

Medellín, 1 de agosto de 2022

66269

Padre  
CARLOS ENRIQUE CARDONA QUICENO  
Rector General  
Universidad Católica Luis Amigó  
Medellín

Atento saludo.

El equipo de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño, anexa por este medio el Informe de Gestión, de acuerdo con el comunicado No. 123 de la Secretaría General de la Universidad.

Cordialmente,



ALBERTO ALEJANDRO ALZATE GIRALDO  
Decano  
Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño

Anexo: informe de Gestión de la Facultad

Copia: Abogado Francisco Javier Acosta Gómez, Secretario General

*Julieta T.*

# Universidad Católica Luis Amigó

## Informe de Gestión 2022-1

### Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño

Padre Carlos Enrique Cardona Quiceno  
Rector

Alejandro Alzate Giraldo  
Decano

Lina María Rendón López  
Directora del Programa de Comunicación Social

Fabio León Yepes Londoño  
Director del Programa de Diseño Gráfico

Jimena Isaza Álvarez  
Directora del Programa de Publicidad

Anlly Tatiana Flórez Ospina  
Coordinadora del Programa de Comunicación Social en  
Manizales

## **Presentación**

La Facultad de Comunicación Publicidad y Diseño, en atención a la normatividad: Acuerdos 02 de 2017, 02 de 2020; a la Resolución 015224 del Ministerio de Educación Nacional y al Código de Buen Gobierno, presenta el Informe de Gestión, que corresponde al período 2022\_1.

Cabe destacar que este periodo se caracterizó por la transición en los cuadros directivos de la Facultad, pues se dieron varios cambios en coordinaciones y áreas de los programas. En marzo de 2022, llegó a la decanatura Alejandro Alzate Giraldo. Así mismo, en el presente semestre asumió la dirección del Programa de Publicidad, Jimena Isaza Álvarez.

Se debe agregar que, para esta vigencia, la Universidad Católica Luis Amigó reactivó sus clases de forma plenamente presencial, cambio que trajo consigo adaptaciones a las situaciones cambiantes, tanto de docentes como de estudiantes, que se reflejaron durante el desarrollo del semestre 2022\_1

## **1.Aspectos relevantes de la Gestión**

### **1.1. Calidad de la Educación (Docencia)**

Como se dijo anteriormente, la Facultad y la Universidad en general, regresaron a la presencialidad plena. Sin embargo, durante las constantes evaluaciones que se han hecho de la situación que se vivió por el confinamiento y luego del regreso paulatino con todas las medidas de bioseguridad que exigían las autoridades respectivas, se llegó al acuerdo de combinar las actividades académicas con experiencias enriquecedoras como las Aulas Virtuales, habilitadas en el Campus Virtual, por el Departamento de Infraestructura y Desarrollo Tecnológico para la Educación.

La situación vivida sometió a la comunidad académica a una profunda reflexión sobre el papel de la universidad frente a una sociedad en crisis, que vivía constantemente en la incertidumbre y el papel del docente en la modalidad de clases mediadas por los dispositivos, en las cuales se exigió al máximo la creatividad tanto de docentes como de estudiantes para sacar adelante esos retos. Hoy se puede decir que la Facultad pasó la prueba y se apresta a las modificaciones que la experiencia dejó en el sentido de renovar contenidos, propuestas de actualización de pensum (cartas descriptivas y proyectos docentes), renovación curricular y cambios en las prácticas tanto de la comunicación como de su enseñanza.

## Comunicación Social

### Población estudiantil

Para este primer semestre del año el programa contó con 1574 estudiantes: 133 estudiantes nuevos y 1441 estudiantes antiguos.

Se desarrollaron **clases espejo** así:

Por el curso de Apreciación Musical, la docente María Carolina Dávila Llinás trabajó una sesión tipo espejo en la Universidad San Ignacio de Loyola, en Lima – Perú, el día martes 31 de mayo. Participaron 40 estudiantes.

Por el curso de Apreciación Cinematográfica, la docente María Cristina Loaiza trabajó una sesión en la institución peruana Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo el día 18 de mayo. Participaron 34 estudiantes. El docente de esa universidad Milton Calopiña Ávalo acompañó una sesión sobre cine peruano el día 20 de mayo. Participaron 33 estudiantes.

**En el Programa de Comunicación Social se destaca la evaluación** que realizaron los estudiantes a los docentes. En el 2022-I, el promedio fue de 4.5 de un total de 48 docentes evaluados.

Un aspecto a destacar en este período es que el Programa de Comunicación Social recibió la renovación de la Acreditación de Alta Calidad por un período de cuatro años. (Resolución 002279 del 1 de marzo de 2022).

Actualmente, el Programa se encuentra realizando el proceso de Autoevaluación y el de reforma curricular.

## Diseño Gráfico

Por su parte, el **Programa de Diseño Gráfico** en el periodo de la presencialidad continuó con la formación profesional de los nuevos diseñadores, pues dentro de la pandemia se ha acelerado la tendencia en la transformación digital y se observó un mayor número de inscritos.

Se debe tener presente que algunos de los cursos del programa son difíciles de reemplazar, sobre todo cuando se trata de los estudiantes en el área de la creatividad y lo tecnológico- herramientas, cuyo proceso educativo no solo se centra exclusivamente en la transmisión de contenidos, sino que incorpora el desarrollo de la prácticas cuyas competencias y habilidades le permitirán, desde la presencialidad, interactuar socialmente a partir de la formación humanista proporcionada por la institución y

posibilitando desde el programa el aseguramiento de una educación integral de alta calidad.

El programa de Diseño Gráfico siempre puso a disposición de los estudiantes los recursos necesarios para garantizar una educación de calidad con todos los parámetros propuestos por el programa, en el que se presentaron para este período, un total de 220 aspirantes, de los cuales, se seleccionaron 180 y se matricularon 140.

### **Clases espejos**

En el periodo en la época de la pandemia 2020-2021 se realizaron, varios encuentros de clases de espejo, con universidades extranjeras:

- a. Universidad Católica Boliviana
  - i. Cursos. Geometría y Proyección II
  - ii. Ponencia: En la semana de Comunicación, Publicidad y Diseño
- b. Universidad de El Salvador
  - i. Cursos: Geometría Proyección II

### **Evaluación de docentes**

En cuanto al seguimiento y evaluación de los docentes desde la asignación académica o funciones administrativas, se realiza desde la Dirección del Programa, según sea el tipo de contrato y la dedicación del docente en la Universidad. Los docentes firman un formato de Plan de Mejoramiento y se les informa sobre sus logros y apuntes a mejorar.

Así mismo, los estudiantes y docentes realizan los procesos de evaluación y autoevaluación respectivamente en el Sistema Académico de la Universidad, mediante cuestionarios en línea, el Departamento de Gestión Humana aporta los instructivos y formatos.

**Número de estudiantes:** El programa de Diseño Gráfico para el 2022-01 se proyectó de la siguiente forma:

Presencial- Medellín

Total de estudiantes matriculados: 748

Estudiantes inscritos: 220

Estudiantes nuevos: 140

## **Publicidad**

El regreso a la presencial permitió unas dinámicas diferentes de interacción académica. El ejercicio de la virtualidad dejó grandes aprendizajes, entre esos, el uso de los recursos educativos digitales y herramientas, TIC, para el mejoramiento de las propuestas didácticas al interior del aula de clase, que afianzaron la formación profesional de los

estudiantes, además de permitir consolidar los conocimientos de los docentes en los ambientes y entornos educativos para las buenas prácticas de los ejercicios en el quehacer publicitario.

En el Programa se destaca que hay un gran interés de participación de las empresas y sector externo hacia los proyectos de aula que se desarrollan. Como parte de estos ejercicios se presentaron dos licitaciones de campaña, una de reputación para la Dirección Nacional de Mercadeo de la Constructora Concreto y la otra con la Fundación Santo Domingo de Bogotá, para trabajar temas de suicidio en los jóvenes. Ambos resultados fueron muy satisfactorios, con comentarios positivos hacia los estudiantes y docentes del programa.

Adicional a lo anterior, se realizó un proyecto en conjunto con el Programa de Administración de Empresas, específicamente con el curso de emprendimiento, en el cual los estudiantes de los cursos Identidad e imagen corporativa y de procesos creativos del Programa de Publicidad, realizaron para los emprendimientos de dicho curso, el desarrollo de logotipo y estrategia creativa para la feria de emprendimiento realizada el 20 de mayo de 2022.

**Expertos invitados a clase:** como ejercicio de aula y acercamiento al mundo laboral de los estudiantes de Publicidad, este semestre estuvo centrado en traer expertos del medio para que, además de contar su experiencia, pudieran dialogar las diferentes tendencias y cambios en el quehacer publicitario, se contó con la presencia de:

EXPERTO	CARGO	TEMÁTICA Y CURSO RELACIONADO
Brenda Jácome	Directora Creativo DDB Bogotá	Taller Storytelling
Antonio López	Director Creativo DDB Colombia	Conferencia "Don't take it personal"
Ana Isabel Martínez	Experta en reputación de marca	Conferencia Reputación de marca
Juan Esteban Ángel Arango	SproutLoud LATAM	Conferencia Marca digital
Carolina Jaramillo	Julius Agencia de Marketing Digital	Charla sobre Estrategias digitales para la marca Friko
Michael Cardona	W+ Radio	Charla: La radio en Colombia y Medellín

### Registros calificados

El Registro Calificado del Programa de Publicidad fue renovado el 24 de diciembre de 2021, y la primera respuesta del proceso de Acreditación en Alta Calidad fue con

valoración favorable con alto cumplimiento por parte de ambas partes. Aún no se recibe la resolución del Ministerio de Educación con el resultado definitivo.

### **Evaluación docente**

En cuanto a la evaluación docente por parte de los estudiantes del programa, este semestre estuvo por encima de la media del 2021, lo que indica que la calidad en el aula ha tenido una mejora sustancial. Adicionalmente, desde la Dirección del Programa, se vienen trabajando estrategias con planes de mejoramiento que permita visualizar la aplicación de los resultados de aprendizaje y el microcurrículo como un ejercicio juicioso.

Evaluación de docentes - 4.53

### **Número de estudiantes inscritos:**

El programa de Publicidad para el 2022-1 contó con 342 estudiantes:

Número de estudiantes: 342

Estudiantes nuevos: 38

Estudiantes antiguos: 304

## **1.2. Internacionalización**

### **Comunicación Social**

La Universidad, por medio de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño, firmó con el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Ciespal, un convenio marco que permitirá proponer proyectos interinstitucionales que fortalezcan la labor académica alrededor de la comunicación sobre la base de la inter, multi y transdisciplinariedad por medio de la implementación de cursos académicos y programas de acción social

### **Diseño Gráfico**

- Participación del Programa en escenarios internacionales, como en la Semana de Comunicación, Publicidad y Diseño con el evento de **Pulso Creativo**.
- Encuentro con la Universidad San Gregorio de Ecuador para estudio para doble titulación y /o doble grado.
- Encuentros que se han tenido como mesas de trabajo, con las siguientes instituciones: Institución Universitario Pascual Bravo, Institución Universitaria Salazar y Herrera, Fundación Universitaria Bellas Artes y el Politécnico Gran Colombiano.

## Publicidad

- Evento: Ad-gamers, primer encuentro internacional de adgamers. En el desarrollo de este evento se contó con Speakers Internacionales y nacionales:

SPEAKERS	CARGO / EMPRESA	PAÍS
Gustavo Ortega	Head of Americas Media en EA	México
Pablo Tibaldi	Marketing Director Oreo / Mondeléz International	Argentina
Daniel Aguillón	Facilitador de Lego Serious Play más joven del mundo	Colombia
Elizabeth Moreno "Beth"	Jugadora del roster League of legends	Colombia
Sebastián Ramírez	General Manager SHE Gaming	Colombia
Jhonny Victoria	Director Creativo Ejecutivo Gráfico / Sancho BBDO	Colombia
Andrés Luque	Director Creativo Ejecutivo Copy / Sancho BBDO	Colombia
Nicolás Rodríguez	Brand Lead Plataformas de Gaming / Pony Malta	Colombia

### 1.3. Extensión

#### Comunicación Social

**Celebración del Día del Periodista:** En la jornada de la mañana del 9 de febrero, la presidenta de la Federación de Periodistas de América Latina y el Caribe y Vicepresidenta de la Federación Internacional de Periodistas, Zuliana Laines Otero, lidera el foro denominado *Los retos educativos, académicos y sociales del periodismo en pos pandemia*, que permitió la reflexión sobre el papel de los medios, masivos e



independientes, en la construcción de nuevos aprendizajes y alcances del oficio en un contexto contingente. El evento se desarrolló en el auditorio Santa Rita y asistieron 52 personas.

En la jornada de la tarde del 9 de febrero, el espacio fue para el periodismo local en el foro *El periodismo de siempre. Los retos del periodismo en Colombia hoy*; los invitados fueron Luz María Tobón, exdirectora del desaparecido periódico El Mundo; Carla Marcela Ramírez Díaz, del Club de la Prensa de Medellín, y Hernán Muriel, graduado amigoniano y fundador del medio Cofradía para el Cambio. Los aportes de los panelistas frente a la ética del periodismo en el escenario del estallido social permitieron abrir un diálogo activo con los estudiantes asistentes al evento. El evento se desarrolló en el auditorio Santa Rita y asistieron. Participaron 49 asistentes.

**Día Internacional de la Mujer:** Para el Día Internacional de la Mujer, el 8 de marzo, se realizó El Conversatorio **Diálogos de Mujer**, con el tema Comunicación Organizacional, Periodismo y Emprendimiento, donde estuvo como Invitada Especial: María José Jaramillo Berrío, Directora Ejecutiva de la Fundación Vorágine.

**La Semana de la Comunicación, Publicidad y Diseño** se realizó del 26 de abril al 3 de mayo. Los siguientes fueron los eventos desarrollados en el marco de la actividad académica durante esos días:

- **El foro Sextante 20 años:** el encuentro generacional, se llevó a cabo el 26 de abril a las 9:00 a.m. en el auditorio Santa Rita. Los estudiantes y docentes del Programa pudieron dimensionar el impacto del proyecto de aula Sextante en el comunicador amigoniano a lo largo de estos años, gracias al testimonio de algunos graduados vinculados hoy a medios de comunicación y de los estudiantes activos que se han comprometido con el proceso. Participaron 7 graduados (3 en el panel y 4 más en testimoniales VTR), 6 estudiantes como panelistas y la primera decana de la Facultad, Claudia Teresa Gómez Gutiérrez (VTR). Asistieron 144 personas. A continuación, se relacionan los nombres de los graduados participantes con algunos datos de su trayectoria profesional:
- Tatiana Balvín Rodríguez. Periodista de Teleantioquia Noticias. Moderadora del foro. Graduada del año 2010. Historiadora y Magíster en Historia de la Universidad Nacional de Colombia sede Medellín.
- Melissa Tatiana Ospina. Hace parte del equipo de Duende, Laboratorio de Contenidos. Fue coordinadora de Cultura de la Universidad Nacional de Colombia. Es especialista en Literatura: producción de textos e hipertextos y cursa estudios de Maestría en Literatura en la Universidad Pontificia Bolivariana.
- René Tobón, graduado de 2018. Actualmente es realizador audiovisual en la Fundación Universidad de Antioquia. Ha sido fotógrafo de la Federación

Colombiana de Rugby, Liga Antioqueña de Rugby y la Corporación Deportivas Los Paisitas.

- Valentina Herrera. Periodista y editora nacional de BLU Radio. Fue periodista del periódico El Colombiano entre 2017 y 2018 en el área Metro.
- Santiago Loaiza. Hoy es periodista de Noticias Telemedellín. Fue realizador de la emisora Stéreo R Colombia, productor radial en Minuto de Dios Radio y periodista de Teleantioquia Noticias.
- Lina Marcela Tobón. Graduada del programa de Comunicación Social en 2018. Hoy es corresponsal de Noticias Caracol en Medellín en el área de deportes.
- Sebastián Torres Mejía. Graduado del año 2021. Hizo sus prácticas profesionales en la Universidad Pontificia Bolivariana y hoy hace parte del equipo de comunicaciones de esa institución como gestor de contenidos web. Ganador del Premio de Periodismo de Investigación y Datos, otorgado por la Fundación Líderes y Emprendedores de la U de Bogotá, en 2018.
- **Foro Del Saber a la Práctica.** Ideas que se hacen podcast. En este encuentro, celebrado el 26 de abril, practicantes y egresados del Programa que trabajan o han tenido como proyecto de práctica el desarrollo de podcast en sus organizaciones conversaron sobre su experiencia en relación con la producción de contenidos sonoros y cómo este trabajo puede servir para la proyección de estudiantes de Comunicación Social. Participaron en calidad de graduados: Juan Guillermo Sanmartín, de Caracol Radio; Marcela Díaz, de @soypodcastera; Lorena Tamayo, de @lounicomejorquelamusica. Como estudiantes en práctica participaron Santiago Yepes, de Hora 13 Noticias; Juan Tarazona, Cooperativa Confiar. Participaron 168 asistentes.
- **Conversatorio Vida y obra de Emilia Pardo Umaña.** Jueves 28 de abril. El espacio tuvo como objetivo destacar el aporte periodístico y cultural de Emilia Pardo Umaña al periodismo colombiano, toda vez que fue la primera mujer en el país que ejerció el oficio. Participaron 63 personas.
- **Panel de periodismo, la nueva forma de informar.** Jueves 28 de abril. Graduados invitados como panelistas: Santiago Loaiza Villa, Telemedellín; Alexis Carrillo Puerta, periódico Gente, y Horacio Correa, Q'Hubo Radio. Participaron 92 asistentes.
- **Concierto didáctico Narrativas Vallenatas.** La agrupación invitada fue Chalo Gracia y su parrandón Vallenato. El docente Marcos Fidel Vega Señá, realizó una charla sobre las narrativas en las canciones vallenatas tradicionales. Participaron 90 asistentes.

- **Comunicaciones y deporte, relaciones con la prensa.** Conversatorio organizado con la Asociación Colombiana de Redactores Deportivos, Acord, capítulo Antioquia. Participaron como invitados Mónica Sarai Arango (psicóloga y deportista) y Víctor Luna Gómez, exjugador de fútbol y técnico en Ecuador y Colombia. Participaron 61 asistentes.
- **Foro La realidad en el cine colombiano.** Invitado panelista Víctor Gaviria. Jueves 7 de abril.

*En el marco de la celebración de los **20 años de Sextante y del lanzamiento de una nueva edición del periódico**, se desarrollaron los dos eventos centrales del semestre del Componente de Periodismo:*

- 8.<sup>a</sup> edición de Expo Sextante (17 de mayo). La feria de periodismo universitario Expo Sextante llegó a su octava edición. Participaron 69 expositores quienes presentaron 27 de productos de lenguajes variopintos del periodismo de acuerdo con cada curso del componente.
- Lanzamiento 42.<sup>a</sup> edición periódico Sextante y entrega del Premio Sextante. En la noche de celebración central de los 20 años del periódico se entregaron 8 premios Sextante en las categorías de la feria de periodismo universitario y los siguientes reconocimientos especiales: al Padre Marino Martínez Pérez, rector de la Universidad en los periodos 1994 – 2009; a Daniel González Jaramillo, graduado amigoniano; a Fernando Cifuentes Higueta, director de Hora 13 Noticias, medio aliado de Sextante; a Octavio Gómez Velásquez, coordinador editorial en las primeras ediciones del periódico; a Juan Luis Ángel Cardeño, Alexander Hernández Marín, Marcos Fidel Vega Señá, Pablo Huertas Obregoso y Julián David Zuluaga Agudelo, docentes del Programa.

Luego de la Semana de la Comunicación, Publicidad y Diseño, se desarrollaron dos sesiones **de socialización de trabajos de grado** los días 23 y 24 de mayo. Participaron 92 estudiantes como exponentes y 10 docentes como evaluadores de los ejercicios investigativos.

## **Diseño Gráfico**

El Programa en Diseño Gráfico concibe la extensión y la proyección social, como la oportunidad para interactuar con la comunidad y sembrar semillas para que el diseño entre a gestar nuevos ambientes de interacción social, desde la dinámica de información acerca de productos y servicios, y desde la indagación de problemáticas a partir del consumo.

En línea directa con su preocupación por el fenómeno del consumo, el Programa reafirma la necesidad de observar los aspectos que rodean dicho fenómeno dentro de los grupos sociales y generar soluciones a partir de lo pedagógico. Lo anterior, desde, la intervención en comunidades que integran al Diseño Gráfico como un fenómeno que únicamente promueve la innovación, así:

### **Proyección social**

El programa se hizo presente con los siguientes eventos:

- o Ensala-Sala:
- o Rio Creativo
- o Centro de Historia de Guarne
- Curso de Bachillerato 10° y 11°: Diseño Creativo.
- Practicas empresarial: 66 Practicantes entre práctica 1 y 2 durante el primer semestre del año
- La extensión en el Programa se ha desarrollado a partir de proyectos de aula y grupos de interés, que se han ido integrando a los procesos de realidad.
- Se trabaja a su vez con distintas problemáticas que pueden ser intervenidas desde lo social, con la aprobación de dos productos presentados por los docentes para el periodo 2022-01.

### **Publicidad**

Las actividades desde Extensión desde el Programa de Publicidad fueron direccionadas desde aspectos académicos y formativos:

- **Conferencia Publicidad y Marketing Digital en la Cuarta Revolución Industrial:** Fue una conferencia sobre los factores que mueven la publicidad y el mercadeo en la tendencia de Cuarta Revolución Industrial, se habló y revisó cada uno de los factores que hacen que la publicidad y el mercadeo sean una línea de relevancia en la transformación digital de los negocios o emprendimientos emergentes de la actualidad, así como la disposición de las medianas y grandes empresas para entrar en la transformación digital con la ayuda de estas dos disciplinas. Principalmente estuvo dirigido a egresados, pero fue tanta la acogida del evento que se permitió la apertura a estudiantes de los programas de la Facultad.
- **Semillero de 10 y 11- Estrategia publicitaria:** se contó con la participación de 32 estudiantes de los grados 10 y 11 de diferentes instituciones educativas de la ciudad de Medellín. Se basó en acercar a los estudiantes a los procesos creativos que se requieren en la elaboración de una campaña publicitaria, sus diferentes componentes, medios de pauta y conocimiento del consumidor.

- **Seminario Vida laboral, futuro profesional:** contribuyó a la formación integral de los estudiantes, a través de la apropiación y aplicación de conocimientos en el ejercicio de las prácticas, para aportar al desarrollo del medio donde el estudiante hace su presencia, en coherencia con la filosofía institucional y el ejercicio de la profesión.
- **Visita Emisora W+:** En el marco de la Semana de la Comunicación, Publicidad y Diseño, se realizó una transmisión en vivo y en directo desde la plazoleta de la Universidad Católica Luis Amigó con todo el staff de la Emisora W+ 99.4 FM de Caracol Radio. En esta ocasión se contó con Driccer Gómez, director de la emisora y con Jéssica López, locutora, comunicadora y egresada de la Universidad Católica Luis Amigó. Se realizaron varias pautas en horario prime time (5 a 7 p.m), donde se habló de los procesos de inscripción a los diferentes programas de pregrado de la Facultad y la Maestría en Publicidad. Se entrevistaron diferentes docentes de la Facultad, donde contaron sus experiencias significativas y los aportes y trabajos realizados al interior de la facultad.
- **Evento con Carolina Giraldo:** Se realizó el taller El Arte de la Voz Hablada.. Se explicaron los procesos y técnicas de respiración, articulación, vocalización y el habla consciente. También se socializó sobre los diferentes aspectos comunicativos y de marketing digital realizados por el equipo de Koby Company del cual hace parte.
- **Evento con Ana María Correa:** Se realizó la conferencia sobre Marca Personal y Corporativa, la cual tuvo como objetivo generar conciencia sobre las publicaciones con propósito en medio de la comunicación social y la publicidad.
- **Tercer Foro de Agencias:** Fue realizado en el marco de la Semana de la Comunicación, Publicidad y Diseño por el Grupo de Interés Nadtivos, perteneciente al Programa, desde la temática de la estrategia y la creatividad de las marcas en el medio digital. Invitados:
  - Emerson Yepes, Director Creativo Digital de la agencia Doyle Dane Bernbach
  - Valentina Ocampo, Creativa Copy Senior de la agencia Ariadna Communications Group de Ambassadors
  - Andrés Naranjo, Jefe de Branding y Social Media de la empresa REBEL
- **Evento: Ad-gamers, Primer Encuentro Internacional de Adgamers:** Fue un evento organizado por los estudiantes del Curso de Eventos:taller central, en donde crearon un espacio articulado con algunos de los grandes creativos publicitarios en la corriente de los videojuegos y el marketing, con herramientas innovadoras y experiencias memorables. Se tuvieron invitados nacionales e internacionales.

## 1.4. Innovación

### Comunicación Social

Como estrategia de articulación del Plan de Estudios, en el semestre 2022-I se ejecutó el Plan Piloto de Integración Curricular en su primera fase, una propuesta que busca integrar los componentes de Periodismo, Comunicación Organizacional, Audiovisual y Multimedia alrededor de Sextante y sus eventos.

En ese sentido, la realización del Foro **Sextante 20 años, un encuentro generacional**, contribuyó de manera directa a la ejecución del plan piloto, pues contó con los valiosos aportes de los coordinadores Deybis Zapata Correa, Alejandro Estrada Agudelo y Jorge Alberto Rojas. Vale la pena destacar el trabajo del profesor Alejandro Estrada Agudelo con sus estudiantes del curso *Edición y Producción*, pues asumieron la tarea de producir los VTR que acompañaron el Foro, piezas audiovisuales que contenían los testimonios de algunos de los protagonistas de la historia de Sextante, a saber: la primera decana de la Facultad, Claudia Teresa Gómez Gutiérrez; Lina Marcela Tobón, gerente estudiante en la edición 27 de Sextante y hoy corresponsal de Noticias Caracol en Medellín; Valentina Herrera, directora estudiante de la edición 27 del periódico, hoy editora en Blu Radio Medellín.

En otros momentos del proceso de Sextante y de acuerdo con los distintos frentes de trabajo, el compromiso de profesores y estudiantes contribuyó positivamente a la consecución de resultados muy satisfactorios. Este cuadro relaciona de manera sucinta los aportes de cada componente con sus cursos y tareas específicas al Plan Piloto de Integración Curricular:

Componente	Curso	Docente	Publicación/evento	Tareas
Comunicación Organizacional	Gestión de la Comunicación Nivel IV	Deybis Zapata Correa	<b>Foro Sextante 20 años</b>	Operación logística, plan de medios
Periodismo	Producción de Prensa Nivel IV	Marcos Fidel Vega Seña, Alexander Hernández Marín y Julián David Zuluaga		Investigación, contenidos
Producción Audiovisual	Edición y producción Nivel VII	Alejandro Estrada Agudelo		Producción piezas audiovisuales
Multimedia	Comunicación Hipermedia Nivel IV	Alejandro Estrada Agudelo		Animación logo 20 años

Comunicación Organizacional	Gestión de la Comunicación Nivel IV	Deybis Zapata Correa	<b>8. a edición Expo Sextante</b>	Operación logística, plan de medios, sala de prensa, estrategias digitales de difusión
Periodismo	Producción de Prensa y equipo de Sextante Digital	Marcos Fidel Vega Seña, Alexander Hernández Marín y Julián David Zuluaga		Coordinación general, curaduría de contenidos, operación logística
Comunicación Organizacional	Gestión de la Comunicación Nivel IV	Deybis Zapata Correa	<b>Evento lanzamiento 42.ª edición de Sextante y Premios Sextante</b>	Montaje general del evento, contacto con proveedores, operación logística, plan de medios, free press
Periodismo	Producción de Prensa Nivel IV	Marcos Fidel Vega Seña, Alexander Hernández Marín y Julián David Zuluaga		Coordinación general del proceso
Producción Audiovisual	Edición y producción Nivel VII	Jorge Rojas		Producción piezas audiovisuales para el evento
Multimedia	Comunicación Hipermedia Nivel IV	Alejandro Estrada Agudelo		Animación y montaje de promos de cada categoría de premiación
Periodismo	Producción de Prensa Nivel IV	Marcos Fidel Vega Seña, Alexander Hernández Marín y Julián David Zuluaga	<b>Periódico Sextante</b>	Coordinación general de todo el proceso, producción de contenidos
Producción Audiovisual	Fotografía Nivel II	Paola Tatiana Arboleda		Reportería gráfica (fotos de artículos y portada)
	Diseño y Diagramación Nivel IV	Wilmar Daniel Gómez		Montaje del periódico en Indesign

En sintonía con el propósito de articulación curricular, la celebración de los 20 años de Sextante permitió plantear un trabajo conjunto entre programas de la Facultad que se materializó en el proceso de diseño de la imagen conmemorativa del periódico que asumió el Programa de Diseño Gráfico. La propuesta de logo de Juan Esteban Flórez Espinal, estudiante del curso Diseño de Identidad Corporativa, del tercer semestre, fue seleccionada como la imagen que acompañará todos los eventos del Componente de Periodismo en el presente año 2022 con motivo del aniversario. El trabajo pudo realizarse gracias al compromiso del docente Yohany Alexander Molina Tamayo.

- El semestre anterior se hizo la prueba piloto con el tema sombrilla para el curso de Etnografía de la Comunicación-Educación. Seminario de Trabajo de Grado I (CS042). Se abrieron 7 grupos, la asignación inicial de profesores y estudiantes fue la siguiente:

GRUPO	PROFESOR (TEMA)	NÚMERO DE ESTUDIANTES
1	CLAUDIA TERESA HERRERA CAICEDO (COMUNICACIÓN Y MEMORIA)	34
2	ALEJANDRO AGUDELO CALLE (COMUNICACIÓN Y SALUD)	25
3	NÉLIDA MONTOYA RAMÍREZ (COMPETENCIAS MEDIÁTICAS)	21
4	JAIME ALBERTO ROJAS (OBRA DE PAULO FREIRE)	21
5	DIANA CAROLINA ZAPATA VALLEJO (ARTE Y COMUNICACIÓN)	25
6	PATRICIA INÉS IBARRA VÁSQUEZ (RESPONSABILIDAD SOCIAL)	21
7	LINA MARÍA GONZÁLEZ CORREA (SIN TEMA)	26

La idea de trabajar los temas “sombrilla” surgió a mediados del año 2021 después de analizar las propuestas de profesores y estudiantes en el sentido de hacer un cambio en la forma de realizar los trabajos de grado en el programa. Existía la sensación de que la labor era larga y monótona, además los profesores tenían que asesorar muchos productos de temas diferentes, lo que implicaba un mayor desgaste en su quehacer docente. En 2021-2 se propuso a varios profesores que desarrollarán un tema de acuerdo con sus intereses y relacionado con la comunicación social. Igualmente, se informó a los estudiantes el cambio en la modalidad y se hicieron unas charlas para aclarar dudas.

En el semestre 2022-1, cada profesor orientador del tema sombrilla desarrolló un trabajo conjunto con los estudiantes para escoger algunas lecturas complementarias, así como para establecer el desarrollo del tema. Inicialmente, cada profesor orientó lecturas y discusiones para contextualizar cada tema y su relación con la comunicación social; luego, se formularon preguntas de investigación que permitieron el planteamiento de los objetivos definitivos. Los estudiantes trabajaron en pequeños grupos (entre dos y cinco personas), con el fin de adelantar actividades relacionadas con búsqueda y análisis de información: lecturas específicas y elaboración de fichas bibliográficas, para luego dejar listo un documento con los antecedentes y el marco teórico. También se hizo un trabajo inicial para establecer la metodología de los trabajos y tener, al menos, el diseño inicial de instrumentos para realizar trabajo de campo y producto de investigación en el semestre 2022-2.

## Diseño Gráfico

El programa realizó en el Documento Maestro para la Renovación - Registro Calificado, ingreso la actualización de las Cartas Descriptivas, pero a su vez se crearon nuevos cursos:

- Marketing Digital



- Transmedia
- Prototipado en UX/IX.
- Comunicación Digital
- Narrativas Digitales

Y se presentaron nuevas Electivas:

- Transformación Digital
- E-commer
- Ilustración Digital
- Automatización
- Realidad Aumentada

Según esto hace referencia a un programa se visualiza con las nuevas estrategias desde lo digital para la elaboración de Contenidos digitales- gestores, que está enfocado para un perfil de Community Manager. redes sociales.

### **Planes de mejoramiento.**

El Programa en Diseño Gráfico, asume la Autoevaluación como oportunidad para el mejoramiento de la calidad de todos sus procesos y toma como punto de partida los lineamientos Institucionales para su implementación. De igual forma busca la Renovación- Registro Calificado y la Acreditación de Alta Calidad, como referente a seguir para el mejoramiento de procesos administrativos y académicos del programa en Diseño Gráfico.

El Programa realiza ajustes a manera de planes de mejoramiento en los siguientes tópicos:

- Actualización y mejora de cartas descriptivas.
- Planes docentes desde la perspectiva de competencias.
- Informes del Programa.
- Comité Curricular.
- Ordenamiento de actas
- Encuestas a docentes y estudiantes del Programa.
- Incentivar el conocimiento por parte de docentes y estudiantes de las dinámicas de los nuevos avances digitales- generación de contenidos.
- La Realización de eventos académicos
- Internacionalización del programa,
- Proyectos investigativos de aula (Desde el Proyecto Integral de Diseño- PID), hasta proyectos de investigación que desde el programa puedan ser desarrollados.

De igual modo, el Programa entra en un proceso de evaluación continua, en el cual se van a proyectar estrategias a manera de preparación para cuando se entre en el proceso Renovación- Registro Calificado y la Acreditación de Alta Calidad.

También, el crecimiento y fortalecimiento de los estudiantes y la planta docente se constituyen en una de las principales metas a alcanzar; puesto que, a través de esta, se logrará construir una comunidad académica y su posicionamiento en el medio.

### **Los programas PMMCI.**

El programa de Diseño Gráfico designó a un Docente para la elaboración del PMMCI con sus respectivas:

Estrategias

Actividades

Fecha

Evidencias – Anexos, que aseguren la continuidad del programa y su actualización para presentación del programa en Acreditación de Alta Calidad.

### **Aspectos de referencia de los factores**

Ante el interés de mejorar la calidad del programa se centran los factores en la afirmación de que esto solo se conseguirá mediante la plasmación en el diseño curricular de un nuevo plan de estudios. Por lo tanto, tras definir lo que sería un programa de Acreditación de Alta Calidad adecuada para la sociedad y la empresa, se abordan en los factores los distintos elementos que componen el currículum (competencias, objetivos, contenidos, metodología, evaluación) realizando propuestas concretas de modificaciones en su enfoque Análogo, Proyectual-tecnológico y desde lo Digital- gestión de Contenidos, que resultan imprescindibles para lograr esa mejora de la calidad que se busca en un programa que está a la vanguardia en la era digital.

Lo anterior nos lleva a que es necesario diseñar y establecer factores concretos que permitan conocer la calidad, el currículum, la integralidad y la evaluación, como parte de un todo en la transformación de enseñanza-aprendizaje, tomando con seriedad y responsabilidad en el campo del diseño que está visualizado para el futuro.

### **Revisión curricular (seminarios)**

Se generaron espacios con el Vicerrector Académico, donde se analizaron las nuevas dinámicas que se presentaron en la renovación del programa

- 9 Semestres Académicos
- 148 créditos  
Metodología : Presencial
- 746 estudiantes (2022-1)
- 15 cohortes - 112 graduados



### Actualización de componentes

El Programa ha conservado los siete componentes que hacen referencia a cada uno de los cursos del Plan de Estudio. Cada componente realiza tres reuniones por semestre en las que trabajan en la actualización de las cartas descriptivas y proyectos docentes, permitiendo reforzar y construir nuevos procesos de aprendizaje que han fortalecido al programa para la generación de un nuevo pensum- desde el diseño de los nuevos Resultados de Aprendizaje.

ÁREAS Y COMPONENTES DE FORMACIÓN										
Área de formación Humanística, ética y cultura ciudadana	Área de Formación Básica				Área de Formación profesional o disciplinar	Área de formación complementaria o de flexibilidad				
	Formación básica común		Formación básica profesional							
COMPONENTES										
Componente Común Universitario			Componente Especifico de las Disciplinas				Componente de Flexibilidad			
EJES DE FORMACIÓN										
Identidad Amigoniana y formación humanística, ética y de cultura ciudadana	TIC	Investigación	Idiomas	Básica profesional	Profesional	Epistemológico	Metodológico	Práctico	Investigativo	Electivo
CURSOS										
Contexto Amigoniano y Humanismo Cristiano. Ética y Astología Antropología y costumbres. Desarrollo Humano y Formación Socio-política.	Competencias y fundamentos en TIC	Generalidades del proceso de investigación y análisis de algunos de sus resultados. Generalidades metodológicas desde la investigación cuantitativa. Generalidades metodológicas	Inglés L1 al 6º O al 10º	Propios de la disciplina	Propios de la disciplina				Propios de la disciplina o de otras disciplinas según el interés del estudiante	



## Publicidad

El programa de Publicidad con la renovación del Registro Calificado generó un plan de transición en el que se respaldan los estudiantes del pénsum actual con el nuevo. Se permitió así que la calidad académica se mantendrá mientras ambos planes se encuentren activos paralelamente:

CURSO PLAN DE ESTUDIOS ACTUAL	CURSO PLAN DE ESTUDIOS NUEVO
Marketing Digital (electiva)	Marketing Digital (curso regular del séptimo nivel)
Gerencia de Proyectos Publicitarios (Electiva)	Gerencia Publicitaria (Curso regular del sexto nivel)
Comunicación Transmedia (electiva)	Estrategias Digitales y Transmedia (Curso regular del séptimo nivel)

Se llevaron a cabo procesos de innovación al interior de las aulas respecto a las metodologías de clase utilizadas, además de los aspectos pedagógicos y didácticos implementados. También se propusieron clases teórico-prácticas, en las cuales se trataron situaciones de la vida real. Se utilizó la metodología de Aprendizaje Basado en Problemas, que permitió a los estudiantes analizar y determinar, según sus conocimientos previos y adquiridos a lo largo de la carrera, soluciones pertinentes y reales.

Por otro lado, se cambió el enfoque tradicional de las clases con énfasis musical y sonoro para que los estudiantes, de forma experiencial y mediante el uso de herramientas TIC y software, construyeran su propio conocimiento con la orientación y mediación del docente. Se dejó así de lado el rol pasivo del estudiante con miras a que sea activo y propositivo. Además, se identificaron tendencias del medio y del mercado actual; dio como resultado así el desarrollo de nuevas experiencias sonoras desde el campo publicitario, con el uso de elementos como el podcast desde una estrategia de marketing digital de las empresas y del audio inmersivo, binaural y Dolby Atmos (sonido envolvente 360°).

Uno de los ejercicios exitosos de clase con los cursos de Marketing Digital y Publicidad en entornos diferentes, fue el realizado con la empresa Broker Up, un emprendimiento dirigido a la transformación digital para otras empresas principalmente emprendimientos y pymes, en donde los estudiantes, durante el semestre en conjunto con la empresa, realizaron una consultoría sobre el rebranding de la marca y su estrategia para redes sociales. Los resultados fueron exitosos, a tal punto que se dio el registro ante Cámara de Comercio del nombre empresarial y la entrega del material pertinente para que la empresa iniciara su lanzamiento al mercado.

Otra de las acciones de gran impacto para el mejoramiento de la calidad académica del Programa, fueron los invitados en el aula, que con sus diversos relatos de las experiencias, vivencias y retos a lo largo de su trayecto. Permitió lograr aciertos y desaciertos desde diferentes enfoques en el medio y de cómo aplicar sus conocimientos en el campo profesional. A continuación, se relacionan los docentes visitantes:

**Michael Cardona Mejía “Maiky”:** El objetivo de la visita de Michael Cardona fue contarles a los estudiantes cómo inició su proceso laboral en el mundo de la radio; cómo se maneja la programación musical, los procesos de publicidad y mercadeo al interior de las organizaciones y las diferentes acciones tomadas y realizadas desde el campo comunicativo, social y publicitario.

**Ricardo Wolff:** El invitado presentó un recuento sobre las diferentes historias y orígenes del rock colombiano desde los años 80 hasta la actualidad, además del aporte musical y publicitario de la banda Kraken, creada por Elkin Ramírez. También habló de los procesos de las industrias culturales, la economía naranja y la gestión cultural en el medio colombiano.

**José Gallego:** Compartió su experiencia y visión de lo que es liderar una emisora de formato anglo, electrónica y pop en Medellín. Habló sobre la dirección musical, procesos de redacción, pautas, sostenimiento y mantenimiento de la emisora y sobre cómo empezó en el mundo de la radio aún en la universidad. Permitió a los estudiantes tener un panorama general sobre cómo ingresar a la radio y qué opciones laborales les pueden servir para su curriculum vitae.

**Andrea Mercado:** Contó lo que es diseñar, planear y llevar a cabo propuestas innovadoras de contenidos audiovisuales en el sector de la radio, además del storytelling y la escritura creativa en las distintas plataformas digitales de la empresa. Compartió su recorrido en la ciudad de Bogotá y Medellín y la articulación con diferentes empresas del medio.

- **Planes de mejoramiento**

Parte de la elaboración del plan de mantenimiento, mejoramiento y capacidad innovadora del programa fue ligado a los resultados preliminares de la autoevaluación para la Acreditación en Alta Calidad, donde se establecieron acciones en factores específicos como egresados. Se tomó como premisa su acercamiento a la Universidad, se inició con eventos de Extensión con temas actualizados. En investigación, se inició con la creación de un grupo de interés con miras a registrarse como semillero de investigación. Así el programa incrementa la posibilidad para los estudiantes de participación en estos espacios; además de realizar un análisis del estado de los proyectos y productos de los docentes investigadores. Se planearon 45 aspectos a mejorar y 63 indicadores a implementar para la mejora.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUISAMIGÓ

CONFERENCIA

Marzo 25 de 2022 6:00 p.m.

**PUBLICIDAD MARKETING DIGITAL**  
En la cuarta revolución industrial



ESCANEA AQUÍ

zoom

Sin costo, previa inscripción en el Sistema Académico.

Informes: Programa de Publicidad - Coordinación de Graduados  
lina.martinezgu@amigo.edu.co / graduados@amigo.edu.co (604)4487666, ext. 9560 / 9643

PARTICIPA EN EL GRUPO DE INTERÉS PARA QUE CONFORMEMOS EL PRÓXIMO SEMILLERO DE INVESTIGACIÓN DESDE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO EN:

**SOCIOPOLÍTICA Y RETOS AL MUNDO CONTEMPORÁNEO**  
CRITICIDAD Y ANÁLISIS DEL CONTEXTO

20 MAYO 5:00 P.M.  
LUGAR:

Si quieres hacer parte de un grupo en el cual se reflexione en diferentes áreas sobre asuntos sociales, culturales, políticos, propagandísticos, tecnológicos y geopolíticos del país, la región y el mundo, te esperamos para que nos acompañes y vivamos esta gran experiencia.



Escanea este código para inscribirte

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUISAMIGÓ

● **Revisión curricular**

El programa está en la transición de la aplicación del nuevo Plan de Estudios con la renovación del Registro Calificado, se realizó la redistribución de los cursos en los componentes de área después de un análisis detallado de los contenidos, actualizaciones y pertinencia de las cartas descriptivas. Este es el resultado:

Componente	Cursos	Docente
Fundamentación Conceptual	<ul style="list-style-type: none"> <li>Publicidad</li> <li>Apreciación cinematográfica</li> </ul>	Aura Florian

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redacción y ortografía</li> <li>• Mercadeo</li> <li>• Comunicación publicitaria</li> <li>• Redacción publicitaria</li> <li>• Semiótica de la imagen</li> <li>• Sociedad y consumo</li> </ul>	
Económico-Administrativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundamentos de economía</li> <li>• Planeación estratégica de medios</li> <li>• Gerencia publicitaria</li> <li>• Normativa publicitaria</li> <li>• Estadística</li> </ul>	John Jairo Yepes
Diseño y Expresión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conceptualización Visual</li> <li>• Producción y materiales</li> <li>• Identidad e imagen corporativa: Taller central</li> <li>• Música publicitaria</li> <li>• Fotografía publicitaria</li> <li>• Lenguaje Fotográfico</li> <li>• Composición gráfica: Taller central</li> <li>• Dirección de arte</li> <li>• Procesos creativos: Taller central</li> <li>• Radio publicitaria</li> </ul>	Carlos Rúa
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño vectorial</li> <li>• Imagen digital</li> <li>• Producción audiovisual</li> <li>• Planeación digital</li> <li>• Edición digital</li> <li>• Marketing Digital</li> <li>• Estrategias digitales y transmedia</li> </ul>	Jhon Esteban Morales
Formación para la Intervención	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Práctica Profesional I</li> <li>• Práctica Profesional II</li> </ul>	John Fredy Cano
Gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procesos estratégicos</li> <li>• Conceptualización: Taller central</li> <li>• Eventos: taller central</li> <li>• Campaña de bien social: taller central</li> <li>• Proyecto social</li> </ul>	Andrés Montoya
Electivas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Storytelling</li> <li>• Entornos digitales</li> <li>• Laboratorio de producción e innovación</li> <li>• Pensar en color</li> <li>• Comunicación Transmedia</li> <li>• Gerencia de proyectos publicitarios</li> </ul>	Lina María Martínez

Dentro de los comités curriculares del Programa, se venía trabajando el análisis de varios aspectos, entre ellos implementar prerrequisitos en el plan de estudios a los cursos propios de la profesión, con el fin, no solo de evitar que los estudiantes de los primeros



semestres ingresaran a cursos con vacíos cognitivos, sino también de brindar una mejor ruta de formación y profesionalización. El resultado fue la Resolución Consejo de Facultad No. 029 De 2022 (28 de Marzo De 2022).

## 1.5. Calidad docente

### Capacitación Docente

Los docentes participan de procesos de formación y capacitación interno y externo.

### Comunicación Social

A continuación, se presenta el cuadro de las capacitaciones que recibieron los docentes del Programa

DOCENTE	CURSO
ANGEL CARDEÑO JUAN LUIS	CURSO DISCIPLINAS QUE APORTAN PRINCIPIOS PEDAGÓGICOS ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS Y CRITERIOS CURRICULARES Y EVALUATIVOS AL ENFOQUE-MODELO PEDAGÓGICO INSTITUCIONAL
ARANGO NAVARRO FERNANDO AQUILES	CURSO DISCIPLINAS QUE APORTAN PRINCIPIOS PEDAGÓGICOS ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS Y CRITERIOS CURRICULARES Y EVALUATIVOS AL ENFOQUE-MODELO PEDAGÓGICO INSTITUCIONAL
ARANGO NAVARRO FERNANDO AQUILES	1330 RESULTADOS DE APRENDIZAJE
CADAVID RAMÍREZ MARÍA ELENA	FORMACIÓN BÁSICA EN INVESTIGACIÓN
CASTRILLON MEDINA MANUEL JAVIER	CURSO DISCIPLINAS QUE APORTAN PRINCIPIOS PEDAGÓGICOS ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS Y CRITERIOS CURRICULARES Y EVALUATIVOS AL ENFOQUE-MODELO PEDAGÓGICO INSTITUCIONAL
CASTRILLON MEDINA MANUEL JAVIER	1330 RESULTADOS DE APRENDIZAJE
CASTRILLON MEDINA MANUEL JAVIER	REFORMA DE MICROCURRICULO
COMBARIZA CACERES NESTOR EDUARDO	1330 RESULTADOS DE APRENDIZAJE
COMBARIZA CACERES NESTOR EDUARDO	REFORMA DE MICROCURRICULO
ECHAVARRIA OSORIO CAROLINA	CURSO INGLÉS PARA DOCENTES A2-1

ECHAVARRIA OSORIO CAROLINA	CURSO DISEÑO DE PRUEBAS OBJETIVAS TIPO SABER PRO
GARCIA MONTOYA CLAUDIA CECILIA	FORMACIÓN BÁSICA EN INVESTIGACIÓN
HERNÁNDEZ MARÍN ALEXÁNDER DE JESÚS	FORMACIÓN BÁSICA EN INVESTIGACIÓN
HERRERA CAICEDO CLAUDIA TERESA	FORMACIÓN BÁSICA EN INVESTIGACIÓN
HUERTAS OBREGOSO PABLO ANDRES	CURSO INGLÉS PARA DOCENTES A2-1
IBARRA VASQUEZ PATRICIA INES	CURSO INGLÉS PARA DOCENTES A2-1
IDARRAGA FARIAS FANNY	TALLER COMUNICACIÓN ASERTIVA
RENDON CALDERON GLORIA ISABEL	1330 RESULTADOS DE APRENDIZAJE
RENDON CALDERON GLORIA ISABEL	REFORMA DE MICROCURRICULO
ROJAS DIAZ JHOEEN SNEYDER	CURSO INGLÉS PARA DOCENTES B1-2
ROJAS RODRIGUEZ JAIME ALBERTO	CURSO DISCIPLINAS QUE APORTAN PRINCIPIOS PEDAGÓGICOS ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS Y CRITERIOS CURRICULARES Y EVALUATIVOS AL ENFOQUE-MODELO PEDAGÓGICO INSTITUCIONAL
TREJOS GIL CARLOS ANDRES	CURSO INGLÉS PARA DOCENTES B2-1
TREJOS GIL CARLOS ANDRES	1330 RESULTADOS DE APRENDIZAJE
TREJOS GIL CARLOS ANDRES	REFORMA DE MICROCURRICULO
ZAPATA CORREA DEYBIS	1330 RESULTADOS DE APRENDIZAJE
ZAPATA CORREA DEYBIS	REFORMA DE MICROCURRICULO
ZAPATA VALLEJO DIANA CAROLINA	CURSO IDENTIDAD AMIGONIANA NIVEL I
ZAPATA VALLEJO DIANA CAROLINA	CURSO DISCIPLINAS QUE APORTAN PRINCIPIOS PEDAGÓGICOS ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS Y CRITERIOS CURRICULARES Y EVALUATIVOS AL ENFOQUE-MODELO PEDAGÓGICO INSTITUCIONAL

## Diseño Gráfico:

DOCENTE	CURSO
ARISTIZABAL ZULUAGA SULEIMA MARIA	1330 RESULTADOS DE APRENDIZAJE
ARISTIZABAL ZULUAGA SULEIMA MARIA	REFORMA DE MICROCURRICULO
BOTERO BOTERO JAIME ALONSO	CURSO GESTOR MENDELEY Y NORMAS APA
BOTERO BOTERO JAIME ALONSO	GESTOR MENDELEY Y NORMAS APA

<b>MORENO VILLEGAS VIVIANA</b>	CURSO INGLES PARA DOCENTES A1-1
<b>MORENO VILLEGAS VIVIANA</b>	FORMACIÓN BÁSICA EN INVESTIGACIÓN
<b>ANDRÉS NARANJO ORTIZ</b>	FORMACIÓN BÁSICA EN INVESTIGACIÓN
<b>GABRIEL ESTEBAN TOBÓN SIERRA</b>	FORMACIÓN BÁSICA EN INVESTIGACIÓN

## Publicidad:

DOCENTE	CURSO
<b>ESCOBAR VASQUEZ ANDRES</b>	1330 RESULTADOS DE APRENDIZAJE
<b>ESCOBAR VASQUEZ ANDRES</b>	REFORMA DE MICROCURRICULO
<b>ISAZA ALVAREZ JIMENA</b>	1330 RESULTADOS DE APRENDIZAJE
<b>ISAZA ALVAREZ JIMENA</b>	REFORMA DE MICROCURRICULO

## Número de docentes y su formación académica

### Comunicación Social

En el semestre 2022-1 el Programa contó:

- 4 docentes doctores
- 34 con maestría
- 8 especialistas
- 3 profesionales.
- 

En cuanto a los contratos, el Programa cuenta con:

- 2 profesores con contrato indefinido.
- 11 profesores año calendario.
- 7 año académico.
- 18 tiempo completo semestre académico.
- 6 medio tiempo semestre académico.
- 5 docentes de cátedra.

A continuación, el listado de profesores, máximo nivel de estudio y dedicación del programa de Comunicación Social.

DOCENTE	NIVEL_ESTUDIO	DEDICACION_CONTRATO	DURACION
AGUDELO CALLE JHONNY ALEJANDRO	DOCTORADO	TIEMPO COMPLETO	SEMESTRE ACADEMICO
AGUDELO RESTREPO GLORIA LUCILA	MAESTRIA	TIEMPO COMPLETO	SEMESTRE ACADEMICO
ANGEL CARDEÑO JUAN LUIS	ESPECIALIZACION	TIEMPO COMPLETO	SEMESTRE ACADEMICO
ARANGO NAVARRO FERNANDO AQUILES	MAESTRIA	TIEMPO COMPLETO	INDEFINIDO
ARBOLEDA VELASQUEZ PAOLA TATIANA	MAESTRIA	TIEMPO COMPLETO	SEMESTRE ACADEMICO
CADAVID RAMIREZ MARIA ELENA	MAESTRIA	TIEMPO COMPLETO	SEMESTRE ACADEMICO
CARTAGENA GONZALEZ CRISTIAN DANIEL	MAESTRIA	CATEDRA	CATEDRA
CASTRILLON MEDINA MANUEL JAVIER	MAESTRIA	TIEMPO COMPLETO	AÑO ACADÉMICO
COMBARIZA CACERES NESTOR EDUARDO	ESPECIALIZACION	TIEMPO COMPLETO	AÑO CALENDARIO
DAVILA LLINAS MARIA CAROLINA	ESPECIALIZACION	TIEMPO COMPLETO	AÑO CALENDARIO
DUQUE ALVAREZ CAMILA CRISTINA	MAESTRIA	TIEMPO COMPLETO	SEMESTRE ACADEMICO
DUQUE ARISTIZABAL ELIZABETH	MAESTRIA	TIEMPO COMPLETO	SEMESTRE ACADEMICO
ECHAVARRIA OSORIO CAROLINA	MAESTRIA	TIEMPO COMPLETO	SEMESTRE ACADEMICO
ECHAVARRIA RODRIGUEZ MARLON	MAESTRIA	MEDIO TIEMPO	SEMESTRE ACADEMICO
ESTRADA AGUDELO ALEJANDRO	PROFESIONAL	TIEMPO COMPLETO	AÑO ACADEMICO
GARCIA MONTOYA CLAUDIA CECILIA	MAESTRIA	TIEMPO COMPLETO	SEMESTRE ACADEMICO
GOMEZ MENESES JOAQUIN ALONSO	ESPECIALIZACION	CATEDRA	CATEDRA
GOMEZ MONSALVE WILMAR DANIEL	MAESTRIA	TIEMPO COMPLETO	SEMESTRE ACADEMICO
GONZALEZ CALLEJAS MARIA CECILIA	MAESTRIA	TIEMPO COMPLETO	SEMESTRE ACADEMICO
GONZALEZ CORREA LINA MARIA	DOCTORADO	TIEMPO COMPLETO	INDEFINIDO
HERRERA CAICEDO CLAUDIA TERESA	MAESTRIA	TIEMPO COMPLETO	AÑO CALENDARIO
HUERTAS OBREGOSO PABLO ANDRES	MAESTRIA	TIEMPO COMPLETO	AÑO ACADEMICO
IBARRA VASQUEZ PATRICIA INES	MAESTRIA	TIEMPO COMPLETO	AÑO ACADÉMICO
IDARRAGA FARIAS FANNY	MAESTRIA	MEDIO TIEMPO	SEMESTRE ACADEMICO

<b>LATORRE TAMAYO JUAN DIEGO</b>	MAESTRIA	TIEMPO COMPLETO	SEMESTRE ACADEMICO
<b>LOAIZA PINEDA MARIA CRISTINA</b>	MAESTRIA	TIEMPO COMPLETO	AÑO ACADEMICO
<b>MONTOYA AGUDELO JUAN MANUEL</b>	MAESTRIA	MEDIO TIEMPO	SEMESTRE ACADEMICO
<b>MONTOYA RAMIREZ NELIDA MARIA</b>	MAESTRIA	MEDIO TIEMPO	SEMESTRE ACADEMICO
<b>MORALES CASTAÑO RUBEN DARIO</b>	PROFESIONAL	TIEMPO COMPLETO	SEMESTRE ACADÉMICO
<b>NARANJO DAVID</b>	ESPECIALIZACION	TIEMPO COMPLETO	AÑO CALENDARIO
<b>RENDON CALDERON GLORIA ISABEL</b>	MAESTRIA	TIEMPO COMPLETO	SEMESTRE ACADEMICO
<b>RENDON LOPEZ LINA MARIA</b>	DOCTORADO	TIEMPO COMPLETO	AÑO CALENDARIO
<b>ROJAS DIAZ JHOEEN SNEYDER</b>	MAESTRIA	TIEMPO COMPLETO	AÑO ACADEMICO
<b>ROJAS MONTOYA JORGE ALBERTO</b>	PROFESIONAL	TIEMPO COMPLETO	AÑO ACADEMICO
<b>ROJAS RODRIGUEZ JAIME ALBERTO</b>	MAESTRIA	TIEMPO COMPLETO	AÑO CALENDARI
<b>SUAREZ QUICENO CARLOS</b>	DOCTORADO	TIEMPO COMPLETO	AÑO CALENDARIO
<b>TREJOS GIL CARLOS ANDRES</b>	ESPECIALIZACION	TIEMPO COMPLETO	AÑO CALENDARIO
<b>VEGA SEÑA MARCOS FIDEL</b>	MAESTRIA	TIEMPO COMPLETO	AÑO CALENDARIO
<b>VELANDIA GARCES NESTOR JAVIER</b>	ESPECIALIZACION	TIEMPO COMPLETO	SEMESTRE ACADEMICO
<b>VERARDI PRINOS HUMBERTO DEL CARMEN</b>	ESPECIALIZACION	CATEDRA	CATEDRA
<b>VILLALBA STORTI PAOLO ANTONIO</b>	MAESTRIA	TIEMPO COMPLETO	SEMESTRE ACADEMICO
<b>ZAPATA CORREA DEYBIS</b>	MAESTRIA	TIEMPO COMPLETO	AÑO CALENDARIO O
<b>ZAPATA VALLEJO DIANA CAROLINA</b>	MAESTRIA	TIEMPO COMPLETO	SEMESTRE ACADEMICO
<b>ZULUAGA AGUDELO JULIAN DAVID</b>	MAESTRIA	TIEMPO COMPLETO	AÑO CALENDARIO O
<b>VERA ZAPATA WILMAR ALBEIRO</b>	MAESTRÍA	MEDIO TIEMPO	SEMESTRE ACADÉMICO
<b>VARGAS TORRES VÍCTOR JAIME</b>	MAESTRÍA	CÁTEDRA	CÁTEDRA
<b>PALACIO TAMAYO DANIEL</b>	MAESTRÍA	MEDIO TIEMPO	SEMESTRE ACADÉMICO
<b>ARREGOCÉS SOLANO ASTRID HELENA</b>	MAESTRÍA	CÁTEDRA	CÁTEDRA
<b>HERNÁNDEZ MARÍNA ALEXANDER</b>	MAESTRÍA	TIEMPO COMPLETO	SEMESTRE ACADÉMICO

## Programa de Diseño Gráfico:

<b>Nombre Docente</b>	<b>Formación</b>	<b>Contrato</b>
Vargas Londoño Paula	Magister	Tiempo Completo Semestre Calendario
Bustamante Baena Daniel	Magister	Tiempo Completo Semestre Calendario
Tobon Sierra Gabriel Esteban	Magister	Tiempo Completo Año Académica
Morales Garcia Veronica	Magister	Tiempo Completo Semestre Académico
Orrego Trujillo Valentina	Profesional	Tiempo Completo Semestre Académico
Moreno Villegas Viviana	Magister	Tiempo Completo Semestre Académico
Daniela De Los Ríos	Profesional	Tiempo Completo Semestre Académico
Morales Johan Sebastian	Magister	Medio Tiempo Semestre Académico
Naranjo Ortiz Andres	Magister	Medio Tiempo Semestre Académico
Mesa Jaramillo Mauricio	Magister	Medio Tiempo Semestre Académico
Navarro Lujan Victor Hugo	Especialista	Cátedra

**DOCENTES  
DEL PROGRAMA  
DE DISEÑO  
GRÁFICO**

DOCENTES	CATEGORÍA	CARGO	ACTIVIDADES
Fabio Yepes Londoño	Magister	Director del programa de Diseño Gráfico	<ul style="list-style-type: none"> <li>Coordina el componente de teoría e historia.</li> </ul>
Paula Andrea Vargas	Magister	Coordinadora de prácticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aseoría a practicantes</li> <li>Coordina componente proyectual</li> </ul>
Daniel Bustamante Baena	Magister	Jefe de la línea de investigación del programa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Docencia</li> <li>Coordina el componente de investigación</li> <li>Docencia</li> </ul>
Gabriel Tobón Sierra	Magister	Docente	<ul style="list-style-type: none"> <li>Coordina el componente de electivos</li> <li>Asesor de prácticas empresariales</li> <li>Docente</li> </ul>
Viviana Moreno Villegas	Magister	Docente	<ul style="list-style-type: none"> <li>Coordina el componente tecnológico</li> <li>Lidera el semillero de "formadiseño"</li> <li>Docencia</li> </ul>
Verónica Morales	Magister	Docente	<ul style="list-style-type: none"> <li>Docencia, coordinadora componente de expresión, coordina muestra diseño MUDM y asesora trabajo de grado</li> </ul>

**PROFESORES SEMESTRE 2022-1**

**DOCENTES  
DEL PROGRAMA  
DE DISEÑO GRÁFICO**

PORCENTAJE DE DEDICACIÓN PERFILES DOCENTES	TIPOS DE CONTRATOS
Paula Andrea Vargas	Tiempo completo año calendario
Andrés Narango	Mediotiempo semestre académico
Verónica Morales	Tiempo completo año académico
Daniel Bustamante Baena	Tiempo completo año calendario
Viviana Moreno	Tiempo completo semestre académico
Daniela de los Ríos	Tiempo completo semestre académico
Johnny Múnera	Mediotiempo semestre académico
Valentina Ortega H.	Tiempo Completo Semestre académico
Johan Sebastián Morales	Mediotiempo Año Calendario
Yohany Molina	Mediotiempo año calendario
Mauricio Mesa	Mediotiempo semestre académico
Gabriel Tobón	Tiempo completo año académico

9 docentes de tiempo completo, 6 magísteres y 6 especialistas

## Programa de Publicidad

NOMBRE	APELLIDOS	DEDICACIÓN DEL CONTRATO	TIPO DE CONTRATO	MÁXIMO NIVEL DE FORMACIÓN
Andrés Felipe	Álvarez Cardona	Cátedra	Semestre	Profesional
John Fredy	Cano Gutiérrez	Tiempo completo	Año calendario	Maestría
Andrés	Escobar Vásquez	Tiempo completo	Semestre	Maestría
Jimena	Isaza Álvarez	Tiempo completo	Año calendario	Maestría

Juan Diego	López Medina	Tiempo completo	Año calendario	Maestría
Lina María	Martínez Gutiérrez	Tiempo completo	Año académico	Especialización
Andrés Ignacio	Montoya Castaño	Tiempo completo	Año calendario	Especialización
Natalia Marcela	Ocampo Henao	Medio tiempo	Año calendario	Especialización
Juan Camilo	Ortiz Murillo	Cátedra	Semestre	Maestría
Jorge Andrés	Rico Zapata	Medio tiempo	Semestre	Maestría
Jorge Andrés	Rodríguez Acevedo	Medio tiempo	Semestre	Profesional
Carlos Alberto	Rúa Puerta	Tiempo completo	Semestre	Especialización
John Jairo	Yepes Londoño	Tiempo completo	Semestre	Especialización
Jorge Andrés	Arboleda Gómez	Medio tiempo	Semestre	Maestría
Aura María	Florián Morales	Tiempo completo	Semestre	Profesional
John Esteban	Morales Quintero	Medio tiempo	Semestre	Especialización

### 3. Investigación

#### Grupo de Investigación Urbanitas

El grupo de investigación Urbanitas cuenta con 4 líneas de investigación:

- Línea de investigación en Comunicación – Educación
- Línea de investigación en Ciberculturas – (Comunicación Digital)
- Diseño Social
- Publicidad social

Estas líneas de investigación desarrollan los siguientes ejes temáticos:



Comunicación, Educación y Medios Comunicación, Educación y Ciudad Comunicación, Educación y Escuela  
Literacidad electrónica Social Media y Ecosistemas digitales Organizaciones Postdigitales Tecnología, Urbanismo y Culturas Narrativas Transmedia Periodismo y Comunicación Digital

Publicidad, sociedad y consumo Publicidad, sociedad y experiencia Publicidad, sociedad y comunicación persuasiva Publicidad, sociedad y mediaciones  
Diseño y comunidad Diseño y tecnología Diseño e innovación

A continuación, presentamos la producción del grupo:

- Innovaciones generadas en la Gestión Empresarial: 18
- Consultorías científico-tecnológicas: 19
- Eventos científicos: 97
- Otros productos de Apropiación y Divulgación Ciencia: 58
- Formación de recurso humano: 269
- Artículos publicados: 38
- Libros publicados: 14
- Capítulos de libro: 56
- Documentos de trabajo: 7
- Otras publicaciones: 47
- Otros artículos: 44 • Libros/Manuales y / Otros Libros: 6 • Software: 17

### **Semilleros de investigación**

En la actualidad se contamos con 4 semilleros de investigación:

El semillero **Estrategos** inició sus actividades investigativas en el 2015, anterior a esta fecha, el grupo estaba orientado a apoyo logístico de los eventos de la universidad.

El semillero pertenece al programa de Comunicación Social y su objetivo es investigar temas relacionados con la comunicación y las Relaciones Públicas en las organizaciones.

En el primer semestre de 2022 la Coordinación del Semillero **Estrategos**, del Programa de Comunicación Social, a cargo de la Profesora Patricia Ibarra Vásquez, realizó convocatoria para nuevos miembros del semillero pues los anteriores se retiraron por motivos como inicio de prácticas, retiro de los estudios o compromisos laborales. Seguido de lo anterior se realiza inducción y capacitación a los nuevos miembros del semillero y se procede a iniciar con el proyecto para este año: *La comunicación estratégica como apoyo a la gestión de Responsabilidad social de la Universidad Católica Luis Amigó*

Por ser un grupo nuevo no se les insistió en que participaran en eventos relacionados, más bien se les introdujo al evento de la Universidad para que se presentaran a la convocatoria.

Si bien es cierto que el semillero ha participado en eventos nacionales de Redcolsi, sobre el último envío de artículo, en diciembre del 2021, se solicitaron ajustes para publicar, todavía no tenemos confirmación de si finalmente se cumplió.

El Semillero de Periodismo y Literatura, **Liteperiodismo**, también del Programa de Comunicación Social, orientado por el docente Marcos Fidel Vega Seña, publicó el capítulo *Las narrativas del posconflicto en el periodismo universitario* en las Memorias del Encuentro Nacional de la Red Colombiana de Periodismo, denominadas *Periodismo en el siglo XXI. Volumen 2: Experiencias que transforman*, editado por la Universidad Santiago de Cali.

Participó en el Encuentro Nacional de Investigación de la Universidad Católica Luis Amigó con el tema que viene trabajando relacionado con las narrativas del Informe de la Comisión de la Verdad y se apresta a presentar esa investigación en el Encuentro Nacional de la Red Colombiana de Periodismo, que se realizará en el mes de octubre en Uniminuto, sede Bogotá.

Por su parte, el **Semillero Émico**, del Programa de Publicidad, dirigido por Jimena Isaza Álvarez Cuánto lleva el semillero: desde el 2014 - 8 años, está desarrollando la investigación *Marketing cultural como estrategia de promoción para el impulso del consumo responsable en Medellín*.

También adelanta otro proceso investigativo con el *Estrategias de marketing digital dentro de Latino America en la industria del K-pop como generador de comportamientos particulares de compra en jóvenes entre los 20 a 25 años en la ciudad de Bogotá seguidores del género*.

Participó en el Primer Encuentro Semilleros de Investigación de la Universidad del Tolima, en el Encuentro Nacional e Internacional de Investigación de la Universidad Católica Luis Amigó; ha participado también en escenarios de diversas universidades del departamento de Antioquia. Está trabajando en un proceso de publicación

En cuanto al Semillero, **Forma Diseño**, del Programa de Diseño Gráfico que coordina la docente Viviana Moreno Villegas, se activó en el 2021, luego de un receso, pero desde la Universidad pero se continuó trabajando en el producto del Magazín. El proyecto que está adelantando, se llama *Magazin FormaDiseño Séptima Edición* y participación en el semestre 2022\_1 en eventos: Están en calidad de asistentes esta Semana del Séptimo Encuentro Latinoamericano de Diseño. Publicó en Entre Telas en la Revista publicado en la Revista 925 Artes y Diseño en mayo 11 de 2021.

### **Proyectos en desarrollo**

Se cuenta con 7 proyectos de investigación en curso.

**Entre ellos:**

- Propaganda y guerra. La comunicación y la publicidad en el escenario geopolítico y social.
- Mediaciones digitales de las bibliotecas públicas en Internet. Un análisis articulado de metamedios
- Diagnóstico de la incidencia del proceso formativo de estudiantes de niveles avanzados del programa de Comunicación Social de la Universidad Católica Luis Amigó, sede Medellín, en las percepciones sobre la violencias simbólica audiovisual
- Incremento a la adicción a Facebook y control de redes sociales en los jóvenes en tiempos de Covid 19

En la siguiente tabla podemos observar el crecimiento en histórico del grupo de investigación:

<b>G. Investigación</b>	<b>Año</b>	<b>Categoría</b>
<b>URBANITAS</b>	2021	A
	2018	A
	2017	B
	2015	C
	2014	D
	2013	Reconocido

**Grupo de investigadores activos:**

- Carlos Suárez Quiceno - Investigador Junior (IJ)
- Carlos Andrés Trejos Gil - Investigador Junior (IJ)
- Alejandro Alzate Giraldo - Investigador Asociado
- Jhoeen Sneyder Rojas Díaz - Investigador Junior (IJ)
- Juan Diego López Medina - Investigador Junior (IJ)
- Lina María Rendón López - Investigador Junior (IJ)
- Manuel Javier Castrillón Medina
- Kevin Alexander Toro Peralta
- Marcos Fidel Vega Señá

Durante el semestre 2022-1 se presentaron a la convocatoria interna:

## **Programa de Comunicación Social, Medellín.**

- Construir Memoria: las vivencias durante las protestas sociales de 2021. Presentado por Claudia Teresa Herrera Caicedo (investigadora principal) y Lina María Rendón López. Se presenta en la línea: Comunicación-Educación.
- La inteligencia artificial aplicada al periodismo de datos. Caso El Colombiano y El País (España). Proyecto presentado por el profesor Wilmar Daniel Gómez (investigador principal) y que cuenta con la cofinanciación internacional de la Universidad Complutense de Madrid, El coinvestigador será el investigador español Jesús Miguel Flores Vivar. Este es el proyecto internacional que presenta el programa de Comunicación Social, acreditado en Alta Calidad. Se presenta en la línea de Comunicación y Ciberculturas.
- Formatos libres para la publicación de libros en el ecosistema digital de las editoriales universitarias: de la producción al acceso. Proyecto presentado por el profesor Carlos Suárez Quiceno (investigador principal). Se inscribe en la línea de Comunicación y Ciberculturas.

## **Programa de Diseño Gráfico, Medellín:**

- El sistema de creación gráfica de la pieza publicitaria desde los signos representativos de las artes plásticas de la primera mitad del siglo XX. Presentado por los profesores Viviana Moreno Villegas (Investigadora principal) y Andres Naranjo Ortiz (coinvestigador). Se presenta en la línea de Diseño social.
- Memorias de la gráfica popular y la rotulación manual en el centro- norte de Medellín, presentado por Verónica Morales (investigadora principal). Este proyecto se inscribe en la línea de Diseño Social.
- El diseño gráfico como mediador en los procesos cognitivos que favorece la efectividad de las campañas de publicidad social en Medellín. Proyecto inscrito en la línea de Diseño Social y presentado por Gabriel Esteban Tobón (investigador principal) y Fabio León Yepes Londoño (coinvestigador).
- Factores del Neurocolor en la Percepción de la Diversidad de los Estudiantes universitarios. Presentado por John Jairo Yepes (investigador principal) y se inscribe en la línea de Diseño Social.

## **Programa de Publicidad**

- Filosofía, arte y publicidad. Contemplación, representación, interpretación y crítica paradójica. El proyecto es presentado por los profesores Andrés Escobar Vásquez (investigador principal) y Jhon Esteban Morales Quintero (coinvestigador). Se inscribe en la línea de publicidad social.
- Publicidad y Comunicación. Construcción de la identidad cultural en la zona norte de Antioquia. Caso San Pedro de los Milagros, presentado por los profesores Jorge Andrés Rico Zapata, como investigador principal y, Jimena Isaza y Manuel Castrillón como coinvestigadores. Se presenta en la línea de publicidad social.
- Pertinencia de la SMPO como estrategia de Endomarketing en la organización colombiana. Este proyecto lo presentan los profesores Carlos Andrés Trejos (investigador principal) y Deybis Zapata (coinvestigador). Se inscribe en la línea de Publicidad social.
- Salud Mental Positiva en deportistas de alto rendimiento en su proceso de jubilación. Este proyecto lo presenta Carlos Andrés Trejos (investigador principal) y como coinvestigador el profesor Duván Javier Muñoz Giraldo del Grupo, Familia desarrollo y calidad de vida.
- Elasticidades de los factores de la Publicidad que explican el consumo en redes sociales: un enfoque econométrico, presentado por John Jairo Yepes y se inscribe en la línea de Publicidad Social.
- **Comunicación Social, Sede Manizales.**
- Polarización y democracia: formulación y distribución de fake news en redes sociales. Proyecto presentado por Johana Barreneche Corrales. Se inscribe en la línea de Comunicación y Ciberculturas.

## 4. Prácticas de los programas

### Comunicación Social

#### a. Resultados

Actividad realizada	Descripción en detalle de lo realizado por el docente	Resultados de tipo cualitativo y cuantitativo	Observaciones
Facilitar la vinculación	Elaboración de convenios administrativos de cartas de	251 estudiantes en desarrollo de sus	

formativa de los estudiantes de Comunicación Social en sus prácticas académicas	presentación y demás formatos que permiten la vinculación formativa de los jóvenes en las empresas. Además de realizar la gestión interadministrativa en la universidad para formalizar los procesos de prácticas.	prácticas para el semestre 1-2022.	
Gestión con las empresas para generar vacantes de prácticas	Contactar a las organizaciones a través de correos electrónicos y llamadas telefónicas. Esto con el objetivo de informar a las agencias de práctica de la disponibilidad de estudiantes en práctica y permitir así la participación de los practicantes en los procesos de selección.	152 convocatorias se socializaron en la página de Facebook de Prácticas de Comunicación Social (desde octubre de 2021 hasta marzo del 2022) para el semestre 1-2022.	
Divulgación de las ofertas de prácticas con los estudiantes	Todas las convocatorias que llegan a la Coordinación de Prácticas de Comunicación Social fueron compartidas con los estudiantes a través de la página de Facebook. Actividad que permite que los estudiantes se postulen a las vacantes de prácticas que sean de su interés y perfil profesional.	152 convocatorias se socializaron en la página de Facebook de Prácticas de Comunicación Social (desde octubre de 2021 hasta marzo del 2022) para el semestre 1-2022.	
Comités de Prácticas de Comunicación Social	Reuniones en las que se controvertieron y se decidió en relación a temas de prácticas y a casos de estudiantes matriculados en los cursos de los dos niveles prácticas en el semestre académico 1-2022.	4 reuniones (1 cada mes) en el semestre académico 1-2022.	
Grupo de prácticas asesorado para el semestre 2-2022	Acompañamiento y asesoría en los procesos académicos de los cursos de prácticas de un grupo de estudiantes de Comunicación Social.	27 estudiantes en el semestre 1-2022	
Inducción a prácticas 2-2022	Informar a los aspirantes a prácticas de los aspectos a tener en cuenta para desarrollar sus procesos de prácticas en el semestre 2-2022.	51 estudiantes participaron de la reunión informativa.	Los estudiantes que no pudieron asistir a la reunión recibieron la grabación del encuentro.
Del Saber a la Práctica 1-2022: De la idea al podcast	Jornada académica programada junto a la coordinación de los posgrados de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño	323 estudiantes de diferentes niveles del Pregrado. La jornada académica se realizó	

	que tuvo como propósito desatacar la importancia actual del podcast en los medios de comunicación y organizaciones. Un coloquio que contó con la presencia de practicantes y egresados del programa que han desarrollado proyectos de práctica relacionados con los podcasts.	en el Auditorio Santa Rita.	
Socialización de prácticas	Selección, ingesta en YouTube, producción de información complementaria y divulgación de los mejores videos de socialización de prácticas para el semestre 1-2022.	31 videos en el canal de YouTube de Prácticas de Comunicación Social.	

## b. Evidencias de los resultados

-Piezas gráficas y audiovisuales para invitar a los estudiantes a Del Saber a la Práctica 1-2022:



## Registro fotográfico de Del saber a la Práctica 1-2022:



### Algunos de los videos de socialización de prácticas:

#### **\*Ana Sofía Calle comparte las experiencias de su práctica en la Alcaldía de Concordia**

[https://www.youtube.com/watch?v=es2gH\\_I-myE](https://www.youtube.com/watch?v=es2gH_I-myE)

La estudiante de Comunicación Social tiene como proyecto de práctica la realización de un resumen semanal con la información más importante del municipio y el gobierno local. Una oportunidad que permite a la alcaldía mantener el contacto con los concordianos y dar a conocer la gestión de la administración municipal.

#### **\*Isabela Castrillón tiene un compromiso en su práctica: mantener informados a los usuarios de EPM**

<https://www.youtube.com/watch?v=qtERjGnVMPQ>

Las prácticas con un enfoque audiovisual no solo están en los medios de comunicación tradicionales. Algunas organizaciones —en este caso EPM— tienen procesos informativos de producción audiovisual en el que los practicantes participan de la realización y promoción de contenidos televisivos.

#### **\*Melisa Agudelo y el desarrollo de la comunicación interna en Teleantioquia**

<https://www.youtube.com/watch?v=5iymNM9nmCI>

Los medios de comunicación también gestionan procesos de comunicaciones internas. Para este semestre (2-2022), las comunicaciones al interior de Teleantioquia son apoyadas por una practicante de la Universidad Católica Luis Amigó. Se trata de Melisa Agudelo, quien es la encargada, entre otras funciones, de la producción de contenidos informativos para los trabajadores y colaboradores de canal regional y de la logística de sus eventos corporativos.



**\*Andrés Raigoza desarrolló un sitio web para pacientes nacionales e internacionales del HPTU**

<https://www.youtube.com/watch?v=CFjilUOtIKk>

Como proyecto de práctica, Andrés Raigoza generó una página que permitiera dar a conocer a los diferentes públicos del Hospital Pablo Tobón Uribe los convenios que tiene con otras organizaciones de salud. Una estrategia que beneficia a pacientes, nacionales e internacionales, del hospital y que posiciona en internet los servicios médicos que se ofrecen.

**b. Inducción a prácticas 2-2022:**



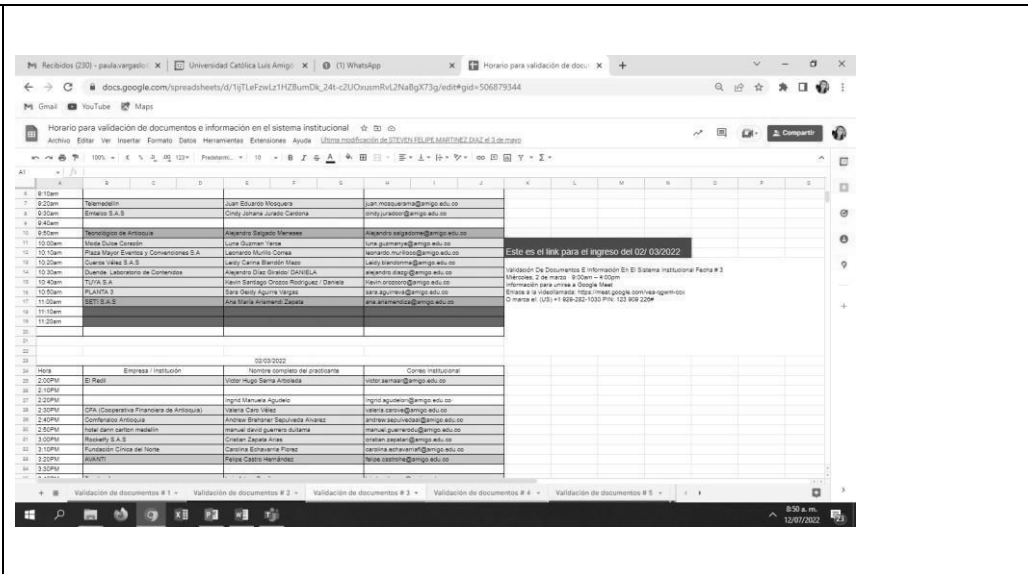
**Diseño Gráfico**

**a. Resultados**

Actividad realizada	Descripción en detalle de lo realizado por el docente	Resultados de tipo cualitativo y cuantitativo	Observaciones
Encuentros empresarial es	Por medio de llamadas, visita y correos se entrega el perfil de los Diseñadores Gráficos de nuestra universidad y se informa los diferentes tipos de contratos que podemos tener para que nuestros	Nuestra base de datos va creciendo poco a poco, se puede decir que tenemos un listado de 130 empresas que constantemente nos envían convocatorias.	

	<p>futuros practicantes. También se realiza la entrega de los requisitos para hacer entablar un convenio de prácticas con la universidad</p>		
<p>Envío portafolios y hojas de vida para la participación de las convocatorias empresariales en Diseño Gráfico.</p>	<p>Se realizó el envío de portafolios y hojas de vida a las diferentes convocatorias que llegaban o se buscaban desde la coordinación de prácticas</p>	<p>Se enviaron 45 portafolios de futuros practicantes del nivel 1 y 2 a las diferentes empresas del área metropolitana que están en nuestra base de datos y convocatorias que llegan al correo de la coordinación</p>	
<p>Divulgación de las ofertas de prácticas con los estudiantes</p>	<p>Cada correo que da respuesta a las convocatorias con el anexo, de los portafolios y hojas de vida, también se hace la gestión que los estudiantes, tengan claro los datos, de donde se les envía y donde posiblemente les llamen, para tener el primer encuentro o entrevistas.</p>	<p>En un promedio de 75 empresas se les enviaron los portafolios y hojas de vida, esto hace que los estudiantes de primera y segunda etapa de la práctica puedan participar en diferentes convocatorias 2022- 01 a la vez.</p>	
<p>Comités de Prácticas de Diseño Gráfico</p>	<p>La realización de comités, es de suma importancia porque allí se genera un análisis más profundo en los diferentes procesos que tiene la coordinación y el buen desarrollo de las prácticas de nuestro estudiante. En cada una de las reuniones, participan los Docentes asesores, el Director del programa y el Decano como representante auditor, del equipo principal.</p>	<p>Se realizaron cuatro comités durante el semestre, donde se abarcan los siguientes puntos por fecha</p>	
	<p>1</p>	<p>Presentación del equipo de trabajo de este semestre 2022/01</p>	

18 /02/2022	2	Informe de los Grupos de Prácticas y cantidad de Practicantes	
	3	Conclusiones de las inducciones de inicio de prácticas 1 y 2	
	4	Casos de estudiantes	
	5	Actividad de socialización de prácticas para la semana de la Comunicación, Publicidad y Diseño	
18/03/2022	1	Grupos de prácticas / Proceso de Validación	
	2	Visitas a la agencia de prácticas	
	3	Inducción de prácticas 2022-01	
	4	Casos de Estudiantes	
31/03/2022	1	Presentación del grupo y equipo de prácticas al Decano Alejandro Álzate Giraldo	
	2	Continuación del proceso de Validación	
	3	Invitación para el envío de portafolio y socialización del proceso de prácticas 2022-02	
	4	Encuesta Institucional del Departamento de General Prácticas	
	5	Entrega de las evaluaciones y formatos	
27 /05/2022	1	Lectura y aprobación del acta anterior	
	2	Grupos de prácticas / Proceso de asesoramiento finales	
	3	Cierre y evaluaciones de prácticas.2022 prácticas I y II	
	4	Inicio de envío de portafolio para 2022/02	
Validación de asesorías de prácticas.	Desde el 16 de enero hasta el 4 de mayo de 2022, se realiza la validación de la documentación y requisitos de los practicantes. Esto es para tener los datos precisos, que son la información que se anexa en el sistema académico, para que se tenga una asociación correcta con la matrícula.	Este proceso se realizó por medio de video llamada con cada uno de los practicantes matriculados Práctica # 1 = 39 practicantes Práctica # 2 = 27 Practicantes Para un total = 66 practicantes	

<p>Pantallazo de una de las 6 Jornadas de Validación de documentos</p>			
<p>Recibir, verificar y subir la información al sistema.</p>	<p>La confirmación de la documentación se realiza por el sistema Adress, donde se verifica la afiliación de la eps y arl También que los convenios estén ajustados a las orientaciones institucionales y que no tengan clausulas modificadas, para que si se acepten de forma adecuada con la gestión de la ficha jurídica</p>	<p>Este proceso se realizó por cada uno de los practicantes matriculados  Practica # 1 = 39 practicantes  Practica # 2 = 27 Practicantes  Para un total = 66 practicantes</p>	<p>Este proceso se realiza con pantalla compartida para genera una transparencia del proceso</p>
<p>Los documentos a revisar son:</p>			

### Estudiantes de Practica 1 De Diseño Gráfico

Deben entregar: La documentación de validación de prácticas.

1. Copia Digital de la matrícula del curso de prácticas (matrícula de Colegiado y Social para el curso).
2. Formato de Estudiante.
3. Carta de Presentación a la empresa o institución a la que se va a realizar la práctica.
4. **Consentimiento Institucional (Antes de iniciar o el mismo día de inicio):** Copias con FIRMA DIGITAL. Seas con link para que el Rector y el Decano le firmen. Responde los ítems del **Manual Convocatoria YIS Andino** del Consejo ALA Coordinación de prácticas.
5. **Consentimiento de aprendizaje Seas:** Antes de iniciar o el mismo día de inicio Copia Digital. Firmado por los dos partes.
6. Copia Digital del ART, Carta de Comercio de la Empresa.
7. Copia Digital Afiliación a AFE como estudiante a afiliado.

- Deben entregar 15 días después de iniciar la práctica. Proyecto de inicio de práctica. Los parámetros están en Facebook.
- También recuerdan que deben cada mes deben enviar la publicación mensual.
- En la última semana ULTIMA SEMANA DE ABRIL se deben realizar y entregar el video de socialización. Los parámetros están en Facebook.

### Estudiantes de Practica 2 De Diseño Gráfico

Deben entregar: La documentación de validación de prácticas, (matrícula de Colegiado y Social)

1. Presentación de la matrícula del curso de prácticas (matrícula de Colegiado y Social)
2. **Formato de Estudiante.**
3. **Carta de Presentación a la empresa o institución a la que se va a realizar la práctica.**
4. **Consentimiento Institucional (Antes de iniciar o el mismo día de inicio):** Copias con FIRMA DIGITAL. Seas con link para que el Rector y el Decano le firmen. Responde los ítems del **Manual Convocatoria YIS Andino** del Consejo ALA Coordinación de prácticas.
5. **Consentimiento de aprendizaje Seas:** Antes de iniciar o el mismo día de inicio Copia Digital. Firmado por los dos partes.
6. Copia Digital del ART, Carta de Comercio de la Empresa.
7. Copia Digital Afiliación a AFE como estudiante a afiliado.

- Deben entregar 15 días después de iniciar la práctica. **Plan de trabajo de primera práctica**, la información en según la publicación de la empresa, deben tener cronograma por mes y como para su participación en cada uno de ellos.
- También recuerdan que deben entregar cada mes la evaluación mensual.
- En la primera semana de OCTUBRE se deben realizar y entregar el avance del plan de trabajo de 30%. Los parámetros para más debe tener 2. Invitados o piezas como mínimo que ha realizado el practicante con la siguiente información:
  - Objeto y/o problema
  - Análisis
  - Aplicación


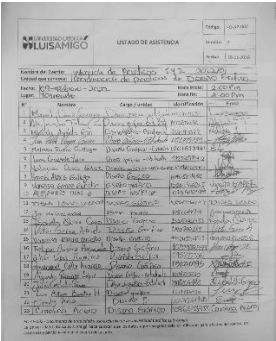
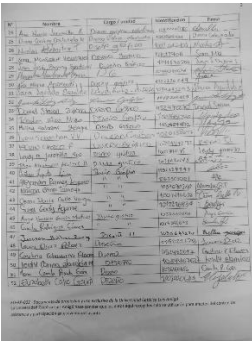
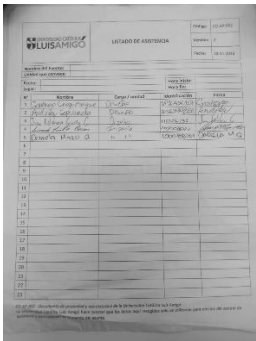
Para la semana de Comunicación, Publicidad Y Diseño deben enviarle a la empresa **práctica honesta**. Se debe poner que tiene en el mismo formato con la misma plantilla anterior, pero el video el nombre diferente de cada uno. Fecha: Mayo 20 de 2022 / [veloz@unluisamigo.edu.co](mailto:veloz@unluisamigo.edu.co)

Correo para cualquier pregunta, pero eso si lea primero la información / [paula.vargas@unluisamigo.edu.co](mailto:paula.vargas@unluisamigo.edu.co)

Pantallas del proceso, que se le comparte a los estudiantes

The screenshots show the LUISAMIGO system interface. The top screenshot displays a student profile for PAULA VARGAS, including identification details, program information, and contact data. The middle screenshot shows a list of practices with columns for date, type, and status, detailing assignments and follow-ups. The bottom screenshot shows a more detailed view of a specific practice assignment, including the responsible party and administrative status.

<p>Inducción a prácticas 01-2022</p>	<p>Se realizó la inducción con todos los practicantes uno y dos, donde se les explicaron cada una de las diferentes directrices institucionales, se les habló también del reglamento y de los elementos evaluativos, que contiene la práctica para que su desarrollo se exitoso</p>	<p>Asistieron a esta inducción alrededor de 57 estudiantes – practicantes. Donde se les aclaran las dudas sobre los diferentes procesos, evaluaciones y encuestas que se desarrollan en la práctica</p>
--------------------------------------	---	---

<p>Evidencias de la inducción</p>			
			
			
<p>Pre-Inducción de Prácticas 02-2022.</p>	<p>Este espacio se hace para todos aquellos que quiera realizar la práctica en el semestre siguiente, allí se les comparte un poco de la mecánica que es este tipo de experiencia y requisito educativo para graduarse en Diseño gráfico, También se les informa que debe tener muy en cuenta a la hora de decidir realizar sus prácticas, frente a los prerrequisitos, para que no inicien el proceso y no lo puedan hacer porque les falta alguno y se un inconveniente para su objetivo.</p>	<p>30 estudiantes participaron de la reunión informativa.</p>	<p>Los estudiantes que no pudieron asistir a la reunión, recibieron asesoría personalizada</p>

Evidencia de la inducción

Socialización de prácticas

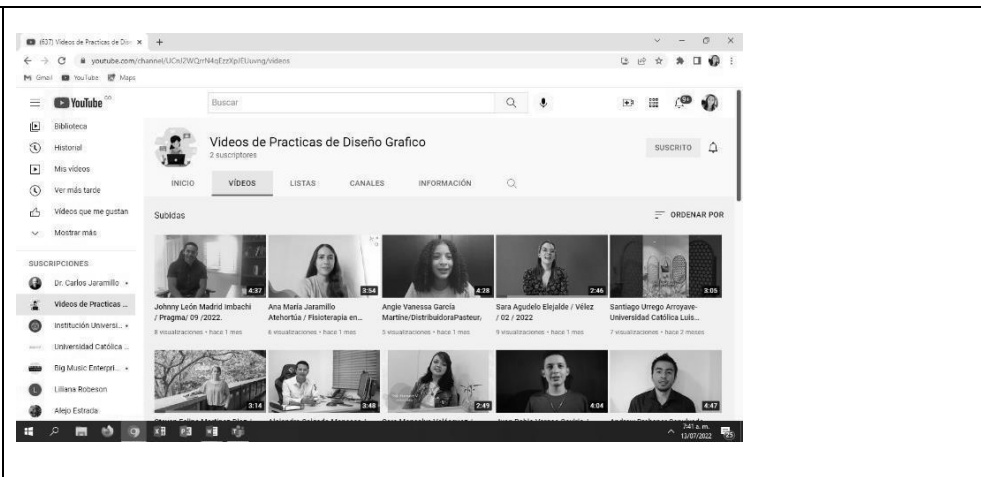
LISTADO DE ASISTENCIA

Nº	Nombre	Cargo / Unidad	Identificación	Firma
1	...	...	...	...
2	...	...	...	...
3	...	...	...	...
4	...	...	...	...
5	...	...	...	...
6	...	...	...	...
7	...	...	...	...
8	...	...	...	...
9	...	...	...	...
10	...	...	...	...
11	...	...	...	...
12	...	...	...	...
13	...	...	...	...
14	...	...	...	...
15	...	...	...	...
16	...	...	...	...
17	...	...	...	...
18	...	...	...	...
19	...	...	...	...
20	...	...	...	...
21	...	...	...	...
22	...	...	...	...
23	...	...	...	...




Nº	Nombre	Cargo / Unidad	Identificación	Firma
24	...	...	...	...
25	...	...	...	...
26	...	...	...	...
27	...	...	...	...
28	...	...	...	...
29	...	...	...	...
30	...	...	...	...
31	...	...	...	...
32	...	...	...	...
33	...	...	...	...
34	...	...	...	...
35	...	...	...	...
36	...	...	...	...
37	...	...	...	...
38	...	...	...	...
39	...	...	...	...
40	...	...	...	...
41	...	...	...	...
42	...	...	...	...
43	...	...	...	...
44	...	...	...	...
45	...	...	...	...
46	...	...	...	...
47	...	...	...	...
48	...	...	...	...
49	...	...	...	...
50	...	...	...	...
51	...	...	...	...
52	...	...	...	...

A partir de este semestre se realiza la publicación y divulgación, de los videos de socialización, de nuestros practicantes, por medio de la plataforma YouTube, que permite no solo la visualización de esas experiencias, sino que permite que las empresas conozcan el perfil y el profesionalismo de nuestros estudiantes

Fueron en este semestre 35 videos publicados en YouTube.  
Canal Videos de Prácticas de Diseño Gráfico.

<p>Evidencia de la plataforma donde se publican los videos</p>			
<p>Asesorías a los practicantes</p>	<p>El objetivo de esta actividad, es brindar un acompañamiento respetuoso y cercano donde el estudiante, puede hablar sobre sus dudas o quiere una asesoría de algún tema sobre el desempeño de su labor en la agencia de práctica que se encuentra. Los Asesores que acompañan este proceso, desde la validación de la práctica se le asigna los estudiantes que deben acompañar.</p>	<p>Los docentes están con la siguiente cantidad de practicantes para brindarles asesorías <b>Daniela De Los Ríos = 15</b> Practicantes. <b>Gabriel Tobón = 20</b> Practicantes. <b>Paula A Vargas L = 31</b> Practicantes</p>	
<p>Visitas / Videollamadas a las Agencias de prácticas.</p>	<p>Se realiza una visita por practicante al semestre. Desde la pandemia se ha realizado de manera virtual, y hasta el momento las empresas continúan con el deseo de seguir de esta manera de esa manera. Estas visitas duran entre 30 a 45 minutos. El Docente Asesor, realiza una agenda, que comparte con los practicantes a cargo Éstos a su vez, la</p>	<p>Cada docente realizó las visitas con cada uno de sus practicantes. Cada asesor realizó las siguientes visitas. <b>Daniela De Los Ríos = 15</b> visitas <b>Gabriel Tobón = 20</b> Visitas <b>Paula A Vargas L = 31</b> Visitas</p>	<p>No sean podido grabar las asesorías, porque, institucionalmente no se deja guardar ninguna grabación desde el zoom</p>



		
<p>Revisión de documentos del proceso entregados.</p>	<p>Cada asesor debe realizar dicha recolección de los documentos que hacen parte del acompañamiento a los practicantes.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Evaluaciones Mensuales (Practica 1 y 2)</li> <li><input type="checkbox"/> Evaluaciones Finales, (Practica 2)</li> <li><input type="checkbox"/> Formatos De Visita A La Agencia, (Practica 1 y 2)</li> <li><input type="checkbox"/> Portafolio De Cierre De Prácticas, (Práctica 2)</li> <li><input type="checkbox"/> Video De Socialización (Práctica 1)</li> <li><input type="checkbox"/> Informe Inicial De La Primera Práctica, (Practica 1)</li> <li><input type="checkbox"/> Plan De Trabajo De La Segunda Práctica (Practica 2)</li> </ul>	<p>Cada asesor debe realizar el análisis de cada uno de estos documentos para generar una nota total, la cual se subirá al sistema para evaluar cada una de las prácticas.</p> <p>Cada estudiante tiene una carpeta donde se le ingresa dicha información con su documentación</p>
<p>Pantallazo de las carpetas de los practicantes</p>		

También a este proceso se debe incluir los envíos de correos aclaratorios, la atención y realización de llamadas telefónicas para seguir teniendo un buen y respetuoso trato con todos los participantes de este de las prácticas empresariales.

## **Publicidad**

El programa de Publicidad de La Universidad Católica Luis Amigó, a través del ejercicio de la práctica profesional de sus estudiantes, presenta en este informe los avances y logros obtenidos por estos durante el período académico 01 del año 2022. La información recogida permite identificar fortalezas y oportunidades de mejora, con el único fin de mejorar el proceso de prácticas profesionales de los estudiantes.

El informe o reporte gráfico es, además, una aproximación a las diferentes percepciones, sentires y objetivos tanto de los cooperadores en las empresas, instituciones y organizaciones, como de los estudiantes, directivas y actores involucrados en el acompañamiento de estos, al igual que, un referente importante en el alcance de los objetivos del curso, para proponer y mantener una actualización constante. Para construir el dato se aplicaron varias encuestas, una emanada desde La Dirección y Extensión de Servicios a la Comunidad y otra desde el programa mismo. En ambos casos se buscó acercarse a las percepciones tanto de los empleadores como de los estudiantes. El objetivo se trazó siguiendo un parámetro de (4) cuatro niveles de aproximación a la experiencia de prácticas: estando en el primer nivel, todo lo concerniente a la realidad actual de las actividades de práctica en los entornos laborales. En segundo lugar, conocer aspectos importantes para el desarrollo de la práctica desde lo técnico y el manejo de destrezas o habilidades; en tercer lugar, verificar el acompañamiento al proceso y, finalmente la autoevaluación al mismo.

En el ámbito de los practicantes obtuvimos 35 respuestas de 50 posibles, equivalentes al 70% de los estudiantes. Y por el lado de los cooperadores se obtuvieron 23 respuestas de 50 posibles, equivalentes a un 46%.

Categorías de información	
Presentación, aspectos generales, salud, bienestar y otros.	Aspecto metodológico, brinda un panorama general sobre la estrategia empleada para el análisis de los datos obtenidos.
Aspectos de la contratación de los practicantes de manera general, tipo de empresa	La utilización de formatos en Google, formulario en línea.
Reconocimiento en el impacto de las prácticas	Caracterización de la naturaleza jurídica de las empresas.
Apreciación de los empleadores: da cuenta de la percepción que tienen los cooperadores frente a la calidad de la formación recibida por los estudiantes.	Varios aspectos observables desde el proceso de prácticas.

**Empresas con las que se tiene vínculo a través de las prácticas Profesionales de los estudiantes en el período 01 – 2022**

No.	DESCRIPCIÓN	No.	DESCRIPCIÓN
1	UNIVERSAL MCCANN SERVICIOS DE MEDIOS LIMITADA	24	CORPAUL
2	Fundación Banco Arquidiocesano de Alimentos de Medellín	25	Yokomotor S. A
3	COLOMBIA MOVIL S.A-ESP	26	Alcaldía de Medellín

<b>4</b>	Solvo Global SAS	<b>27</b>	EURO Supermercados
<b>5</b>	Gobernación de Antioquia	<b>28</b>	COLOMBIA MOVIL S.A-ESP
<b>6</b>	Fundación Universidad de Antioquia	<b>29</b>	Inspira Lab S.A.S
<b>7</b>	Antioqueña de Porcinos S.A.S	<b>30</b>	COMFENALCO
<b>8</b>	Internexa S.A.	<b>31</b>	Wican SAS
<b>9</b>	Idata	<b>32</b>	EURO Supermercados
<b>10</b>	TCC S. A. S.	<b>33</b>	Colombiana de Comercio S.A-Corbeta
<b>11</b>	UNIDAD CREATIVA S.A.S	<b>34</b>	CRYSTAL S.A.S
<b>12</b>	Ingeniería de Moda S.A.S	<b>35</b>	Grupo ARKÉ S.A.S
<b>13</b>	ALFA AM S.A.S	<b>36</b>	Terrascale Colombia S.A.S
<b>14</b>	Fundación Alianza de Vida Funavid	<b>37</b>	Bancolombia

<b>15</b>	Empresa de medicina integral EMI S.A.S. Servicio de ambulancia prepagada	<b>38</b>	Prebel S.A
<b>16</b>	Ecoingenios de Colombia S.A.S.	<b>39</b>	Coopsana
<b>17</b>	Indeportes	<b>40</b>	Colombiana de Comercio S.A-Corbeta
<b>18</b>	Colchones Sensación S.A.S.	<b>41</b>	Hospital Universitario de San Vicente de Paúl
<b>19</b>	CONINSA RAMON H	<b>42</b>	Ingenieria de Moda S.A.S
<b>20</b>	Publicisgroup	<b>43</b>	YOYO S.A.S.
<b>21</b>	Dinamic Products S.A.S	<b>44</b>	Grupo Infesa S.A.S
<b>22</b>	Esquema Legal Abogados	<b>45</b>	Almacenes Flamingo S.A.
<b>23</b>	Pizzas, Sándwiches y algo más	<b>46</b>	Colegio de la Salle

## Conclusiones de las prácticas

- Incorporación de estudiantes en agencias de práctica de muy diversa índole.
- Los estudiantes realizaron actividades de impacto en varios sectores del mercado laboral, demostrando habilidades y destrezas relacionadas con su quehacer profesional.
- Con la firma de los convenios y Contratos de Aprendizaje se generaron espacios de interlocución intersectorial con los cooperadores externos y sus respectivas empresas.
- Nuevamente se sugiere fortalecer el trabajo articulado con el área de graduados, debido a que los estudiantes en práctica son un público necesario para mantener el vínculo una vez logren egresar de la institución.
- Los testimonios pueden ser observados accediendo a la dirección: <https://youtu.be/o2napK01E8g> en YouTube

## 5. Premios y reconocimientos Comunicación Social

- **Alejandro Alzate Giraldo**, Decano de la Facultad, ganador de la Convocatoria de Fomento y Estímulos para el Arte y la Cultura 2022 de la Secretaría de Cultura Ciudadana del Municipio de Medellín, en la Categoría Estímulo para la escritura de guión, para largometraje dirigido a público infantil y/o juvenil.
- **Marcos Fidel Vega Seña**, docente del Programa de Comunicación Social, ganador del Premio de Periodismo “Manuel del Socorro Rodríguez”, otorgado por el Club de la Prensa de Medellín en el Día Clásico del Periodista.
- El Instituto Universitario de Educación Física y Deporte, de la Universidad de Antioquia, otorgó reconocimiento al docente **Juan Diego Latorre Tamayo**, por su aporte a la divulgación a través del programa radial Deporte, Salud y Educación. El evento se realizó en el Paraninfo de la Universidad de Antioquia el día 9 de marzo.
- La estudiante del Programa **Isabella Jaramillo Henao**, integrante del equipo de Sextante Digital, recibió de parte de la Gobernación de Antioquia el premio Antioqueña de Oro por su trabajo social en el municipio de Liborina.

## 6. Publicaciones

### Comunicación Social

- El semillero de Periodismo y Literatura, Liteperiodismo, publicó el capítulo *Las narrativas del posconflicto en el periodismo universitario*, en el volumen II del libro *Periodismo Universitario en el siglo XXI, Experiencias que transforman*, editado por la Universidad Santiago de Cali y la Red Colombiana de Periodismo Universitario.
- En el texto en mención también se publicaron los siguientes artículos: *¿Incluyen las universidades actividades formativas relacionadas con periodismo alternativo y popular?*, (docentes Mariela Márquez Quintero, Marcos Fidel Vega Seña y María Josefa Restrepo Brand) y *Descubriendo el trabajo del fixer, dilemas éticos y retos a la técnica en una experiencia de colaboración internacional entre periodistas universitarios* (docentes Marcos Fidel Vega Seña, Joaquín Alonso Gómez Meneses y Alejandro González Ochoa).
- En la revista Porro y Folclor, de la Corporación Artística y Cultural Recreando, el docente Marcos Fidel Vega Seña publicó los siguientes artículos: *La herencia que deja Miguel Durán Jr. en la música del Caribe y Máximo, el juglar de las causas sociales*.
- El programa de diseño Gráfica ha publicado el Magazín *Formadiseño* va en su 6a. edición.

## 7. Visibilidad y balance general de la gestión

### Comunicación Social

- Los Programas de Comunicación Social y el de Diseño Gráfico participaron conjuntamente en la construcción de la nueva imagen corporativa del Centro de Historia del municipio de Guarne, ubicado en el oriente antioqueño. El evento de socialización de las propuestas de cambio de imagen se realizó el 26 de mayo en el auditorio 1-510 de la Universidad. Allí participaron 7 miembros del colectivo histórico, los docentes Paula Andrea Vargas y Marcos Fidel Vega y los estudiantes que construyeron las seis propuestas socializadas.

Previo a este encuentro, el 24 de abril se efectuó en el complejo cultural La Elida del Conocimiento, en Guarne, el primer acercamiento entre la Facultad y el Centro de Historia, con el fin de planear el trabajo de indagación y campo necesarios para la formulación de las propuestas. En esa oportunidad participaron 12 integrantes del colectivo y 25 estudiantes.

- El Decano de la Facultad, Alejandro Alzate Giraldo, La Directora del Programa de Comunicación Social, Lina María Rendón López, y los docentes Diana Carolina Zapata Vallejo, Claudia Teresa Herrera Caicedo, Jaime Alberto Rojas Rodríguez y Marlon Echavarría participaron del IV Congreso Nacional de la Asociación de Facultades y Programas Universitarios de Comunicación, Afacom, bajo el lema: Comunicación, contexto político y big data celebrado en la ciudad de Santa Marta los días 16 y 17 de marzo. Las siguientes fueron los temas de sus ponencias:

Docente	Ponencia
Diana Carolina Zapata Vallejo	Mi Comuna 2: Análisis del proceso de creación y consolidación de un periódico comunitario en Medellín
Jaime Alberto Rojas Rodríguez	Ética, bioética y comunicación para el cambio social: una tesis relacional por construir.
Claudia Teresa Herrera Caicedo; Lina María Rendón López; Lina María González Correa; Camilo Sepúlveda Betancurth;	Un enfoque complementario a la educación mediada por la virtualidad. Estudio de caso "Profes en Acción"
Marlon Echavarría Rodríguez	Radio comunitaria, un espacio de construcción educativa y de memoria histórica en el departamento de Antioquia – Colombia
Alejandro Alzate Giraldo	Violencia política al servicio de Netflix y el Canal Caracol. Estudio de la serie Narcos y El patrón del mal

## Diseño Gráfico

El Programa generará desde el evento de **Pulso Creativo** la vía directa para la participación en eventos:

- A través del ejercicio investigativo, y desde los hallazgos producto de ejercicios y proyectos de investigación, se desarrollarán propuestas para diplomados y cursos. De igual manera, se observará el contexto con el fin de identificar problemáticas generadas a raíz del fenómeno social.
- En el tema de la responsabilidad social, se abordarán aspectos acerca del compromiso que asume el diseño, desde la construcción del mensaje, hasta la puesta en marcha de campañas.

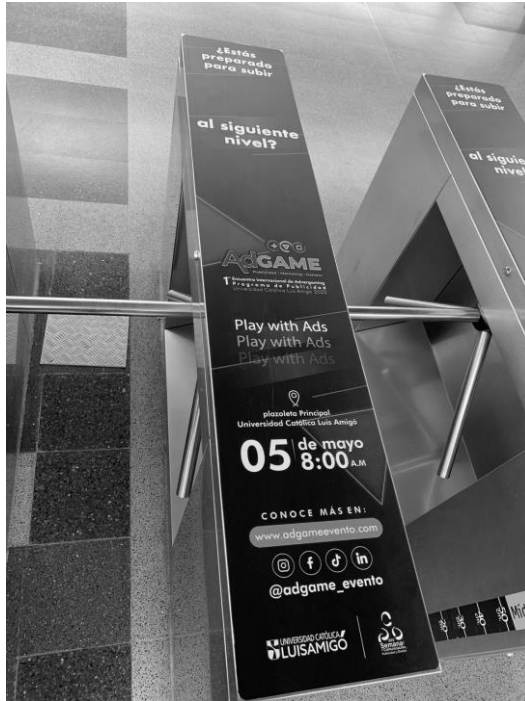


- El impacto del programa se percibe en la oferta académica a instituciones de bachillerato.
- La proyección en el evento de Consultoría con la Oficina Creativa- NUBE, para la asesoría de las empresas y la creación de su marca, que requieran asesorías, desarrollos e intervenciones desde lo gráfico creativo.
- Charlas y ponencias que se generaron desde el **Proyecto de Aula Pulso Creativo**, una mirada hacia los cambios que se suceden en el mundo de la comunicación con expositores nacionales e internacionales que nos brindan sus experiencias a los diseñadores creativos, para que asuman los nuevos retos del diseño digital.
- La participación con miras de fortalecer relaciones con el mundo empresarial y agencias de creatividad; con las visitas de campo, para la retroalimentación de procesos y poner en contacto al estudiante con el medio laboral, además de crear condiciones para futuras prácticas de los estudiantes.

## Publicidad

Un logro bastante importante, es que los estudiantes del curso de Gestión de eventos: Taller central, pautaron en el Metro de Medellín con un porcentaje de patrocinio, las piezas publicitarias del evento de Adgame. Adicional, estuvieron como invitados en el programa Dale Play de Teleantioquia, contando un poco sobre el evento. Se puede observar en el siguiente link: [https://www.instagram.com/tv/Cc3D-VdFiPv/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/tv/Cc3D-VdFiPv/?utm_source=ig_web_copy_link)

Así se vieron algunas estaciones:



## 8. Coordinación de los Laboratorios de Comunicación

Apoyo a docentes y estudiantes para accesos a equipos y espacios del laboratorio.

- Plan de trabajo para retorno a la presencialidad: asignación y distribución de horarios, activación de préstamos de equipos y espacios para estudiantes. Renovación de formatos para préstamos.
- Proceso de renovación de seguros de equipos con el apoyo de la Dirección Administrativa y Financiera
- Asignación de tareas al equipo de trabajo para atender requerimientos y servicios de las dependencias de la universidad tales como apoyo a la Oficina de Comunicaciones, practicantes de unidades académicas y directivas.
- Asesorías a administrativos de otras dependencias en requerimientos audiovisuales.
- Gestión de mantenimiento preventivo y correctivo de equipos del laboratorio

### Plan de Inversión para laboratorios 2021-2022:

Revisión y corrección final del Plan de inversión en equipos luego de aprobación de la Dirección Administrativa y Financiera, en proceso de ejecución

### Propuestas de proyección para el laboratorio:

- Participación en la propuesta Hiperlab “La Capilla”, que unifica los servicios actuales a través de un laboratorio de comunicación y medios; un laboratorio de creación para investigación y un portafolio de servicios para externos de la comunidad universitaria.

Los eventos destacados se encuentran el desarrollo de nuevas producciones en vivo con transmisiones vía streaming para la institución y la Inmersión en Audiovisuales para los estudiantes del programa de Comunicación social de la Sede Regional Manizales.





**Logros significativos:** El retorno a la presencialidad y la activación de los servicios del Laboratorio, que se encontraban, suspendidos permitió encontrar que el espacio se revitalizará, descubriera nuevas necesidades y confirmará las fortalezas con las que

cuenta el Laboratorio. Aumentó considerablemente el uso de los espacios y recursos técnicos, por lo tanto, los nuevos contenidos audiovisuales producidos.

El Laboratorio estuvo a la altura para responder a la demanda de contenidos divulgativos y apoyo a las actividades académicas.

Continuación de una rutina de cuidado de equipos y espacios siguiendo las medidas de bioseguridad de la institución.

Avance en el proceso de adquisición de equipos para seguir con la actualización del Laboratorio.

Se continúa en el mejoramiento e implementación conocimientos y técnicas para la realización producciones vía streaming con el apoyo de Educación Virtual y el uso de la plataforma Streamyard.

**Principales dificultades:** Una de las dificultades ante el levantamiento del distanciamiento social y de las restricciones de aforo es que se han presentado situaciones de hacinamiento en el espacio en algunos días. En asuntos de capacidad para las actividades académicas se requiere que los cursos no pasen de 20 a 25 estudiantes para evitar incomodidades y hacinamiento en el Laboratorio.

## 9. Programa de Comunicación Social en Manizales

El Programa presenta estudiantes activos a partir del cuarto año de vigencia del registro calificado, adicionalmente, realizado el proceso de autoevaluación del Programa de Comunicación Social Manizales, se recomendó la continuidad y se consideran las siguientes observaciones:

Fortalecimiento del Plan de Mercadeo y Comunicaciones, con estrategias de marketing digital que permitan aumentar el conocimiento regional y nacional del programa, de forma paralela participar en la campaña Manizales Campus Universitario. Se logró atraer población joven (fuera de Manizales) interesada en el Programa.

Visibilizar y promover actividades académicas en las que se analicen las diferentes tendencias nacionales e internacionales de investigación científica y generar espacios de socialización frente a temas de investigación, Innovación y Creación Artística y Cultural.

Es necesario el compromiso de la institución con la mejora de la planta física y adecuación de espacios propios para las actividades académicas, culturales y deportivas.

Al contar con una competencia de programas acreditados en alta calidad, con estudios de radio, prensa y televisión, además de infraestructuras modernas, beneficios y estímulos para los estudiantes, se requiere un esfuerzo institucional para responder a las necesidades del mercado, ser aún más competitivos y cumplir con el plan de estudios y la calidad académica ofrecida a nuestros estudiantes.

Actualmente el Programa se encuentra en su etapa de crecimiento y contamos con una matrícula activa de 60 estudiantes.

Con referencia a su planta docente, el 100% de los profesores del programa cuentan con maestrías o doctorados, lo cual impacta positivamente, no solo la función sustantiva de Docencia, sino también de Investigación, Internacionalización y Extensión. (actualmente 6 docentes y la coordinadora del programa).

De acuerdo con el Documento Maestro del Programa se tiene una creciente intencionalidad de fortalecer el talento institucional, a través de la dedicación docente para fortalecer el equipo y dar cumplimiento con el plan de estudio. Se busca que los docentes sigan fortaleciendo el dominio de una segunda lengua.

De acuerdo con el plan de capacitación, promoción y desarrollo humano institucional y los ejes de formación que de él se derivan –identidad institucional, tecnología, segundo idioma y saberes específicos-, desde la sede en Manizales se ofertan cursos presenciales para potenciar los aprendizajes y competencias tanto de administrativos como de docentes.

### **Colaboratorios Audiovisuales:**



Después de realizarse la visita a 25 casas de la ciudad para opción de compra, considerar la remodelación del área donde actualmente se encuentra ubicado el auditorio de la universidad y realizar una propuesta al colegio San Rafael que se encuentra ubicado al costado de nuestra sede, se logró una negociación por concepto de arrendamiento de

una infraestructura de dos pisos con un área de 24,75 de largo x 11.76 de fondo = 291,06 metros.

Este espacio será asignado al Programa de Comunicación Social con el propósito de mejorar las instalaciones de la sede Manizales en todas las direcciones

### **Archivo digital audiovisual**

Lo ideal sería iniciar con la distribución y adecuación de los espacios de acuerdo con el área asignada para cada uno, la instalación eléctrica, la ventilación y todos los temas de rigurosidad en consonancia con las normas, en 2022 -02 la Dirección de Planeación aprobó el diseño de los Colaboratorios Audiovisuales de radio, prensa, televisión, fotografía y Comunicación Organizacional. Se procedió con los estudios respectivos y actualmente el proyecto se encuentra en trámite de la solicitud de la licencia ante la Curaduría para iniciar la obra civil.

### **Inmersión Audiovisual**





Sumergirse en entornos reales como la prensa, la radio, producciones audiovisuales, la televisión o la fotografía y en los nuevos campos de acción que trae el mundo digital es



un ejercicio constante en el Programa de Comunicación Social de la Universidad Católica Luis Amigó, sede Manizales.

El Programa lanzó un nuevo pénsum que, en primer lugar, disminuye su duración a 9 semestres, tiempo en el cual el estudiante recibirá una formación académica dirigida a los nuevos formatos de comunicación y a desarrollar en él o ella un perfil idóneo para los ecosistemas digitales de hoy.

“Con este nuevo plan de estudios, que entrará en vigencia en el segundo semestre de 2022, queremos reafirmar el rasgo distintivo de nuestra universidad: la comunicación-educación, desde la radio, la prensa, la televisión, la producción audiovisual, la comunicación organizacional y la comunicación para el cambio social, a través de la formación humanística de profesionales integrales”, afirma Anlly Tatiana Flórez Ospina, Coordinadora del Programa de Comunicación Social de la Universidad Católica Luis Amigó, sede Manizales.

### **Los agentes de cambio del futuro**

Quienes aspiren a trabajar en medios de comunicación, organizaciones culturales, educativas o gubernamentales, en el ámbito audiovisual, de la publicidad o el mercadeo, o en relaciones públicas o en gestión de la comunicación, encontrarán en el pregrado en Comunicación Social de la Universidad Católica Luis Amigó una propuesta académica que les abrirá las puertas a sus sueños.

Y, lo que es aún mejor, serán profesionales con la sensibilidad hacia la ética, estética y lo social para ser agentes de cambio que aporten a la construcción de un mejor país, teniendo como eje el desarrollo de propuestas de educación que contribuyan a la construcción de una sociedad más informada.

### **Aprender haciendo**

Cabe destacar que este nuevo pénsum prioriza los espacios de salidas académica desde primer semestre y durante toda la carrera; se trata de jornadas donde se realizan talleres de producción de televisión, producción de información radial y fortalecimiento de conocimientos en fotografía e iluminación.

“Este semestre realizamos una inmersión académica, en la cual nos desplazamos a nuestra sede en Medellín durante una semana. Allí los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Católica Luis Amigó participaron en talleres prácticos de producción audiovisual, taller de televisión, fotografía, iluminación y radio. En el último día, tuvieron la oportunidad de hacer un recorrido por medios, como Telemedellín, Teleantioquia y la emisora comunitaria Zona Radio, entre otros”, explica la Coordinadora del programa de Comunicación Social.

Asimismo, el nuevo plan de estudios contempla dos semestres de prácticas profesionales hacia el final de la carrera, en aras de facilitar la inserción laboral de sus estudiantes y el fortalecimiento de sus habilidades en el mundo real.

“Además de desarrollar las habilidades propias de la Comunicación Social, los estudiantes aprenden a diseñar su propuesta de empresa, diseñar un presupuesto o cómo presentar un proyecto organizacional, entre otras herramientas prácticas en la vida laboral que la Universidad Católica Luis Amigó quiere brindarles a los estudiantes de este programa”, puntualiza la Coordinadora del programa de Comunicación Social de la sede Manizales.

### **Renovación del Registro Calificado**

Entre otras buenas noticias, el Programa de Comunicación Social de la institución, sede Manizales, renovó recientemente su Registro Calificado, con lo cual reafirmó ante el Ministerio de Educación Nacional sus fortalezas y la madurez que ha alcanzado desde su llegada a la capital del departamento de Caldas, en enero de 2019.

“Tuvimos la visita de pares académicos y todo el proceso resultó muy bien. Se hizo un ejercicio riguroso de evaluación de algunos aspectos del programa y se identificaron las fortalezas de este, como nuestros esfuerzos por inculcar una vocación social y la ética en los comunicadores sociales amigonianos”, señala Anlly Tatiana Flórez Ospina.

### **El nuevo ‘Colaboratorio Audiovisual’**

Próximamente, los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Católica Luis Amigó, sede Manizales, contarán con un lugar de última generación para aprender sobre producción audiovisual.

Se trata del ‘Colaboratorio Audiovisual’, una infraestructura que alojará un estudio de televisión, fotografía e iluminación, así como espacios de ‘coworking’, una sala ‘digital’, cabina de radio, espacio para proyectos organizacionales, entre otros.

### **Datos de interés**

- **Nombre del programa:** Comunicación Social.
- **Duración del programa:** 9 semestres (156 créditos académicos).
- **Metodología:** Presencial.
- **Registro calificado:** Resolución 003718 del 18/03/2022. Vigencia 7 años.
- **Código SNIES:** 104672
- **Lugar de desarrollo:** Carrera 22 No. 67A - 49. Manizales, Colombia.

## Cubrimiento realizado a la Inmersión Audiovisual:

<https://www.lapatria.com/publirreportajes/la-comunicacion-del-futuro-tiene-sede-en-manizales-492805>

PROGRAMA DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

### La comunicación del futuro tiene sede en Manizales



En la inmersión audiovisual se realizan ejercicios prácticos audiovisuales.



Durante la carrera se realizan ejercicios prácticos de radio.

**Inscripciones:**  
 - Comunicación Audiovisual  
 - Comunicación de Radios  
 - Comunicación Audiovisual

**Primeros pasos y cómo vivirá una inmersión audiovisual en Manizales.** Aprender de primera mano el funcionamiento de la sede de este colegio de la Universidad Católica Luis Amigó, recorrer un recorrido por instituciones educativas como Telemadrid, Telemovistar y la emisora comunitaria Zona Radio. Para una jornada de conocimiento de los programas con talleres prácticos y de construcción de redes, fotografía, animación, producción audiovisual y edición. De todas las actividades de medios audiovisuales: canales y plataformas de radio, prensa, televisión y comunicación y participación.

**Perfil del egresado:**  
 El Comunicador Social de la Universidad Católica Luis Amigó es un profesional con formación integral sobre las dimensiones cognitiva, práctica y ética, con competencias en Comunicación Audiovisual. Conocimiento en el manejo de tecnologías, medios de expresión e interpretación para gestión de proyectos en medios periodísticos y organizacionales, que promuevan el desarrollo social, cumpliendo con las responsabilidades de responsabilidad y ética, sensibilidad social y disposición de servicio a la comunidad.

**Experiencia de inmersión:**  
 Entre el 6 y el 10 de abril, los estudiantes de segundo semestre y quienes culminaron los primeros semestros en producción audiovisual de la carrera de Comunicación Audiovisual.

**El equipo de prensa:**  
 El equipo de prensa fue el equipo de la lapatria.com. Publicó el reportaje sobre la inmersión audiovisual en Manizales.

**Los estudiantes:**  
 Los estudiantes de la carrera de Comunicación Audiovisual de la Universidad Católica Luis Amigó.

**Durante la inmersión:**  
 Durante la inmersión audiovisual se realizan ejercicios prácticos de radio.

## Instagram:

Desde la Coordinación del Programa de Comunicación Social se apoya como Community Manager de la red social institucional de Instagram @ucatolicaluisamigo.manizales se replica y crea contenido, además de dar respuesta oportuna a los usuarios, labor que se realiza diariamente, reportamos un alcance de 3.785 seguidores orgánicos, con interacción constante.

ucatolicaluisamigo.manizales  




**545** **3.785** **290**  
Publicaciones Seguidores Seguidos

**Universidad LuisAmigóMZL**

Educación

Contacto: 3206799386 y 3154465799 

(036)881-5536 

Universidad Católica Luis Amigó

5 sedes: Medellín, Bogotá, Montería, Apartadó y Manizales.

[linktr.ee/ucatolicaluisamigo.manizales](https://linktr.ee/ucatolicaluisamigo.manizales)

[Ver traducción](#)

Editar perfil

Herramientas

Estadísticas

Contacto

Agregar tienda



Com. Social...



Eventos



COVID -19



Tutoriales



Contáctanos

## 11. Programa de Diseño Gráfico en Manizales

El 25 y 26 de abril, 2022 se recibió la visita por parte del Ministerio de Educación para la verificación de condiciones con referencia al programa de Diseño Gráfico en Manizales. Actualmente nos encontramos a la espera de la respuesta de la sala.

Concepto	Descripción
Institución:	Universidad Católica Luis Amigó
Nombre Programa:	Diseño Gráfico
Título:	Profesional en Diseño Gráfico
Ubicación:	Manizales
Nivel:	Profesional
Modalidad:	Presencial
Área del conocimiento principal:	Bellas Artes
Área del conocimiento secundaria:	Diseño
Norma interna de creación: <b>(Anexo 1)</b>	Acuerdo 14 del 08 de julio de 2021 del Consejo Superior
Duración :	9 semestres
Periodicidad de la admisión:	Semestral
Dirección:	Cra. 22 #N° 67A - 49, Manizales, Caldas.
Teléfono:	+57 (6) 881 5536, 881 5537, 881 5540, 881 5541.
E-mail:	sec.rectoria@amigo.edu.co
Número de créditos académicos:	148
Número de estudiantes	80

Lo que se ha denominado la Cuarta revolución industrial ha venido transformando el ejercicio de las profesiones, obligándolas a crear y desarrollar soluciones para los entornos digitales. En consecuencia, la carrera de Diseño Gráfico ha tenido que adaptarse a las necesidades que hoy se dan al interior de las sociedades de la información y del conocimiento.

De ahí que cobra especial importancia el propósito de humanizar la tecnología con el fin de que los productos, servicios y contenidos realmente logren beneficiar a los usuarios. En consecuencia, esta propuesta académica parte de un enfoque de “diseño centrado en el usuario” que busca formar para la creación de experiencias desde un entorno digital; lo cual representa una ventaja competitiva ligada al desarrollo de los mercados y de nuevos paradigmas de creación, innovación y comunicación, con productos acordes a los lenguajes y contextos propios de la cibercultura.

En términos generales, los programas de pregrado en Diseño Gráfico se enmarcan en la creación, estructuración y ordenamiento de códigos, lenguajes y medios que permitan la legibilidad e interpretación de datos y mensajes gráficos, visuales y multimedia con base en la formación en áreas de Teoría y Discurso del Diseño (semiótica y fundamentos de la comunicación), Área Proyectual (diseño básico, diseño tipográfico, diseño editorial,

imagen corporativa e imagen global, señalética, piezas publicitarias y empaques); Tecnologías de la Información (vectores, autoedición, imagen digital e interactiva) y Diseño Publicitario. En cuanto a lo programático, por lo general, los programas integran tres ciclos de formación: básico, profesional y de profundización.

### Índice de preferencia de programas de pregrado en Manizales

	2019		2018		2017		2016		TOTAL	
TRABAJO SOCIAL	88	0,7%	101	0,6%	41	0,5%	58	1,3%	288	0,7%
CONTADURÍA PÚBLICA	258	2,0%	419	2,4%	91	1,0%	66	1,4%	834	1,9%
ACTIVIDAD FÍSICA Y DEPORTE	166	1,3%	255	1,5%	103	1,2%	95	2,1%	619	1,4%
ARQUITECTURA	422	3,2%	617	3,6%	154	1,8%	192	4,2%	1385	3,2%
DISEÑO GRÁFICO O VISUAL	214	1,6%	190	1,1%	86	1,0%	77	1,7%	567	1,3%
FILOSOFÍA	39	0,3%	40	0,2%	10	0,1%	17	0,4%	106	0,2%
GASTRONOMÍA	249	1,9%	202	1,2%	67	0,8%	66	1,4%	584	1,3%
INGENIERÍA CIVIL	321	2,5%	486	2,8%	214	2,5%	206	4,5%	1227	2,8%
LICENCIATURA EN EDUCACIÓN INFANTIL O PREESCOLAR	94	0,7%	90	0,5%	56	0,6%	55	1,2%	295	0,7%
TEOLOGÍA	5	0,0%	0	0,0%	1	0,0%	1	0,0%	7	0,0%
PUBLICIDAD	122	0,9%	182	1,1%	13	0,1%	23	0,5%	340	0,8%
LENGUAS MODERNAS, IDIOMAS O INGLÉS	312	2,4%	279	1,6%	150	1,7%	106	2,3%	847	1,9%

**Fuente:** Resultados encuesta aplicada en Feria de Universidades de Manizales, año 2020

Lo anterior muestra una tendencia que, si bien podría interpretarse a la baja frente a otros programas, existe un atractivo interesante desde el punto de vista de la oferta. Por otro lado, es importante tener en cuenta que la capacidad de absorción del programa de Diseño Visual de la Universidad de Caldas deja sin admisión aproximadamente al 66% de aspirantes. Asimismo, cabe destacar que el proyecto de Facultad que surge en el Centro Regional, junto con el Programa de Comunicación Social que se encuentra en proceso de crecimiento, podría generarse la optimización del recurso humano, de tecnologías, laboratorios, entre otros.

## 12. Posgrados

### Doctorado en Comunicación

Los Programas de Posgrado se han venido desarrollando en conjunto con la Escuela de posgrado, generando revisiones constantes de la estructura académica y el contenido curricular tanto de las maestrías como del doctorado. El lanzamiento del doctorado se realizó el día jueves 24 de marzo, en el Auditorio Santa Rita. A la fecha, se han recibido 7 solicitudes por parte de los profesores para cursar el Programa del Doctorado en Comunicación. Se realizó la contratación de la directora para el doctorado en Comunicación. La Doctora en Comunicación de la Universidad Complutense de Madrid Elina Londoño.

Hasta el momento se cuenta con 7 interesados internos en el doctorado y una interesada externa:

## **Programas de Maestrías en Comunicación y en Publicidad**

Manuel Javier Castrillón Medina, se han realizado reuniones con los profesores que pueden ser profesores de maestrías, para analizar cómo se transmite el discurso académico alrededor de dichos programas.

## **Programa de Especialización en Relaciones Públicas**

Durante el semestre 1-2022 el programa concluyó el proceso académico de la séptima cohorte, con la presencia de 10 estudiantes. De igual forma, la especialización recibió la renovación del registro calificado en el mes de marzo. Con ese aval se procedió a la apertura del proceso de matrículas de la cohorte 8. El balance de inscripciones y matrículas efectivas va en 10 estudiantes y se espera el ingreso de un estudiante adicional. El programa viene haciendo ajustes en la planta docente, con el objetivo de tener un equipo que cumpla con las expectativas y promesa de venta del programa a los estudiantes.

Con relación a la gestión del programa se realizaron actividades con la oficina de graduados y en conjunto con los demás programas de la facultad. Estas actividades fortalecen el programa en relación al cumplimiento del PMMCI. También esas acciones fueron pensadas como un ejercicio de mercadeo relacional.

## **13. Elementos críticos de la gestión**

Adoptar un tipo de propuesta basado en la gestión por procesos mediante la planeación y la verificación en el Hacer y el Actuar del programa en eventos externos.

Analizar y diagnosticar la situación actual de los PMMCI del Programa, para observar la operatividad real de los procesos estratégicos de apoyo y la evaluación permanente del programa, para el desarrollo de sus estrategias y actividades- desde la evidencia.

Motivar a los docentes investigadores a continuar su capacitación en modelos estadísticos y tecnologías de la información aplicados a la investigación- creación con cursos en tiempo de receso académico.

La permanencia de los estudiantes con la elaboración de cursos, talleres y eventos que fortalezcan su formación en el campo del diseño y lo digital, permitido la proyección a futuro de sus nuevas necesidades- empresa- sociedad.

Incentivar a los docentes a presentar propuestas de investigación en la convocatoria institucional. Además, de establecer estrategias efectivas para el cumplimiento de compromisos pendientes con la investigación.

Buscar estrategias para que, una mayor número de docentes puedan cumplir los requisitos para presentación la a la convocatoria interna de investigación.

Establecer contactos con instituciones internacionales para elaborar nuevos proyectos de extensión o investigación.

Trabajar conjuntamente con Bienestar Universitario para identificar y tratar a los estudiantes con discapacidad y generar espacios y metodologías para esta población académica.

Motivar a los docentes para que realicen los cursos de capacitación institucional para que continúen su proceso formación y ascenso en el escalafón.

Analizar las posibles acciones de proyectos y convenios que afiancen la interacción y relacionamiento internacional de los programas.

Incentivar a los docentes en el desarrollo de actividades de extensión que en su ejecución apunten e impacten a los diferentes públicos del programa.

Motivar a los docentes para que de acuerdo a su perfil profesional, gustos y preferencias investigativas propongan proyectos de impacto social y cultural fomentando el trabajo interdisciplinar.

Diagnosticar y definir las necesidades de los egresados del programa, su ubicación y trayectoria para plantear acciones de comunicación y retorno a la Universidad.

Para el programa de Publicidad es importante generar estrategias de visibilidad y mercadeo que incentive el incremento de estudiantes nuevos en la carrera y el posicionamiento del programa a nivel regional.



## 14. Conclusiones

El programa de Diseño Gráfico, en la actualidad, cuenta con una estructura administrativa la cual desarrolla sus procesos horizontalmente y transversalmente que permite con ello mayor comunicación y colaboración entre las unidades que la integran, y procesos de gestión de alta calidad que le permiten el logro del cumplimiento en las funciones sustantivas y principios misionales de la institución.

Hacer presente a las futuras generaciones la nueva infraestructura con todos diversos servicios que se brindan a través de Bienestar Institucional, OCRI y otros, que son considerados por la comunidad académica como de gran valor; sus innumerables actividades buscan la formación integral de los estudiantes, así mismo la gran cantidad de actividades generando en la comunidad estudiantil un mejoramiento de su calidad de vida y del ambiente laboral, así como de la retención estudiantil.

El laboratorio es de Medios de la Universidad Católica Luis Amigó adscrito al programa de Comunicación Social es un eje articulador que se vincula con diferentes unidades y actividades tanto académicas como en las diferentes funciones sustantivas, algunas de las actividades son las siguientes:

El programa de publicidad se encuentra en un momento de recibimiento e implementación de un nuevo registro calificado, con miras a la innovación y las nuevas tendencias articuladas con las diferentes líneas de acción, estando así a la vanguardia de procesos que se pueden realizar a nivel regional, nacional, latinoamérica e internacional. Además de mantener una constante actualización y un diálogo permanente entre los estudiantes, docentes y demás personas internas y externas que pueden hacer parte del programa, en aras de consolidar una cultura autoevaluativa y de mejora continua.

Es por esto que el programa se propone la escucha activa y constructiva desde la dirección y con los coordinadores de área para la generación de estrategias y acciones acordes a las necesidades de las diferentes funciones sustantivas. Además, de la implementación de metodologías activas e innovadoras para la transformación de los procesos de aprendizaje desde una perspectiva holística.

A partir de las acciones implementadas por la comunidad educativa perteneciente al programa de Publicidad y en conjunto con otros programas, trabajando de forma interdisciplinar se han identificado aspectos positivos y beneficiosos que sirven como punto de referencia, no solo para darles continuidad, sino ser replicados en los siguientes semestres con mejoras significativas.