



Colegio Universitario IES Siglo 21

**EXAMEN DE PROMOCIÓN**

|   |                                      |
|---|--------------------------------------|
| <b>Materia:</b> <b>Expresión Oral y Escrita</b>   | <b>Docente:</b> Silvina de la Cuesta |
| <b>Modalidad Presencial</b> (en contexto virtual) | <b>Fecha:</b> 30/07/2021             |

Reservado para el alumno

**Alumno** (Apellido y nombres): Sibello Gino

**DNI:** 41820055

**Carrera:** IA y Ciencia de datos

Reservado para el docente

NOTA

3 (tres)

**CONSIDERACIONES ESPECIALES**

**METODOLOGÍA PARA REALIZAR EL EXAMEN**

- El examen se envía desde la mensajería interna en un archivo Word adjunto. En Archivos / Guardar como, almacena este archivo en tu computadora bajo el nombre: "CIES EOE + APELLIDO + NOMBRE" y completa los datos del encabezado.
- Realiza las actividades que se presentan debajo del ítem "Desarrollo del Examen" durante el horario indicado.
- Envía a la profesora la evaluación resuelta como Archivo Adjunto en el aula virtual por mensajería interna.

**MODALIDAD DEL EXAMEN:**

- Escrita e individual.
- El examen se realiza durante el horario de clase, conectados a Google Meet.

**DURACIÓN:** 1 1/2 hora.

## CONSIDERACIONES GENERALES

### OBJETIVOS

- Reconocer los procedimientos de la **lectura literal** y las etapas de la **lectura analítica**.
- Aplicar las herramientas de lectura literal y analítica en un texto.
- Aplicar el procedimiento para elaborar un esquema.
- Reconocer la estructura de un **informe académico-laboral**.
- Reconocer los pasos del proceso para elaborar un informe académico-laboral.

### CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Ortografía y redacción.
- Capacidad para aplicar técnicas pertinentes.
- Capacidad para utilizar vocabulario específico.
- Pertinencia de las respuestas.

### **Tabla de calificaciones**

Se aprueba con nota igual o mayor a **SEIS**.

| %    | 00-05 | 05-45 | 46-59 | 60-65 | 65-69 | 70-75 | 76-81 | 83-89 | 90-96 | 97-100 |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| Nota | 1     | 2     | 3     | 4     | 5     | 6     | 7     | 8     | 9     | 10     |

### DESARROLLO DEL EXAMEN

(Indique sus respuestas con fuente color azul para facilitar la corrección)

**1) Indique si las siguientes afirmaciones son Verdaderas (V) o Falsas (F) y justifique en todos los casos, brevemente pero con precisión conceptual en función a lo estudiado en el TID. La respuesta sin justificación NO tendrá puntaje (5x10=50p) 25p**

1.1. La lectura es un proceso interactivo. Verdadero. Ya que el autor interactúa con el texto, así como el texto con el. Cuando digo esto lo que trato de decir es que el lector cuando lee el texto utiliza una serie de herramientas y habilidades que lo llevan a interactuar, interpretar y relacionar la información que tiene el mismo con sus conocimientos previos y su entendimiento de la realidad.

1.2. En los procedimientos de la lectura literal no es necesario construir líneas temáticas. Falso. Ya que dentro de los procedimientos de la lectura global se encuentra a construir líneas temáticas como el segundo procedimiento a seguir REVISAR

1.3 Para leer de manera analítica solo debemos prestar atención a cómo se vinculan las diferentes unidades de un texto teniendo en cuenta los conectores. Falso, aun que si es una parte de la lectura. Falso. Ya que no solo hay que concentrarse en los diferentes conectores, hay que hacer un mapa cognitivo de la relación de temas que quiere hacer el autor y para ello debemos no solo analizar los conectores si no también las palabras, las oraciones y los párrafos.

COMPLETAR, elementos anafóricos, signos de puntuación?

1.4. En las características de un informe debemos tener en cuenta que el texto responde a una necesidad concreta de información y el lenguaje que se utiliza, entre otras características. Verdadero. Si deseamos escribir un informe tenemos que tener un conocimiento basto sobre la información que sacia esa necesidad y además sobre el lenguaje en el cual vamos a escribirlo, debido a que hay que usar terminología muy específica a la información necesitada además de sobre como generar un informe con coherencia y cohesión que solo se puede saber si una persona tiene un amplio conocimiento en el lenguaje en el que se va escribir el informe. REVISAR, lenguaje formal y específico, texto instrumental

1.5 Un párrafo desarrolla una temática común y deber tener unidad y coherencia. Es verdadero pero incompleto, además debería tener coherencia y con coherencia me refiero a la capacidad de desarrollar una temática que sea fácil de comprender que la relación temática entre las oraciones, los párrafos y el texto al final tenga sentido y sea fluida, que no haya ideas sueltas, que no sea redundante y que busque todo el tiempo que se agregue información, además cohesión con el texto en el que se encuentre, a menos que todo el texto sea solo el párrafo REVISAR

ORACIÓN PRINCIPAL Y ORACIONES MODIFICADORAS, ¿CÓMO SE ARTICULAN? RELACIÓN DE SENTIDO

**2) Explique cuál es la estructura de un INFORME (10p) 6p**

Un informe esta estructurado por una *introducción* en la cual se busca determinar quién es el destinatario informar al lector, de una forma resumida, de lo que se va a hablar en el texto también se introduce el tema y la bibliografía OBJETIVO Y PROPÓSITO?. Le sigue el *contenido* en el cual se busca desarrollar de manera ANALÍTICA LO PRESENTADO EN LA INTRODUCCIÓN cohesiva y coherente todo el tema a informar y por último esta la *conclusión* en la cual se busca resumir el texto a las conclusiones de todo lo anteriormente dicho basándonos en que el lector ya tiene todos los conocimientos necesarios para comprender el total de la conclusión reflexionada por el autor.

**3) Lea el siguiente artículo aplicando los procedimientos de la lectura literal o global y luego realice las actividades que se plantean a continuación.**

**3.1 Explique para qué se utilizan las comillas y los paréntesis en las siguientes oraciones (4p) 2p**

“Early adopters” de tecnologías de Recursos Humanos es la nueva denominación....

29% pertenece a la generación Z (entre 18-21 años) y 35% es millennial (entre 22-34 años).

Las comillas son para acuñar esta nueva palabra al conocimiento del lector y hacerle saber que es una palabra nueva la cual apenas se está empezando a usar. REMARCAR UN TÉRMINO EN OTRO IDIOMA

Los paréntesis se usan para agregar información sobre las edades de las dos generaciones en las cuales mejor encaja el nuevo termino Early adopters.

**3.2 Identifique los siguientes ELEMENTOS ANAFÓRICOS en el texto e indique su referente según el contenido y la coherencia del texto (8p) 6p**

- Para ellos, la tecnología se considera en gran medida como un habilitador de movilidad.

Ellos = jóvenes, urbanos, hiperconectados.

- ... el desafío de las organizaciones es invertir en una gama de herramientas tecnológicas diseñadas para ayudarlas a buscar ...

Ayudarlas = Ayudarlas a las compañías

- Los usuarios ahora ven más anuncios, que se ajustan a sus habilidades e intereses

Que = Anuncios

- estas tecnologías pueden proporcionar a las organizaciones datos y análisis que les permitan mejorar sus estrategias de reclutamiento.

Sus = Organizaciones

**3.3 Identifique los siguientes CONECTORES en el texto e indique qué relación de sentido establecen según el contenido y la coherencia del texto (4p) 0p**

- “**Si** los ‘early adopters’ son los indicadores de los nuevos comportamientos tecnológicos entre los candidatos, ...

Usa una afirmación previamente dicha para asociarla a una nueva afirmación **CONDICIÓN**

- Tecnologías **tales como** la “targetización” del sitio ...

La utiliza para denotar que no es la única tecnología que se usa **EJEMPLIFICACIÓN**

**3.4. Elabore un esquema** conceptual teniendo en cuenta las ideas principales y secundarias expresadas en el texto. (24p) 18p

## **Las redes sociales se convierten en la vía principal para captar candidatos**

“Early adopters” de tecnologías de Recursos Humanos es la nueva denominación que se le da a aquellas **personas que buscan empleo sólo a través aplicaciones de teléfono inteligente**, anuncios en Facebook, Twitter, LinkedIn, ferias virtuales, mensajes de texto, entrevistas en video, chat del sitio web del empleador, pruebas de habilidades a través de juegos o por asistente virtual de voz. En síntesis, un **grupo tecnológico** básicamente **integrado por jóvenes**, urbanos, **hiperconectados** y estudiantes, divididos en partes iguales entre hombres y mujeres. 29% pertenece a la generación Z (entre 18-21 años) y 35% es millennial (entre 22-34 años). En tanto, **86% está dispuesto a mudarse a una nueva ciudad, región o país**. Para **ellos**, la **tecnología** se considera **en gran medida como un habilitador de movilidad**.

Así se desprende de la última Encuestas de Preferencias del Candidato que acaba de difundir la consultora Manpower. **En Argentina, la publicidad de búsquedas laborales en redes sociales** es la primera vía **preferida para 42% de los candidatos**. En los puestos segundo y tercero entre las preferencias **siguen la aplicación en teléfono inteligente (15%) y el mensaje de texto hacia o desde la empresa (12%)**. En un contexto en el que a las empresas les **cuesta** cada vez más encontrar **candidatos calificados**, el desafío de las organizaciones es **invertir en una gama de herramientas tecnológicas diseñadas para ayudarlas a buscar, seleccionar y atraer candidatos**.

En el estudio de Manpower, los candidatos también hicieron una distinción. Afirmaron que la **tecnología** tiene el **potencial de proporcionar una mejor experiencia**, pero **no es un sustituto del**

contacto humano. En consecuencia, las empresas que buscan encontrar a los candidatos adecuados deben combinar las nuevas tecnologías con un enfoque de interacción humana. “Si los ‘early adopters’ son los indicadores de los nuevos comportamientos tecnológicos entre los candidatos, los anuncios en redes sociales y las aplicaciones en teléfonos inteligentes serán las tecnologías de Recursos Humanos más utilizadas en el futuro”.

Un dato llamativo que deberán tener en cuenta los responsables de RRHH de las empresas es que para el grupo de los “early adopters” los anuncios laborales en redes sociales son dos veces más populares que para los candidatos promedio. A su vez, este grupo que marca tendencia usa tres veces y media más las aplicaciones de teléfonos inteligentes para buscar y solicitar empleos. Con todo lo descrito, los anuncios en redes se han convertido en una nueva forma clave de llegar a los candidatos.

Tecnologías tales como la “targetización” del sitio (publicación de anuncios basados en el historial de navegación de un usuario) y el redireccionamiento contextual (publicación de anuncios basados en artículos online leídos) hacen que los algoritmos predictivos sean más efectivos y eficientes. Los usuarios ahora ven más anuncios que se ajustan a sus habilidades e intereses. A su vez, estas tecnologías pueden proporcionar a las organizaciones datos y análisis que les permitan mejorar sus estrategias de reclutamiento.

Texto adaptado del sitio: <https://comercioyjusticia.info/blog/rrhh/las-redes-sociales-se-convierten-en-la-via-principal-para-captar-candidatos/>

