedagógica está completa solo después de que la información obtenida se ha organizado, sintetizado e integrado. El psicopedagogo debe estar consciente de la influencia que tiene el informe en el niño y en su familia en los años subsiguientes.

El diagnostico psicopedagógico es un proceso mediante el cual se integra la información relevante acerca del paciente. La interpretación de esta información siempre debe realizarse dentro del contexto de vida de la persona.

Manejo ético de los resultados

Además de la entrevista, se emplean pruebas psicométricas, proyectivas y psicopedagógicas, por lo cual, el informe debe contener tanto los datos cuantitativos que arrojan los instrumentos de medida, como los aspectos psicodinámicos de personalidad que se obtengan de las pruebas proyectivas (cualitativos).

Todos los datos tienen que interpretarse, integrarse y explicarse a la luz de la actitud y la disposición de la persona frente a la situación de prueba, el motivo de consulta y su contexto de vida.

Resultados de las pruebas psicométricas

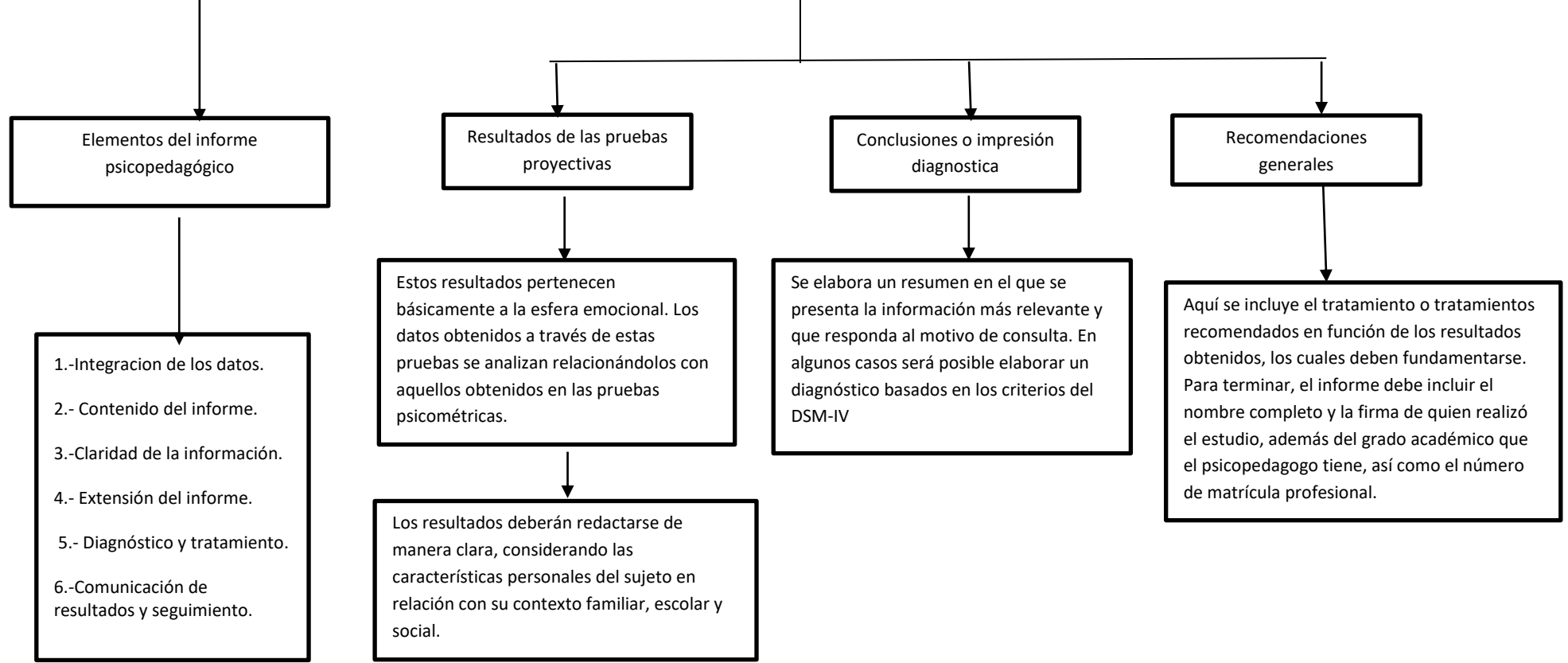
La forma en que se redactan los resultados dependerá del motivo de consulta y de la persona a quien se le entregará. En algunos informes no deben incluirse los resultados cuantitativos, sino más bien el rendimiento del niño (Ej. promedio, superior, etc). Los resultados pueden presentarse por secciones de acuerdo con las áreas evaluadas: intelectual, verbal, ejecutiva, visomotriz.

Observación de la conducta

En esta parte se registran las conductas de la persona durante la evaluación, por ejemplo: sus reacciones ante el fracaso, métodos de trabajo, actitudes y lenguaje.

Instrumentos de evaluación

Se analizan los métodos y pruebas que se utilizaron en la evaluación, utilizando los nombres completos de los mismos y la versión con la que se trabajó, ya que las normas varían de una versión a otra.



Usos, formas y estrategia para el diseño e implementación de un evento profesiográfico.

Analiza la situación antes de comenzar a organizar una feria profesional

Antes de meterte de lleno en la organización de tu feria profesional, necesitas responder estas preguntas:

1. ¿Qué objetivo quieres conseguir con la organización de tu feria?
 - Generar ingresos.
 - Construir comunidad con la gente del sector.
 - Conseguir notoriedad de marca.
 - Generar contactos u oportunidades de negocio.

¿Quién es tu público?

Por un lado debes identificar qué empresas pueden estar interesadas en alquilar los stands de tu feria, es decir, quiénes serán tus expositores. Por otra, para convencer a los expositores, tendrás que atraer a gran cantidad de asistentes profesionales y cualificados. Definir bien ambos grupos de públicos será determinante a la hora de llevar a cabo actividades tan importantes como las de marketing.

¿Quién es la competencia?

Analizar en profundidad a tu competencia te ayudará a diferenciarte y configurar tu propuesta de valor. ¿Hay alguien más organizando una feria en tu sector? ¿Qué tamaño tiene? ¿Cómo está posicionada? ¿En qué ciudad tiene lugar? ¿Cuándo se realiza? Ten claras las respuestas y podrás planificar mejor tu opción.

Define una propuesta de valor diferente

En una feria profesional es importante ofrecer actividades que añadan valor a la parte de exposición de productos y servicios. No olvides que es igual de importante captar expositores que vendan o enseñen sus productos o servicios, que conseguir tener los pasillos y salas abarrotados de asistentes interesantes e interesados en tu feria. Busca unos ponentes importantes (serán el principal reclamo de tu evento), un lugar adecuado y accesible, una fecha atractiva, y genera una propuesta que te diferencie de la competencia

Planifica las tareas y los tiempos

Te recomendamos que utilices el método del retrotiming para identificar y hacer seguimiento de todas las pequeñas tareas que implica una feria. Otra buena forma de mantener el control de todas las tareas en los últimos días previos a la feria, es hacer un checklist de las cosas imprescindibles.

Analiza y mide los resultados

Las ferias profesionales no terminan cuando se cierran las puertas de tu recinto. Debes analizar todos los resultados y medir la consecución de tus objetivos.

Te recomendamos los siguientes pasos

- Mide el rendimiento de tu evento online, visitas y ventas, con Google Analytics.
- Haz una encuesta de satisfacción tanto a expositores como a asistentes, para ver en qué podrías mejorar.
- Reúne en un solo documento todos tus clips de prensa con su correspondiente valor publicitario.
- Convoca una reunión con tus principales patrocinadores para hacer un evaluación postevento y conocer sus impresiones