

Medellín, 1 de agosto de 2023


68827

Señora  
ANA MARÍA VANEGAS URREGO  
Directora de Planeación  
Universidad Católica Luis Amigó  
Medellín

Cordial saludo.

El equipo de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño, presenta el Informe de Gestión, de acuerdo con el comunicado No. 94 del 9 de junio de 2023, emanado de la Secretaría General de la Universidad.

Atentamente,

  
[Alejandro Alzate Giraldo \(31 Jul. 2023 17:21 CDT\)](#)  
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

Gloria R.

# Universidad Católica Luis Amigó

## Informe de Gestión 2023\_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

Paula Andrea Vargas Londoño  
Directora del Programa de Diseño Gráfico

Jimena Isaza Álvarez  
Directora del Programa de Publicidad

Anlly Tatiana Flórez Ospina  
Coordinadora del Programa de Comunicación Social  
(Manizales)

Manuel Javier Castrillón Medina  
Coordinador Maestría en Comunicación

Johan Sebastián Morales  
Coordinador Maestría en Publicidad

Deybis Zapata Correa  
Coordinador Especialización en Relaciones Públicas

Elina Londoño Alurralde  
Coordinadora del Doctorado en Comunicación

María Cristina Pinto Arboleda  
Líder Grupo de Investigación Urbanitas

## Introducción

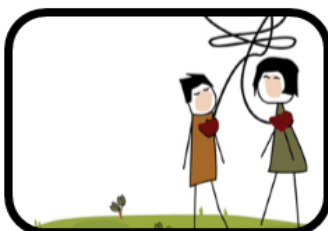
En la vigencia 2023\_1, la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño cumplió con los delineamientos institucionales, en concordancia con las directrices de la Universidad Católica Luis Amigó. En virtud de lo anterior, esta unidad trabajó por el fortalecimiento de las funciones sustantivas y transversales, dadas desde la normatividad, tanto interna como externa.

Para el cumplimiento de lo mencionado se generaron estrategias y proyectos de Facultad para el fortalecimiento de los contenidos, las diferentes modalidades de investigación, el relacionamiento nacional e internacional y la generación de programas y proyectos especiales que producen los diferentes programas para la comunidad local, nacional e internacional.

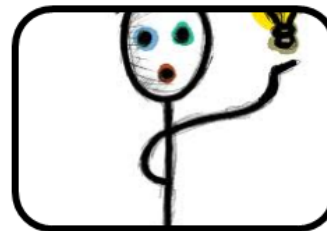
Dentro de la continuidad del relacionamiento interno y externo, la Facultad acude a estrategias para fortalecer valores como:



Corresponsabilidad



Comunicación  
(Interna  
Externa)

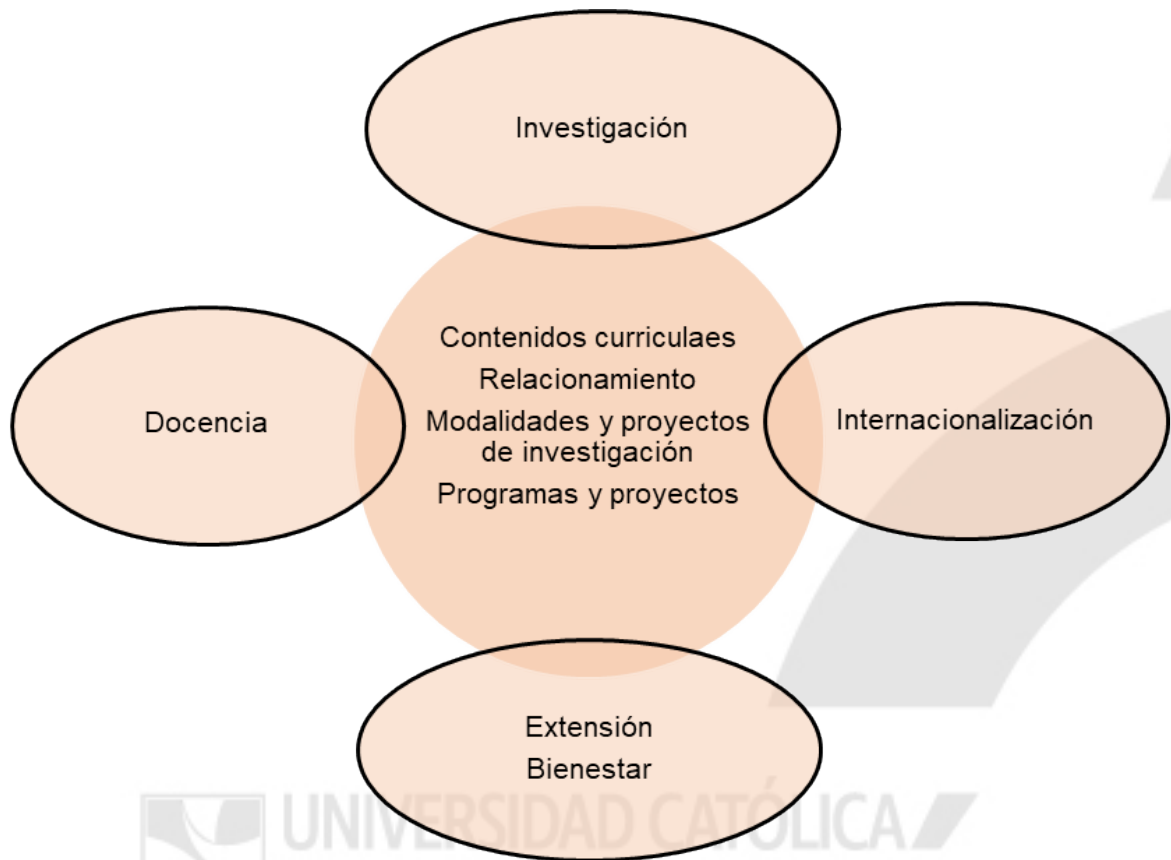


Calidad de la  
educación



Enfoque de  
género

Con estas estrategias se logran establecer conexiones entre las funciones sustantivas y las transversales, tal como se presenta en el siguiente gráfico:



En ese orden de ideas, en este informe de gestión se desglosa la gestión en cada una de las funciones sustantivas y transversales, así como otras actividades y logros de la Facultad en la vigencia 2023\_1



# Pregrados

## Programa de Comunicación Social

- **Docencia**

### Asuntos estudiantiles

Durante el semestre 1 de 2023 el Programa tuvo el siguiente comportamiento en cifras de estudiantes del programa de Comunicación Social:

Estudiantes nuevos	120
Estudiantes antiguos	1294
Estudiantes totales	1414
Graduados	124

### Asuntos docentes

En cuanto a la planta docente el programa contó con la siguiente planta docente

Tiempo completo (indefinido, calendario y académico)	22
Tiempo completo semestre académico	16
Medio tiempo semestre académico	6
Cátedra	9
Total docentes	53

### Actualización del PEP

En este semestre se realizaron los grupos focales con profesores del Programa y se ha avanzado en la actualización a partir de los hallazgos de las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades encontradas en estos diálogos.

### Trabajos de grado

Este semestre terminó un nuevo ciclo de trabajo de grado bajo la modalidad de tema sombrilla. Para este semestre terminaron los proyectos de:

- Normalización de la violencia
- Música y comunicación
- Radio educativa y comunitaria
- Periodismo Digital
- Narrativas de la Comuna 13
- Medios de comunicación y cambio social
- Cultura digital y visualidad

## Proyectos de aula y grupos de interés

<b>Proyectos de aula y grupos de interés</b>	Proyecto de aula: Diálogo de saberes entre la comunidad del barrio La Iguaná y estudiantes de comunicación social.
	Club de lectura crítica.
	Grupo de interés 9 ¾ “La prensa en las narrativas de ficción”
	9:16 Grupo de Interés en Comunicación Audiovisual
	Comunicación alternativa
	Grupo de interés en cine
	Proyecto de aula de semiótica: El Coronel no tiene quien le escriba
Proyecto de preservación y memoria del material audiovisual y fotográfico de la Facultad.	

## • Internacionalización y cooperación interinstitucional

En este período se recibieron tres estudiantes en movilidad.

Un estudiante proveniente de la Universidad Nacional de Entre Ríos (Argentina) y dos estudiantes de la Universidad Cooperativa de Colombia.

Así mismo, tres estudiantes viajaron a realizar su semestre académico en el exterior.

Estudiantes Salientes				
#	Estudiante	Programa	Institución de destino	Lugar

1	Llano Castaño Daniela	Comunicación Social	Universidad Católica de La Santísima Concepción	Chile
2	Marin Feria Manuela	Comunicación Social	Universidad Rey Juan Carlos	España
3	Victoria Giraldo Andrea	Comunicación Social	Universidad Rey Juan Carlos	España

<b>Estudiantes Entrantes</b>				
<b>#</b>	<b>Estudiante</b>	<b>Programa</b>	<b>Institución de origen</b>	<b>Lugar</b>
1	Bacigaluppo Torres Ariel	Comunicación Social	Universidad Nacional de Entre Ríos	Argentina
2 y 3	Granda Goetz Laura Sofía  Danny Lorena Trujillo Dueñas	Comunicación Social	Universidad Cooperativa de Colombia	Colombia

De igual forma, en Movilidad internacional, el Programa recibió a la pasante Isabel Tibaduiza Calderón, Comunicadora en Lenguajes Audiovisuales de la Universidad de Medellín y Maestra en Gestión de Conflictos Interculturales de la Universidad Alice Salomon Hochschule de Berlín, por medio Diaspora Experts, de la Sociedad Alemania de Cooperación Internacional, GIZ. El objetivo de esta estancia era el de conectar saberes y contribuir a los componentes de formación en lenguajes audiovisuales, memoria, archivo y narrativas interculturales del programa. Participó como docente invitada en un curso edición y producción realizando un taller de archivo audiovisual.

## **Extensión y Proyección Social**

### **Sextante, Sistema de Medios 2023\_I**

#### **Sextante Radio**

Con el fin de crear y fortalecer a Sextante, Sistema de Medios, desde tres lenguajes periodísticos distintos, se funda a Sextante Radio, un noticiero radial diario (en

directo) realizado por los estudiantes del curso Producción e Información Radial del sexto semestre.

- **Grupo de Interés**

Las dinámicas de producción de un noticiero radial diario exigen la consolidación de un equipo base de periodistas que suplan las necesidades informativas del espacio. Por tal razón, se convocó a algunos estudiantes del curso que ya había pasado por la experiencia de Sextante Radio y a otros de semestres anteriores para participar del grupo de interés. El equipo inició labores el lunes 24 de abril de 2023

Emisoras aliadas	Fecha de inicio	Fecha final	Nro. de emisiones
Zona Radio 88.4 FM; Buenaventura Estéreo 95.4 FM y La Esquina Radio 101.4 FM	Martes 21 de marzo de 2023	Viernes 2 de junio de 2023	46

Informes simples	Informes compuestos	Informe/entrevista	TOTAL INFORMES
87	60	51	210
<b>Entrevista noticia del día</b>		<b>45</b>	
<b>Crónicas</b>	<b>Reportajes</b>	<b>Especiales</b>	
6	4	2	

Estrategia	Acciones	Componentes vinculados	Cursos vinculados
1 de Integración Curricular	Producción edición número 44 de Sextante Prensa	Periodismo Producción Audiovisual	Producción de Prensa: Fotografía y Diseño Diagramación
	10.a edición Expo Sextante Feria de Periodismo Universitario. Martes 16 de mayo de 2023, primer piso bloque 2.  <ul style="list-style-type: none"> <li>Participaron 83 expositores de los distintos semestres del Programa. Por segunda oportunidad, participan los estudiantes de Publicidad de los cursos Radio y Música Publicitaria.</li> <li>Se presentaron 29 productos.</li> </ul>	Periodismo Electivos Producción Audiovisual	Producción de Prensa: Relaciones Públicas: Edición y Producción
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evento lanzamiento Sextante, Sistema de Medios. Miércoles 17 de mayo de 2023. Teatro Mayor San José.</li> <li>Presentación de la edición 44 de Sextante Prensa</li> </ul>	Periodismo, Multimedia, Electivos y Producción Audiovisual	Producción de Prensa Comunicación Hipermultimedial Relaciones Públicas, Edición y Producción
	Intervención imagen gráfica Sextante, Sistema de Medios	Programa de Diseño Gráfico	Diseño de Identidad Corporativa Docente Luisa Fernanda Montalvo Arroyave

- **Narrativas cinematográficas:** Grupo de interés del programa de Comunicación Social. En el semestre 2023-1 realizaron encuentros informativos. Docentes responsables: María Cristina Loaiza Pineda y Manuel Javier Castrillón Medina.

- **9:16 Narrativas Ácidas. Grupo de interés en Comunicación Audiovisual.** Se realizaron 6 encuentros y se consolidaron dos propuestas para participar en la convocatoria Jóvenes por el Cambio, organizada por el Ministerio de Cultura de la República de Colombia. Los títulos de los proyectos son: *Flores: una cultura que envejece*, y *Trazo libre (categoría de audiovisuales)*. Docente responsable: Rubén Darío Morales Castaño.



- **Grupo de interés en narrativas de ficción de Harry Potter 9 3/4.** Se avanzó en la lectura crítica y sistematización de los libros 3 y 4 de la saga. Se están revisando convocatorias externas para consolidar una propuesta de investigación. Docente responsable: Claudia Cecilia García Montoya.

## Seminario Académico y las perspectivas del Museo Urbano de Memorias

El 4 de mayo se realizó el seminario académico del Museo Urbano de Memorias, actividad que buscó reflexionar sobre la museología social y el arte comunitario desde una epistemología multidisciplinaria nacional e internacional. Al evento asistieron 331 personas y contó con la presencia de nueve ponentes y experiencias.



Seminario académico en  
**MUSEOLOGIA SOCIAL**  
Y PRÁCTICAS ARTÍSTICAS COMUNITARIAS



**VIERNES**  
5 de mayo de 2023

8:00 A.M.  
5:00 P.M.

TEATRO MAYOR SAN JOSÉ  
UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

**Entrada libre**

Organizan:  


Apoyan:  
  

**Infomes:**

Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño	Fondo Visualto Start	codu@luisamigo.edu.co
Museo Urbano de Memorias	Diana Chirreman Ramos	www.museourbanodememorias.org



## Graduados

El 29 de marzo se realizó el encuentro de graduados del programa de Comunicación Social. El objetivo de este encuentro era el de fortalecer el contacto con los graduados, que conocieran los nuevos espacios de la Universidad, a los directivos, profesores, fortalecer la red de graduados y tener información actualizada. Para los graduados del Programa se realizó la charla: **¿Qué dice el cuerpo sobre lo que no dicen las palabras?**



## Congreso Nacional de Comunicación Afacom 2023


Cuatro profesores del programa participaron en el **V Congreso de Comunicación Afacom**, mirando la comunicación desde las regiones realizado en las universidades del Tolima y la Universidad de Ibagué.

Presentaron ponencias los profesores:

- María Carolina Dávila Llinás. Ejercicios de Investigación formativa en Comunicación y Música.
- Jaime Alberto Rojas Rodríguez. El diálogo, fundamento ético de la paz
- Claudia Teresa Herrera Caicedo. Procesos de construcción de Memoria en Medellín y Antioquia.
- Wilmar Daniel Gómez Monsalve. Periodismo inmersivo en los documentales interactivos.

## • Otros aspectos de la gestión

Como parte del cumplimiento de los objetivos institucionales en el aspecto de Relacionamiento Institucional, el Programa de Comunicación Social realizó y participó en actividades como:

<b>Relacionamiento Interinstitucional</b> 	Proyecto de aula: Nueva Villa de la Iguaná
	Tu Espacio: Relacionamiento con emisoras 35 emisoras comunitarias del departamento.
	Medellín en corto. Seminario académico en museología social y prácticas artísticas comunitarias
	Metro de Medellín: planteamiento de proyecto de intención artística y ruta metodológica sobre el arte urbano en el sistema Metro de Medellín.
	Comfama: activaciones y talleres de la convocatoria Medellín en 100 palabras.
	Periodismo y Medios Alternativos. Proyecto de Mediación del oyente con la emisora La Esquina Radio.
	<b>Invitados eventos 2023-I</b>
	Participación en la Junta de Programación de la emisora comunitaria La Esquina Radio.
	Noticiero radial en emisoras: Zona Radio, Buenaventura Stereo y La Esquina Radio.

## • Informe de prácticas Comunicación Social 1-2023

El semestre académico 1-2023 fue uno de los más satisfactorios en prácticas académicas de Comunicación Social: 234 estudiantes en ejercicio de la profesión (uno de los semestres con más estudiantes con prácticas en desarrollo) y uno de los periodos en los que menos dificultades presentaron los estudiantes con los procesos prácticos y académicos del curso. Algo que permitió que en los comités de prácticas se pudiera aprovechar para, entre otras cosas, destacar las buenas experiencias que estaban demostrando los jóvenes en las organizaciones.

Un semestre en el que se pudo fortalecer los vínculos de prácticas con organizaciones (Eafit, Universidad Pontificia Bolivariana y San Vicente Fundación) en las que se habían presentado dificultades en semestres anteriores e incrementar o mantener el número de estudiantes de Comunicación Social requerido por estas agencias de prácticas en el semestre 2-2023. Esto se hizo con reuniones organizadas con los profesionales encargados de seleccionar a los practicantes para las empresas. Encuentros en los que las partes compartieron oportunidades de mejora y estrategias de aprovechamiento de los practicantes, según el perfil de los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Católica Luis Amigó.

Así mismo, se pudo dar cumplimiento a las actividades del curso como la organización y desarrollo de *Del Saber a la Práctica*, la *Inducción a Prácticas de Comunicación Social* y la estrategia de socialización de las mejores experiencias de prácticas a través de los videos.

<b>Proceso de prácticas de Comunicación Social 1-2023 en cifras</b>	
Estudiantes que realizaron sus prácticas en el semestre 1-2023 (no aplica prácticas de observación, formativas y otras)	234
Estudiantes que realizaron sus prácticas en el semestre 1-2023 (no aplica prácticas de observación, formativas y otras)	211
Estudiantes que realizaron su práctica en modalidad Proyecto Aplicado	21
Estudiantes que realizaron su práctica en modalidad Emprendimiento	2
Estudiantes que realizaron su práctica en modalidad Investigativa	0
Estudiantes que realizaron su práctica en modalidad Social o Comunitaria	0
Estudiantes que realizaron su práctica internacional	0
Número de agencias de prácticas que estuvieron activas en el semestre	151
Estudiantes vinculados formativamente a prácticas profesionales por contrato de aprendizaje tipo Sena	140
Estudiantes vinculados formativamente a prácticas profesionales a través de otros mecanismos:	44
Estudiantes de Comunicación Social que desarrollaron prácticas dentro de la misma Universidad	8
Estudiantes que no recibieron auxilio económico en el desarrollo de sus prácticas profesionales	34
Estudiantes que recibieron auxilio económico en el desarrollo de sus prácticas profesionales	199

Estudiantes vinculados laboralmente durante o después del desarrollo de su práctica profesional este semestre:	12
--	----

**Nota:** Cabe destacar que algunos de nuestros estudiantes realizan prácticas en organizaciones sociales comunitarias y culturales. No obstante, los vínculos formativos (convenios) se realizan en el mismo formato de modalidad empresarial. Esto con el objetivo de garantizar las condiciones óptimas de un proceso de práctica para los estudiantes de Comunicación Social.

### Inducción a prácticas 2-2023

Es importante que los estudiantes de Comunicación Social conozcan todo lo referente a prácticas antes de inscribir y matricular el curso. Razón por la cual, a falta de un curso de pre práctica en el pénsum, la inducción a prácticas es la oportunidad de brindar, de forma resumida y directa, información que propicie la óptima inserción de los jóvenes a los diferentes escenarios de prácticas. Encuentro que además ayuda a reducir las dificultades que puedan tener los estudiantes en sus procesos de prácticas, permite una participación efectiva de los aspirantes en los diferentes procesos de selección que se ofertan y preparara a los jóvenes en relación con los tipos de prácticas y vínculos formativos.

### Del Saber a la Práctica 1-2023

Como es habitual durante cada semestre académico, se realizó Del Saber a la Práctica, jornada académica que tiene como propósito desarrollar una temática de interés para los estudiantes en práctica de Comunicación Social. Para esta versión se invitó a Diego Canaval, estudiante del programa y cooperador de una practicante en su empresa Grupo Canaval, para que compartiera su experticia en comunicación no verbal, y un practicante y a su cooperadora en la Universidad Eafit para que hablaran de las comunicaciones para las marcas.

### Videos de socialización de prácticas de Comunicación Social 1-2023

Dentro de los objetivos académicos de los cursos de prácticas –y como estrategia para divulgar lo que hacen los jóvenes en las empresas– se desarrolló una estrategia de redes, de los que se destacan:

Practicantes	Empresa	Enlace
Simón García	Eutelco	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=UhhHE8WByPE">https://www.youtube.com/watch?v=UhhHE8WByPE</a>
Mariana Peña y Estefanía Yepes	Club Atlético Nacional	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=aA4gB2ndvNM">https://www.youtube.com/watch?v=aA4gB2ndvNM</a>
Santiago Vanegas	Original Rider	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=3rMAOsa5ITk">https://www.youtube.com/watch?v=3rMAOsa5ITk</a>
Estefanía Vidal	TeleVID	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=KV58V5LOvBA">https://www.youtube.com/watch?v=KV58V5LOvBA</a>

Vanessa Zapata	Centro de Prácticas de la Alcaldía de Medellín	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=mrsSv6hloJU">https://www.youtube.com/watch?v=mrsSv6hloJU</a>
----------------	---	---

# Programa de Diseño Gráfico

- **Docencia**

## **Asuntos docentes**

### **Proyecto Educativo del Programa (PEP)**

En el desarrollo del proyecto, se llevó a cabo una revisión exhaustiva del PEP del año 2018, con el propósito de actualizar la información y ajustar el programa al proceso de registro calificado del año 2022. Esta revisión histórica permitió identificar tanto las fortalezas como las áreas de mejora del programa a lo largo de los años.

### **Prospectiva del Programa**

En esta etapa del proyecto, se reconstruyeron los lineamientos epistemológicos y ontológicos que sustentan los nuevos resultados de aprendizaje y competencias del diseñador de la Universidad Católica Luis Amigó. Estos lineamientos se fundamentan en el enfoque del Diseño Social y se basan en las reflexiones del International Council of Design (ICoD) y la Red Académica en Diseño (RAD), asegurando una formación actualizada y pertinente.

### **Interdisciplinariedad y Actualización del Currículo**

Se planteó la incorporación de enfoques interdisciplinarios en el currículo del programa de Diseño Gráfico, tomando en consideración las rubricas de evaluación avanzadas por la docente Verónica Morales. Estas rubricas permiten evaluar de manera integral el desempeño y conocimiento de los estudiantes, promoviendo una formación integral y actualizada.

### **Resultados de Aprendizaje: Competencias y Resultados de Aprendizaje**

En colaboración con los docentes del programa, se elaboraron y socializaron las nuevas competencias y resultados de aprendizaje que se espera que los estudiantes adquieran durante su formación en Diseño Gráfico. Estos fueron validados con el departamento de Pedagogía de la Universidad, asegurando la calidad y coherencia del proceso de enseñanza-aprendizaje.

A continuación, se anexan los resultados de aprendizaje creados en los meses de Junio – Julio y los cuales serán los que registrarán para el direccionamiento del programa.

Competencia	Resultado de aprendizaje	Indicador	Curso
Construye proyectos de diseño gráfico mediante la implementación de las distintas etapas conceptuales propias de la disciplina.	Desarrollar la conceptualización del diseño durante las etapas de referenciación, reflexión, análisis e ideación en la creación del proyecto gráfico.	Demostración de las etapas de conceptualización.	Taller de Diseño Básico. Nivel 1  Taller de Señalética. Nivel 5  *PID
Implementa metodologías proyectuales para la creación gráfica de acuerdo con las tendencias del mercado a través del uso de herramientas.	Desarrollar procesos proyectuales permitiendo la generación de productos de diseño originales en el contexto nacional e internacional.	Metodología propia del proyecto (Rúbrica)  Cumplimiento de los parámetros establecidos (Rúbrica)	Taller de Identidad Visual y Branding. Nivel 3 Taller de Campaña Digital. Nivel 7 *Trabajo de Grado *Saber Pro *PID
Aplica habilidades comunicacionales propias del diseño gráfico, para expresar ideas de manera clara y coherente.	Demostrar habilidades comunicacionales mediante la argumentación final de los productos gráficos de acuerdo a los canales de difusión establecidos.	Capacidad argumentativa oral y escrita	Redacción y ortografía. Nivel 2  Taller de Tipografía. Nivel 2 Investigación en diseño. Nivel 7 *PID
Construye proyectos de diseño gráfico mediante el uso de herramientas digitales con conocimientos avanzados de métodos de prototipado.	Construir productos de diseño gráfico implementando herramientas digitales de acuerdo a la finalidad del proyecto.	Dominio de herramientas digitales	Taller de Diseño Editorial. Nivel 4 Diseño y Desarrollo web. Nivel 4 Taller de Empaques. Nivel 6 *PID

### Proyecto Integrador de Diseño (PID)

El Proyecto Integrador de Diseño (PID) tiene como objetivo articular y dar línea a todas y cada una de las asignaturas que componen el programa de Diseño Gráfico.

Para el semestre 2023-2, ya se diseñó y socializó el PID con todos los docentes del programa de Diseño Gráfico. El proyecto se estructuró por semestres, abordando temas específicos en cada nivel:

#### Nivel 1: Entornos locales de ciudad

**Objetivo:** Conceptualización y desarrollo de un evento de ciudad donde se tome un referente geográfico de entornos barriales o espacios icónicos los cuales se puedan potencializar desde la producción gráfica, para así lograr una mayor visualización y apertura en el entorno de ciudad.

**Taller Central**

- **Taller de Diseño Básico**

Curso Integrador	Proceso	Curso que aporta al PID	Resultado de Aprendizaje al que apunta
<b>Taller de Diseño Básico</b>	Conceptualización (Investigación - Brief) y redacción.	Historia del Diseño Geometría y Proyecciones Geometría y Proyecciones I Dibujo Expresivo	Desarrollar la conceptualización del diseño durante las etapas de referenciación, reflexión, análisis e ideación en la creación del proyecto gráfico.
	Producción de Imágenes	Diseño Vectorial	Construir productos de diseño gráfico implementando herramientas digitales de acuerdo a la finalidad del proyecto.
	Desarrollo del proyecto y sustentación final.	Diseño Vectorial Taller de Diseño Básico	Demostrar habilidades comunicacionales mediante la argumentación final de los productos gráficos de acuerdo a los canales de difusión establecidos.
<b>Nota:</b> El resultado del aprendizaje: <i>Desarrollar procesos proyectuales permitiendo la generación de productos de diseño originales en el contexto nacional e internacional</i> , es transversal a todos los procesos, por lo tanto, se evalúa de forma permanente.			

**Nivel 2: Entornos locales de ciudad**

**Objetivo:** Conceptualización, producción y difusión de “Tipos” los cuales se llevarán a un entorno local. Dichos tipos serán modelados e intervenidos con ilustraciones y técnicas propias del diseño.

**Taller Central:**

- **Taller de Tipografía (Pensum Actual)**
- **Tipografía (Pensum Antiguo)**

Curso Integrador	Proceso	Curso que aporta al PID	Resultado de Aprendizaje al que apunta
<b>Taller de Tipografía Tipografía</b>	Conceptualización (Investigación - Brief) y redacción.	Dibujo II Teoría del color Redacción y ortografía	Desarrollar la conceptualización del diseño durante las etapas de referenciación, reflexión, análisis e ideación en la creación del proyecto gráfico.



		Teoría de la percepción	
	Producción de Imágenes	Fotografía Básica Digital Diseño Vectorial Imagen Digital	Construir productos de diseño gráfico implementando herramientas digitales de acuerdo a la finalidad del proyecto.
	Desarrollo del proyecto y sustentación final.	Geometría y Proyección II Diseño Vectorial Taller de Tipografía	Demostrar habilidades comunicacionales mediante la argumentación final de los productos gráficos de acuerdo a los canales de difusión establecidos.
<p><b>Nota:</b> El resultado del aprendizaje: <i>Desarrollar procesos proyectuales permitiendo la generación de productos de diseño originales en el contexto nacional e internacional</i>, es transversal a todos los procesos, por lo tanto se evalúa de forma permanente.</p>			

### Nivel 3: Proyectos y organizaciones de la ciudad

**Objetivo:** Creación de manual de identidad visual y branding para el diseño o rediseño de una marca real, implementando el enfoque de diseño social del programa.

#### Taller Central:

- Taller Identidad Visual y Branding (Pensum Actual)
- Diseño de identidad Corporativa (Pensum antiguo)

Curso Integrador	Proceso	Curso que aporta al PID	Resultado de Aprendizaje al que apunta
Taller Identidad Visual y Branding. Diseño de identidad corporativa.	Conceptualización (Investigación - Brief) y redacción.	Teoría de la Percepción  Comunicación Digital	Desarrollar la conceptualización del diseño durante las etapas de referenciación, reflexión, análisis e ideación en la creación del proyecto gráfico.

	Producción de Imágenes	Imagen Digital  Fotografía Básica  Fotografía Digital Avanzada	Construir productos de diseño gráfico implementando herramientas digitales de acuerdo a la finalidad del proyecto.
	Desarrollo del proyecto y sustentación final.	Edición Digital  Taller Identidad Visual y Branding.  Diseño de identidad corporativa	Demostrar habilidades comunicacionales mediante la argumentación final de los productos gráficos de acuerdo a los canales de difusión establecidos.

**Nota:** El resultado del aprendizaje: *Desarrollar procesos proyectuales permitiendo la generación de productos de diseño originales en el contexto nacional e internacional*, es transversal a todos los procesos, por lo tanto, se evalúa de forma permanente.

#### Nivel 4: Proyectos y organizaciones de la ciudad

**Objetivo:** Creación de una revista donde se conceptualice, desarrolle y difunda temas culturales propios de proyectos y organizaciones de ciudad que aporten al crecimiento cultural y así implementar el enfoque de diseño social del programa.

#### Taller Central:

- **Diseño Editorial**

Curso Integrador	Proceso	Curso que aporta al PID	Resultado de Aprendizaje al que apunta
<b>Diseño Editorial</b>	Conceptualización (Investigación - Brief) y redacción.	Semiología de la imagen	Desarrollar la conceptualización del diseño durante las etapas de referenciación, reflexión, análisis e ideación en la creación del proyecto gráfico.
	Producción de Imágenes	Fotografía Publicitaria	Construir productos de diseño gráfico implementando herramientas digitales de acuerdo a la finalidad del proyecto.
	Desarrollo del proyecto y sustentación final.	Edición Digital Diseño Editorial	Demostrar habilidades comunicacionales mediante la argumentación final de los productos gráficos de acuerdo a los canales de difusión establecidos.

**Nota:** El resultado del aprendizaje: *Desarrollar procesos proyectuales permitiendo la generación de productos de diseño originales en el contexto nacional e internacional*, es transversal a todos los procesos, por lo tanto, se evalúa de forma permanente.

#### Nivel 5: Marcas y clientes reales de la ciudad

**Objetivo:** Trabajo con cliente real donde se propone la señalética inclusiva para espacios comerciales y empresariales

#### Taller Central:

- Señalética

Curso Integrador	Proceso	Curso que aporta al PID	Resultado de Aprendizaje al que apunta
Señalética	Conceptualización (Investigación - Brief) y redacción.	Teoría de la Comunicación	Desarrollar la conceptualización del diseño durante las etapas de referenciación, reflexión, análisis e ideación en la creación del proyecto gráfico.
	Producción de Imágenes	Preprensa Digital Diseño de Web	Construir productos de diseño gráfico implementando herramientas digitales de acuerdo a la finalidad del proyecto.
	Desarrollo del proyecto y sustentación final.	Preprensa Digital Diseño de Web Señalética	Demostrar habilidades comunicacionales mediante la argumentación final de los productos gráficos de acuerdo a los canales de difusión establecidos.

**Nota:** El resultado del aprendizaje: *Desarrollar procesos proyectuales permitiendo la generación de productos de diseño originales en el contexto nacional e internacional*, es transversal a todos los procesos, por lo tanto, se evalúa de forma permanente.

#### Nivel 6: Marcas y clientes reales

**Objetivo:** Realizar a un cliente real el empaque de su producto y la producción multimedia para su difusión y así poder potencializar la marca.

#### Taller Central:

- Diseño de Empaques

Curso Integrador	Proceso	Curso que aporta al PID	Resultado de Aprendizaje al que apunta
------------------	---------	-------------------------	--

<b>Diseño de Empaques</b>	Conceptualización (Investigación - Brief) y redacción.	Costos y presupuestos	Desarrollar la conceptualización del diseño durante las etapas de referenciación, reflexión, análisis e ideación en la creación del proyecto gráfico.
	Producción de Imágenes	Producción Audiovisual Diseño de Multimedia	Construir productos de diseño gráfico implementando herramientas digitales de acuerdo a la finalidad del proyecto.
	Desarrollo del proyecto y sustentación final.	Producción Audiovisual Diseño de Multimedia Diseño de Empaques	Demostrar habilidades comunicacionales mediante la argumentación final de los productos gráficos de acuerdo a los canales de difusión establecidos.
<b>Nota:</b> El resultado del aprendizaje: <i>Desarrollar procesos proyectuales permitiendo la generación de productos de diseño originales en el contexto nacional e internacional</i> , es transversal a todos los procesos, por lo tanto, se evalúa de forma permanente.			

#### Nivel 7: Mudi y Sextante

**Objetivo:** En el marco de la realización de los eventos académicos Mudi y Sextante el PID tendrá como finalidad realizar la logística y ejecución de dichos eventos.

**NOTA:** *En el Nivel 7 y 8 se trabajará de manera articulada con el mismo objetivo ya que cada uno de los proyectos integradores complementa al otro.*

**Taller Central:**

- **Administración y Promoción de Eventos**

Curso Integrador	Proceso	Curso que aporta al PID	Resultado de Aprendizaje al que apunta
<b>Administración y promoción de eventos</b>	Conceptualización (Investigación - Brief) y redacción.	Retórica de la Imagen Legislación	Desarrollar la conceptualización del diseño durante las etapas de referenciación, reflexión, análisis e ideación en la creación del proyecto gráfico.
	Producción de Imágenes	Edición y animación 2D y 3D	Construir productos de diseño gráfico implementando herramientas digitales de acuerdo a la finalidad del proyecto.

	Desarrollo del proyecto y sustentación final.	Edición y animación 2D y 3D  Administración y promoción de eventos	Demostrar habilidades comunicacionales mediante la argumentación final de los productos gráficos de acuerdo a los canales de difusión establecidos.
--	---	--	---

**Nota:** El resultado del aprendizaje: **Desarrollar procesos proyectuales permitiendo la generación de productos de diseño originales en el contexto nacional e internacional**, es transversal a todos los procesos, por lo tanto se evalúa de forma permanente.

Curso Integrador	Proceso	Curso que aporta al PID	Resultado de Aprendizaje al que apunta
<b>Campaña Publicitaria</b>	Conceptualización (Investigación - Brief) y redacción.	Diseño y Contexto  Investigación en Diseño  Mercadeo e Investigación	Desarrollar la conceptualización del diseño durante las etapas de referenciación, reflexión, análisis e ideación en la creación del proyecto gráfico.
	Producción de Imágenes	N/A	Construir productos de diseño gráfico implementando herramientas digitales de acuerdo a la finalidad del proyecto.
	Desarrollo del proyecto y sustentación final.	Creación de empresas  Campaña Publicitaria	Demostrar habilidades comunicacionales mediante la argumentación final de los productos gráficos de acuerdo a los canales de difusión establecidos.

**Nota:** El resultado del aprendizaje: **Desarrollar procesos proyectuales permitiendo la generación de productos de diseño originales en el contexto nacional e internacional**, es transversal a todos los procesos, por lo tanto se evalúa de forma permanente.

Cada docente, desde su área de enseñanza, acompañará y apoyará el desarrollo del PID correspondiente al semestre en el cual esté dictando sus asignaturas.

#### Asuntos estudiantiles

### Perfiles de Ingreso y Egreso

Los perfiles de ingreso y egreso del programa de Diseño Gráfico fueron actualizados en concordancia con las políticas institucionales del PEI del 2022 y los lineamientos

internacionales del diseño gráfico, tales como Redes y Congresos temáticos Internacionales. Los perfiles ahora reflejan las competencias y habilidades necesarias para formar a un diseñador de la Universidad Católica Luis Amigó acorde con las tendencias y estándares internacionales del campo.

## **Autoevaluación**

Para el programa de Diseño Gráfico, es de suma importancia realizar seguimiento al proceso de autoevaluación. Durante el presente año, se ha llevado a cabo un meticuloso trabajo en el plan de Autoevaluación, revisando, analizando y evaluando los aspectos trazados en dicha autoevaluación, con el apoyo del equipo primario.

Se ha dedicado tiempo de trabajo para revisar las falencias y virtudes del programa, con el propósito de reajustar y desarrollar estrategias que permitan su mejoramiento y crecimiento. Como hallazgos principales, se destacan los aspectos de los resultados de aprendizaje, internacionalización y graduados como puntos importantes a fortalecer dentro del programa, ya que se encontraron falencias que están siendo potenciadas y a las cuales se está otorgando mayor importancia.

## **PMMI**

El análisis y desarrollo llevado a cabo por el Programa de Diseño Gráfico en relación con el Plan de Mejoramiento del Modelo Educativo (PMMI). Mediante un minucioso proceso de recolección de evidencias y análisis exhaustivo, se han identificado hallazgos significativos que han sido tomados en consideración para impulsar la mejora continua del programa. El objetivo principal es optimizar los resultados obtenidos y garantizar el cumplimiento satisfactorio de los lineamientos requeridos, en aras de proporcionar una formación de calidad a todos los aspectos vinculados con el mismo.

### **Proceso de Análisis y Recolección de Evidencias**

El Programa de Diseño Gráfico llevó a cabo un proceso sistemático de análisis y recolección de evidencias. Se implementaron diversas estrategias y metodologías para obtener datos relevantes que permitieran evaluar el desempeño y la efectividad del programa en función de los objetivos planteados en el PMMI.

### **Hallazgos Significativos:**

Los resultados del análisis arrojaron hallazgos significativos, destacando los siguientes puntos clave:

**Necesidad de Actualización Curricular:** Se identificó la necesidad de actualizar el currículo del programa para adaptarse a los cambios en la industria y mantenerse relevante en un entorno altamente dinámico y competitivo.

**Mejora de Recursos Tecnológicos:** Se constató que es esencial mejorar y modernizar los recursos tecnológicos utilizados en el programa, a fin de

proporcionar a los estudiantes las herramientas adecuadas para enfrentar los desafíos actuales del campo del diseño gráfico.

**Fortalecimiento de la Formación Práctica:** Se observó que fortalecer la formación práctica y la vinculación con la industria es fundamental para preparar a los estudiantes de manera integral y facilitar su inserción en el mercado laboral.

#### **Plan de Mejoramiento Continuo:**

Con el propósito de abordar los hallazgos identificados, se ha diseñado un Plan de Mejoramiento Continuo que se implementará a partir del presente año en curso. Este plan se enfoca en las siguientes áreas clave:

**Actualización Curricular:** Se establecerá un equipo multidisciplinario de docentes y expertos del campo para revisar y actualizar el plan de estudios, incluyendo nuevos contenidos y enfoques pedagógicos que reflejen las tendencias y avances en el diseño gráfico.

**Infraestructura y Recursos Tecnológicos:** Se realizará una inversión para adquirir equipos y software de última generación, proporcionando a los estudiantes un entorno de aprendizaje más adecuado y acorde con las exigencias del mercado.

**Alianzas con la Industria:** Se establecerán convenios y alianzas estratégicas con empresas y profesionales del diseño gráfico, con el objetivo de fomentar la participación activa de los estudiantes en proyectos reales y prácticas profesionales.

## **Extensión y Proyección Social**

### **Informe de Prácticas Diseño Gráfico 2023\_1**

**Envío portafolios y hojas de vida para la participación de las convocatorias empresariales en Diseño Gráfico.**

Se realizó el envío de portafolios y hojas de vida a las diferentes convocatorias que llegaba o se buscaban desde la coordinación de prácticas. Se remitieron 41 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.

En un promedio de 80 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 2023- 02 a la vez.

#### **Comités de Prácticas de Diseño Gráfico**

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 cuatro docentes asesores, el director del programa y el decano como representante auditor, del equipo principal. Se realizaron cuatro comités durante el semestre, donde se abarcan los siguientes puntos por fecha.

En este periodo de 2023-01 el total de estudiantes matriculados en prácticas son:  
Prácticas No. 1 = 36 y Prácticas No. 2 = 48, para un total 84

### **Grupos de interés**

- **Imagen Popular:** Grupo de interés del programa de Diseño Gráfico, desarrollado por la docente Verónica Morales Gaviria. Se ha centrado este semestre 2023-1 en la construcción de fichas fotográficas durante recorridos y salidas de campo efectuados en compañía de los estudiantes. Con esta actividad se propone construir métricas que acompañen el ejercicio investigativo de la docente y de material para el ejercicio tipográfico que se realizará con los estudiantes que participan.

- **Cultura Material:** Grupo de interés del programa de Diseño Gráfico liderado por el docente Mauricio Mesa Jaramillo, el cual trabaja en función de la reconstrucción de los tejidos de memoria social mediante los objetos y la apreciación de los mismos. Su metodología de trabajo se centra en salidas de campo pedagógicas dentro de la ciudad de Medellín y la curaduría de objetos cotidianos, que expliquen las acciones de consumo de la ciudad, y proyecten los entornos culturales de la región en función del diseño.

- **Docugrafía:** Grupo de interés del programa de Diseño Gráfico, su temática se centra en el análisis cartográfico ficcional de la construcción de representaciones ficticiales de territorios basados en obras literarias. El Grupo está liderado por el docente Daniel Bustamante Baena. Actualmente, se desarrolla un mapa rediseñado sobre el espacio arquitectónico amigoniano en función de la obra Harry Potter, donde se construyen cartografías que simulan las presentadas en la literatura en convergencia con la Universidad Católica Luis Amigó. El ejercicio se plantea con la intención de expandir el entendimiento de la literatura y mejorar las capacidades creativas de los estudiantes.



# Programa de Publicidad

## Asuntos estudiantiles

Durante el semestre 1 de 2023 el Programa tuvo el siguiente comportamiento en cifras de estudiantes del programa de Publicidad:

Estudiantes nuevos	30
Estudiantes antiguos	313
Estudiantes totales	22
Graduados	343

## Asuntos docentes

En cuanto a la planta docente el programa contó con la siguiente planta docente

Tiempo completo (indefinido, calendario y académico)	5
Tiempo completo semestre académico	8
Medio tiempo semestre académico	2
Cátedra	2
Total docentes	17

Evaluación de docentes en promedio- 4.51

## Actualización del PEP

Durante el primer semestre se realizó una revisión teórica sobre los fundamentos de la Publicidad social y el diseño de los instrumentos para la recolección de información por parte de los diferentes públicos que tiene el programa. Esta información nos permitirá analizar la DOFA y generar diálogos para la actualización de dichos aspectos en el PRP del programa.

## Procesos Curriculares

Dentro de los aspectos curriculares del programa, una de las tareas de mejora, fue la actualización de los resultados de aprendizaje del programa, respondiendo a los requerimientos del Ministerio de Educación en el Decreto 1330. Inicialmente contábamos con 12 resultados de aprendizaje y este semestre, en compañía del

Departamento de Innovación Pedagógica, tenemos 5 resultados de aprendizaje que responden a las dinámicas y procesos de formación de los estudiantes:

1. Analizar mediante el pensamiento crítico las tendencias, relaciones y fenómenos sociales a partir de los mercados y del comportamiento de segmentos, para la formulación de mensajes más persuasivos, oportunos, veraces y responsables.
2. Establecer rutas estratégicas de gran impacto para la resolución de situaciones y problemáticas de la sociedad, las comunidades, y las culturas desde la publicidad innovadora y creativa, enfocadas en el logro de objetivos y metas en los ámbitos comerciales y sociales.
3. Formular proyectos publicitarios desde un enfoque creativo a partir de la conceptualización y planeación estratégica en los medios de comunicación digitales, tradicionales (ATL-BTL) y vanguardistas, con impactos positivos en los escenarios sociales, económicos, ambientales y culturales.
4. Ejecutar proyectos, eventos y campañas publicitarias con propósitos de transformación desde los ámbitos comercial, social o propagandístico, acordes al contexto mediático y cultural, que impulsen el fortalecimiento de las marcas y el éxito de las empresas como entes dinámicos y responsables en el mercado.
5. Determinar criterios de evaluación y medición en la ejecución de campañas publicitarias mediante lineamientos de seguimiento y retroalimentación del comportamiento, para el análisis del impacto generado a partir de los objetivos comerciales o sociales planteados en las estrategias empresariales.

Dentro de las actividades de mejora y retroalimentación con los estudiantes, docentes, graduados y sector externo del programa, en el aula de clase, surgieron los siguientes proyectos aula con empresas y entidades reales del medio:

PROYECTO AULA	EMPRESA	OBJETIVO Y RESULTADOS
CURSO: Identidad e imagen corporativa: Taller central  Docente: Aura Florián	Coordinación de emprendimientos – Alcaldía de San Pedro de Los Milagros	OBJETIVO: Desarrollar manuales de marca (brand book) para los diferentes emprendimientos del municipio. Asesoría y acompañamiento en la creación de brand board y propuestas de identificadores visuales.  RESULTADO: Doce (12) identificadores de acuerdo al brand board desarrollado para los diferentes emprendimientos pertenecientes al municipio de San Pedro de los Milagros.
CURSO: Conceptualización de campañas publicitarias  DOCENTE: Ricardo Sierra Avendaño	Poliseguros	OBJETIVO: Conceptualizar de una campaña que incluya elementos de marketing de emociones  RESULTADOS: Se desarrolló un kit de souvenir para la marca enfocado en el marketing de emociones.

CURSO: Conceptualización de campañas publicitarias  DOCENTE: : Ricardo Sierra Avendaño	Cirujano Jhon Orlas Balir	OBJETIVO: Desarrollar una propuesta de campaña que integre reconocimiento de marca.  RESULTADOS: Se presentaron planes estratégicos de marca, que vincularan lo social y comercial de la marca.
CURSO: Campaña de bien social  DOCENTE: Ricardo Sierra Avendaño	Batallón de acción integral	OBJETIVO: Proponer una campaña integral de posicionamiento de las acciones sociales del Batallón de Acción Integral.  RESULTADOS: Entrega de un plan estratégico enfocado en el posicionamiento de la marca, enfocado en las acciones sociales del Batallón.
CURSO: Marketing Digital  DOCENTE: Lina María Martínez	Viva Colors	OBJETIVO: proporcionar a los estudiantes una experiencia práctica en el campo del marketing digital, aplicando los conocimientos adquiridos en clase y utilizando las últimas tendencias del medio.  RESULTADOS: Los estudiantes implementaron durante el semestre estrategias y tácticas que aumentarían el reconocimiento de la marca.
CURSO: Grupo de interés Nativos y Leones  DOCENTE: Andrés Álvarez y Juan Camilo Ortiz	Fundación Carla Cristina	OBJETIVO: Realizar una campaña para aumentar las ventas y difusión de su producto Mounstro Terapia.  RESULTADOS: Se desarrollo la campaña del producto Mounstro terapia para para promover la educación en las emociones de niños y la concientización sobre la inteligencia emocional.

## Innovación

El programa de Publicidad cada año lanza nuevas electivas para ampliar las opciones de formación académica que nos permitan estar a la vanguardia del medio. Dentro de las electivas nuevas están:

CURSO ELECTIVO	DESCRIPCIÓN
----------------	-------------

Responsabilidad Social Empresarial	La RSE genera la posibilidad de conectar la publicidad a la planeación estratégica de las organizaciones definiendo además estrategias y tácticas direccionadas a comunidades y sociedades justas, responsables y sostenibles.
Comunicación Estratégica	Parte del análisis y reflexión del contexto para la aplicación de estrategias que busquen la generación de vínculos armónicos y positivos de las organizaciones con su entorno cultural, político y social teniendo en cuenta sus intereses.
Marca Global	Este curso define los contextos internacionales desde el estudio del consumidor, donde una de las bases para tener una estrategia óptima, es conocer las conexiones que puede generar la marca en la mente del consumidor de otros países.
Publicidad y Cuarta Revolución	Curso determinante para la comprensión y aplicación de estrategias compartidas entre la publicidad y conceptos de tecnología como: el internet de las cosas, inteligencia artificial, realidad virtual y realidad aumentada, automatización, entre otros conceptos y su base en la resolución de problemas de la sociedad.

## Internacionalización

La función sustantiva de internacionalización en el programa de Publicidad ha sido un aspecto clave ya que ha permitido desarrollar actividades y eventos que han impactado positivamente a los estudiantes, docentes y comunidad académica en general, convirtiéndose en una estrategia indispensable para formar profesionales competitivos y dinámicos en el campo publicitario.

Esta función no solo permite procesos de intercambio y/o movilidad entre docentes y estudiantes sino también el relacionamiento entre organizaciones, empresas y entidades públicas o privadas, las cuales aportan a los procesos de aprendizaje y profesionalización y al desarrollo de habilidades interculturales, con visión global, permitiendo que estudiantes y docentes se adapten a las tendencias del medio y su relación en el contexto en el que se encuentran. Dentro de las actividades que el programa realizó están:

**Clase Espejo:** durante todo el semestre 2023-1, se llevó a cabo el Taller “Puesta a Punto”, que se desarrolló de forma híbrida, y en los cuales participaron docentes del programa de Publicidad, egresados e invitados externos. Estos talleres tuvieron como objetivo actualizar y conocer las experiencias, actividades y tendencias de propios y externos que ocurren en el mundo publicitario y su impacto en el medio. Adicionalmente fue organizado como clase espejo con la Fundación Universitaria Digital de Antioquia – IU Digital, contando con la asistencia de estudiantes de forma virtual de todo el país. Durante el evento se tuvieron 16 invitados empresarios de la

ciudad de Medellín visitando la Universidad y 68 estudiantes de la IU DIGITAL a nivel Nacional en forma virtual.

## Movilidad

En el marco de los eventos realizados durante el 2023-1, se tuvieron las siguientes movilidades de invitados y asistentes a la Universidad:

FECHA	INVITADO	TIPO DE MOVILIDAD
4 de marzo	Martín Delgado – Publicista	Regional
11 de marzo	Alejandra Tabares – Publicista	Regional
18 de marzo	David Sierra, Sebastián García, Gerardo Giraldo	Regional
25 de marzo	Brenda Meza Rivera – Especialista en insights	Regional
1 de abril	Diana Múnera – Gerente de Colorin Amigurumis Laura Henao – Graduada programa de Publicidad	Regional
22 de abril	María Adelaida Trochez – Negociadora internacional	Nacional
29 de abril	Julián David Jaramillo – Publicista Carlos Andrés Villa – Egresado de Publicidad Andrés Porras – Publicista DDB	Regional
6 de mayo	Juliana Solán – Maquilladora profesional y tallerista (Egresada) Andrés Agudelo – Comunicador Audiovisual	Regional
20 de mayo	Cristian Méndez (wunderman Thompson)	Regional
27 de mayo	Sergio Monsalve	Regional
17 de marzo	Juan Guzmán – Creative Director We Believers	Internacional
20 de abril	Daniel Sánchez – director de Mercadeo de Cinemas Procinal	Regional

Adicionalmente, en el marco del proyecto de investigación "Publicidad y Comunicación. Construcción de la Identidad Cultural en la Zona Norte de Antioquia. Caso San Pedro de los Milagros". Se realizó una visita guiada por la Alcaldía de San Pedro de los Milagros para algunos de los docentes del Programa de Publicidad, realizando una movilidad de 15 docentes al municipio.



- **Intercambio Académico:** La estudiante Laura Macías del sexto semestre de Publicidad realizó un intercambio académico a la Universidad Católica de Salta en Argentina. En donde tuvo la oportunidad de ver cursos como marketing social y político, comunicaciones comerciales, comunicación digital y pensamiento y producción creativa.

## Extensión y Proyección Social

Las actividades que se realizaron desde Extensión en el Programa de Publicidad fueron direccionadas desde aspectos académicos y formativos:

- **Semillero de 10 y 11- Estrategia publicitaria:** se contó con la participación de 33 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.
- **Puesta a Punto. Taller Publicitario:** su objetivo fue brindar una experiencia de revisión conceptual, teórico práctica en tiempo real y con docentes e invitados altamente calificados. Con ejercicios prácticos y espacios de conversación profesional para que los asistentes puedan llenar sus vacíos conceptuales y mejorar su experiencia de aprendizaje en el área de la publicidad.

The flyer features the logo of Universidad Católica Luis Amigo at the top. The main title 'Puesta a punto' is in large, bold, orange and white letters, with 'Taller publicitario' below it. A central graphic shows a target symbol. Text on the flyer includes: 'Un espacio para reforzar los conceptos principales de la publicidad y así fortalecer tu preparación para el mundo laboral.' and 'Informes: dir.publicidad@amigo.edu.co @publicidad\_luisamigo'. A sidebar on the right lists dates, times, and contact information. At the bottom, there is a photograph of a classroom full of students sitting at desks, facing a screen.

UNIVERSIDAD CATÓLICA  
LUISAMIGO

# Puesta a punto

## Taller publicitario

Un espacio para reforzar los conceptos principales de la publicidad y así fortalecer tu preparación para el mundo laboral.

Informes:  
dir.publicidad@amigo.edu.co  
@publicidad\_luisamigo

Del 04 de marzo al 03 de junio  
Sábados de 7:00 a.m. a 11:00 a.m.  
Presencial: Bloque 1-404  
Virtual: Plataforma Zoom  
Docentes y egresados del programa de Publicidad e invitados de empresas y agencias

- **Charla - Propaganda, Publicidad y Caricatura Política:** Este evento tuvo como objetivo comprender, a partir de la historia de la propaganda, la relación que han sostenido la publicidad y la política en las sociedades humanas desde el análisis de algunos ejemplos visuales y su contexto. Se realizó el 17 de mayo de 2023 por Mg. Andrés Escobar Vásquez y Mg. Mauricio Montoya Vásquez (filósofo, historiador).



- **Evento MATCH Experiencias:** Es un evento que busca llevar la creatividad y los sentidos de las personas al siguiente nivel, dejando que cada participante construya su propia experiencia. Fue organizado por los estudiantes del curso de eventos de séptimo semestre del programa el 18 de mayo de 2023.



- **Primer Encuentro de Graduados: Parchemos en la U:** Espacio de encuentro entre egresados y docentes donde se reconectan, comparten experiencias y fortalecen relaciones recordando momentos vividos durante su formación académica y los logros alcanzados después de su titulación. Para el desarrollo de este evento, se tuvo como invitado externo a Chicho Arias de Monólogos sin propina y se realizó el martes 23 de mayo en el Teatro Mayor San José, y se invitó a toda la comunidad académica a participar del show principal.



- **Charla: Creer para crear. Creación de Contenido por y para el Público:** Charla para estudiantes del programa de Publicidad y Facultad en general en donde se conversó sobre el proceso de ideación y creación de contenido según el público objetivo. Este evento fue organizado por el Grupo de Interés NADtivos el 17 de marzo y el invitado principal fue Juan Guzmán, director creativo / we Believers / Instructor Miami Ad School.



- **Grupos de interés:** En el programa de Publicidad, contamos con dos grupos de interés:
  - **NADTIVOS:** Es un grupo de interés liderado por el docente Andrés Álvarez, en donde se trabajan temas sobre la actualidad en la publicidad, realizan visitas a las empresas, invitan a los demás estudiantes a charlas y diferentes actividades como los foros de agencias de publicidad, entre otras.



- LEONES: Es un grupo de interés liderado por el docente Juan Camilo Ortiz, en sus encuentros trabajan realizando conversaciones a partir de casos reales de la publicidad en empresas y agencias. Adicionalmente, han realizado proyectos aula con fundaciones, para afianzar en los estudiantes sus conocimientos aplicados a las realidad.

## Investigación

### Grupo de Investigación Urbanitas

#### Semilleros de investigación

En la actualidad contamos con 7 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 2023 la Coordinación del **Semillero Estrategos** del Programa de Comunicación Social, a cargo de la Profesora Patricia Ibarra Vásquez, realizó convocatoria y se invitó posteriormente a una reunión informativa. Adicionalmente se definió una temática para abordar el semestre 2023-II: *Estado del arte de los estudios relacionados con el comunicador corporativo y su gestión en el contexto de la reputación corporativa en la era postpandemia.*

El Semillero de Periodismo y Literatura, **Liteperiodismo**, también del Programa de Comunicación Social, orientado por el docente Marcos Fidel Vega Señá, realizó convocatoria y primeros encuentros donde se definieron posibles temáticas de investigación y acción para 2023 – 2.

Por su parte, el **Semillero Émico**, del Programa de Diseño Gráfico, está liderado por el docente Andrés Naranjo Ortiz. El semillero está activo desde el 2014. Desde el semillero se han generado procesos de investigación como fue el caso del proyecto *Marketing cultural como estrategia de promoción para el impulso del consumo responsable en Medellín*, y del proyecto *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.*

En cuanto al Semillero, **Forma Diseño**, del Programa de Diseño Gráfico que coordina la docente Viviana Moreno Villegas, continúa en el proceso de conceptualización para el producto editorial que se presentará en el segundo semestre del 2023. Actualmente se está trabajando en el orden de la línea editorial y en la redacción de los documentos que tendrá la publicación.

Adicionalmente, en el programa de Diseño Gráfico, se inicia con el nuevo semillero **Posgráfica**, que trabaja la imagen como expresión de las problemáticas sociales, en un análisis profundo de los contextos de ciudad.

El Programa de Publicidad cuenta con el Semillero **Geapolis**. Criticidad y análisis de contexto, el cual genera sincronía con asuntos sociopolíticos, que le permitirá a los estudiantes abordar problemáticas y además, contribuir a la formación de profesiones críticos y analista de su contexto. Este semillero está bajo la coordinación del docente Andrés Rico.

Entre las temática de investigación tratados en este espacio se encuentran: Conflicto Armado Interno Colombiano (CAI), Conflictos armados, Nuevas formas de guerra en el espacio cognitivo, la sociedad en red, los mensajes, la posverdad, la opinión pública, lo tecnológico, la guerra informativa, la propaganda y la guerra en integración a la comunicación y la publicidad, Comunicación, tecnología y sociedad, Posverdad, redes sociales y contexto, Geopolítica y asuntos internacionales, Globalización y globalidad.

En el 2023-1 el semillero ha trabajado en la creación de imagen y concepto visual del mismo; en la participación en encuentros académicos con la ponencia "Memoria, un camino para recordar", realizado el 11 de abril en San Vicente Ferrer en el marco de la conmemoración del Día Nacional de Memoria y Solidaridad con las Víctimas del Conflicto, actividad organizada por la Alcaldía de San Vicente Ferrer; y en la consolidación de los temas de interés para abordar por grupos.

Para el segundo semestre van a participar con las siguientes ponencias en IV Congreso Internacional de Ética, Ciencia y Educación a realizarse en Septiembre:

“Construcción de memoria histórica en marcos de Conflicto Armado Interno a partir de la publicidad social: Caso San Vicente Ferrer”

“Información y propaganda en el marco de las guerras híbridas”

### **Proyectos en desarrollo**

Actualmente se están ejecutando (7) proyectos de investigación en la Facultad:

- *Construir memoria: las vivencias durante las protestas sociales de 2021.* Investigadoras: Claudia Teresa Herrera Caicedo (Inv. Ppal), Lina María Rendón López (Coinv)

- *El sistema de creación gráfico de la pieza publicitaria desde los signos representativos de las artes plásticas de la primera mitad del siglo XX.* Investigadores: Viviana Moreno Villegas (Inv. Ppal) y Andrés Naranjo Ortiz (Coinv)
- *La inteligencia artificial aplicada al periodismo de datos. Caso El Colombiano y El País (España)* Investigadores: Wilmar Daniel Gómez Monsalve (Inv. Ppal) y Carlos Andrés Trejos (Coinv)
- *Memorias de la gráfica popular y la rotulación manual en el centro-norte de Medellín* Investigadores: Verónica Morales García (Inv. Ppal)
- *Pertinencia de la Salud Mental Positiva Ocupacional (SMPO) como estrategia de Endomarketing en la organización colombiana* Investigadores: Carlos Andrés Trejos (Inves Ppal) y Deybis Zapata Correa (Coinv)
- *Publicidad y comunicación. Construcción de la identidad cultural en la zona norte de Antioquia. Caso San Pedro de los Milagros.* Investigadores: Jorge Andrés Rico Zapata ((Inves Ppal), Manuel Castrillón Medina (Coinv) y Jimena Isaza Álvarez (Coinv)
- *Polarización y democracia: formulación y distribución de fake news en redes sociales.* Investigadora: Johana Barreneche Corrales

En la siguiente tabla podemos observar el crecimiento en histórico del grupo de investigación. La última medición de MinCiencias se realizó en el año 2021 y actualmente conserva la Categoría A:

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

Fuente: Datos obtenidos del GrupLac de Urbanitas

### Grupo de investigadores activos: 21

Durante el semestre 2023-1 se presentaron a la convocatoria interna de proyectos de la Vicerrectoría de Investigaciones las siguientes propuestas:

#### Programa de Comunicación Social, Medellín.

##### Desde la Línea de Comunicación - Educación:

- Investigación: *Relatos de memoria sonora y visual del obrero de Fabricato y su incidencia en el territorio bellanita*  
Docentes: Marlon Echavarría Rodríguez, Wilmar Daniel Gómez Monsalve
- Investigación: *Macroproyecto Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño. Perspectivas de la comunicación y la cultura para el cambio social*  
Docentes: Elina Londoño Alurralde, María Cristina Pinto Arboleda

- Investigación: *Ética dialógica y participativa: fundamentos epistemológicos en los textos contemporáneos latinoamericanos de la Comunicación para el cambio social*  
Docentes: Jaime Alberto Rojas Rodríguez
- Investigación: *Imaginario sobre la cultura italiana en Medellín y sus relaciones en la cotidianidad*  
Docentes: Claudia Teresa Herrera Caicedo, María Elena Cadavid Ramírez, Manuel Javier Castrillón Medina
- Investigación: *Diálogo de saberes e identificación de necesidades de intervención educomunicativa en San Andrés, Providencia y Santa Catalina. Propuesta participativa con población raizal de la Universidad Católica Luis Amigó*  
Docentes: Manuel Javier Castrillón Medina (Comunicación Social), Johan Sebastián Morales (Diseño Gráfico), Lusi Fernando Duque Restrepo (Comunicación Social Manizales)

#### **Desde la Línea de Comunicación y Ciberculturas:**

- Investigación: *Definición y estandarización del formato microlibro para la conservación de documentos patrimoniales y difusión de contenidos culturales.*  
Docentes: Carlos Suárez Quiceno
- Investigación: *Transmediación en las narrativas sonoras y visuales de la música Oi! En el contexto urbano.* Docentes: Marlon Echavarría Rodríguez y Wilmar Daniel Gómez Monsalve

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

- Investigación: *Narrativas Digitales Crossmedia Transmedia: Diseño de Contenidos Identitarios Sociales en Barrios Periféricos de Medellín.*  
Docentes: Carolina Gómez Chavarriaga y Daniel Bustamante Baena.
- Investigación: *Procesos de diseño en comunidad mediados por inteligencia artificial.* Docentes: Daniel Bustamante Baena y Juan Esteban Ocampo Rendón

#### **Programa de Publicidad**

- Investigación: *Propaganda rusa en redes sociales en Hispanoamérica, a partir del conflicto armado entre Rusia y Ucrania.* Docentes: Carlos Mario Berrio Meneses y Jorge Andrés Rico Zapata.

Durante el semestre 2023-1 se presentó a convocatoria externa (proyectos cofinanciados) el proyecto: *La incidencia de la inteligencia artificial -IA- en la industria publicitaria en Colombia y los programas de formación profesional en esta disciplina.* Docentes: Carlos Mario Berrio Meneses y Jimena Isaza Álvarez. Entidad Cofinanciadora: Universidad Politécnico Grancolombiano.

#### **Comunicación Social, Sede Manizales.**

- Investigación: *Masculinidades contrapuestas: la disputa entre los PUA y los MGTOW en la machosfera* Docentes: Johana Barreneche Corrales y Julián Duque Rojas. Se inscribe en la línea de Comunicación y Ciberculturas.

# Laboratorio de la Facultad

Para el primer semestre del año 2023 el Laboratorio de la Facultad desarrolló las siguientes actividades:

- Plan de trabajo para atención en espacios de laboratorio y solicitudes de apoyo para registros audiovisuales, realización de contenidos y apoyo en eventos académicos, asignación y distribución de horarios, préstamos de equipos y espacios para estudiantes, docentes y administrativos.
- Proceso de renovación de seguros de equipos con el apoyo de la Dirección Administrativa y Financiera.
- Gestiones para el mantenimiento correctivo y preventivo de los equipos del Laboratorio.
- 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. Esto según se iba solicitando en el transcurso del semestre.
- Asesorías a administrativos de otras dependencias en requerimientos audiovisuales.
- Registro audiovisual y apoyo en las inducciones generales a estudiantes nuevos, inducción general a docentes y nuevos estudiantes de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño.
- Recepción de nuevos recursos tecnológicos entre cámaras de video, fotografía, trípodes, luces, switcher y elementos solicitados en los planes de inversión 2022 y 2023
- Reorganización de los espacios de Laboratorios para adecuar el Salón auxiliar como bodega definitiva de los recursos tecnológicos y creación del cuarto de utilería (antigua sala de equipos).
- Reuniones administrativas y de revisión para el desarrollo de la propuesta HiperLab.
- Apoyo en registro y transmisión de eventos académicos

## Eventos

Los eventos destacados se encuentran el desarrollo de nuevas producciones en vivo con transmisiones vía streaming para la institución como en la Feria Exposextante, Lanzamiento de la edición No. 44 del periódico Sextante, grabación de videoclip para el Coro Universitario Vox Et Cantus, registro audiovisual del Tercer Congreso Internacional de Negocios Internacionales, registro para la primera Carrera por la Salud Mental, la producción del Boletín Academicus de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño, al igual que la Segunda Inmersión en Audiovisuales para los estudiantes del programa de Comunicación social de la Sede Regional Manizales y el Taller de actualización audiovisual para docentes del programa de Comunicación Social.



## Nuevos equipamientos para el Laboratorio de Comunicación

En el proceso continuo de mejoramiento y actualización de los laboratorios se ha solicitado la adquisición de los siguientes equipos para mejora de los servicios. Para

el semestre 2023-1 se realizó una inversión de aproximadamente 1.500 millones de pesos tanto para el Laboratorio de Medellín y el del Centro Regional de Manizales.

Entre los implementos que llegaron a Medellín se destacan:

ATEM SDI Extreme ISO. Facilitan la creación de producciones profesionales de múltiples cámaras para transmisión en vivo a YouTube y Skype o Zoom. Se pueden conectar 8 entradas de cámara de vídeo de alta calidad para obtener imágenes full.

Sistema de transmisión de Video Inalámbrico Hollyland Mars 400S Pro. Es un sistema de transmisión de video inalámbrico es una herramienta ideal para las realizaciones multicámaras. Una vez instalado te permite transmitir de manera inalámbrica en gimbals, con cámaras mirrorles, DSLR y videocámaras que cuenten con entrada HDMI y/o SDI.

Estabilizador DJI Ronin RS3. Es un estabilizador profesional de 3 ejes a un mano diseñado específicamente para cámaras. Es compatible casi con cualquier cámara réflex o cámara sin espejo del mercado.

Intercomunicador inalámbrico. Es un intercomunicador inalámbrico -duplex adecuado para facilitar la comunicación entre cinco personas de la producción entre el director y el resto del equipo de trabajo

Las cámaras son la parte más importantes en un producción sea multicámara, producción de campo o para hacer reportería, gracias a su gran formato nos garantiza una calidad óptima para realizar videos en alta calidad.

## **Posgrados**

### **Maestría en Comunicación**

#### **Docencia**

Se realizaron consultas internas y externas para presentación de propuesta de renovación anticipada del plan de estudios del programa (solicitud de modificación curricular de fondo ante el Ministerio de Educación Nacional). El proceso se hizo de manera conjunta con el Doctorado en Comunicación.

Se avanzó en la creación y aprobación del perfil del graduado y los resultados de aprendizaje del programa. Se hicieron las gestiones mencionadas en el componente de Docencia de este informe (referentes a la modificación curricular de fondo). En trabajo conjunto con las direcciones de pregrado y coordinaciones de posgrado, y con el liderazgo de la docente Lina María González Correa, se avanzó en la construcción del PEF y el PEP.

## Internacionalización

El docente Manuel Javier Castrillón Medina) continúa la articulación con la Red Interuniversitaria Euroamericana de Investigación sobre Competencias Mediáticas para la Ciudadanía (Alfamed).

Junto al programa de Comunicación Social se firmó un acuerdo de voluntades de colaboración con GaragErasmus Foundation (Milán, Italia) para el desarrollo de investigaciones y alianzas de cooperación entre la Fundación y la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño.

El docente Manuel Castrillón participó en el Simposio Discusiones sobre el heroísmo en el audiovisual iberoamericano, organizado en conjunto con la Universidad Privada Antenor Orrego (Perú), la Universidad de Málaga (España), la Universidad de la Sabana, (Colombia), la Universidad Carlos III de Madrid (España), Universidad Autónoma de Puebla (México), el Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid (Colombia), la Universidad Autónoma de Baja California (México), y los grupos de investigación AdMIRA (España), ACICAV (España), y la Fundación Famicine (Venezuela).

## Extensión

Con el programa de Comunicación Social se desarrolló el proceso formativo de la primera cohorte de la *Diplomatura en Comunicación Digital. Caja de herramientas para emprendedores y creativos*. Participaron 42 personas (de las cuales 13 son graduados de Comunicación Social y 2 de Diseño Gráfico).

Con los programas de Comunicación Social y Publicidad se desarrolló el *Seminario en Creación de Podcast*. Esta actividad fue de proyección social, y estuvo dirigida a 24 estudiantes adscritos a los grupos de investigación Urbanitas y Redes y Actores Sociales (Universidad de Antioquia).

Desde las líneas de investigación en Comunicación - Educación y Comunicación Digital se adelanta una alianza con el Plan Municipal de Lectura, Escritura y Oralidad para el desarrollo de actividades de proyección social.

# Maestría es Publicidad

## Docencia

Después del análisis realizado durante el primer nivel de la cohorte, para el primer semestre de 2023, se ejecutaron cambios en la ruta académica de los estudiantes, especialmente en lo que involucra a los asesores, a la metodología de Taller de Línea y a los productos evaluativos de cada asignatura. Los estudiantes manifiestan



estar muy conformes con los cambios realizados, sienten que han sido escuchados y sus consideraciones fueron adoptadas. Dentro de los aprendizajes y elementos a resaltar, desde las diferentes funciones, tanto sustantivas, como de apoyo, están:

El curso de **Creatividad**, que, por incapacidad médica de la docente titular, había estado aplazado, repuso la totalidad de las sesiones. Se resalta el trabajo de la docente Verónica Morales, quien dirige el curso "Creatividad". Los estudiantes han manifestado alto grado de satisfacción con esta materia y con la metodología y didáctica de la docente. Al respecto han solicitado a la coordinación de la Maestría, la oferta de una electiva en Ilustración digital, la cual puede ser dictada por la docente Verónica. Se programó para elaboración de la carta descriptiva durante el 2023 – 2 y poder ofertar el curso en el cuarto nivel.

**Taller de Línea II:** se desarrolló de forma tutorial, en espacios pactados por cada docente con su estudiante. Fueron compartidas todas las indicaciones al respecto, siendo un trabajo adecuado que conjugó lo indicado por el documento maestro y el Acuerdo 01 de investigación.

El curso de **Responsabilidad Social Empresarial**, contó con la participación de 3 invitados externos, quienes compartieron sobre su experticia ligada a los contenidos del curso.

El curso virtual de **Formación Sociohumanista**, en general se desarrolló con muy buena percepción sobre los estudiantes, quienes resaltan la calidad y pertinencia de los contenidos, así como la estructura misma del curso. Como sugerencia, plantean que es un curso que debería ofertarse durante todo el semestre académico y no como intensivo en 1 mes, precisamente para poder aprovechar en mayor medida, los contenidos del mismo.

Como estrategia para la optimización de recursos, se programaron, para el 2023 – 2, cursos comunes entre las maestrías en Publicidad (nivel 1 y 3) y en Comunicación (nivel 1), entre electivos y disciplinares.

### **Currículo**

- Se realizaron ajustes y actualizaciones a las cartas descriptivas de los cursos disciplinares del presente periodo, posteriormente se oficializaron en el sistema académico.
- Se llevó a cabo la estructuración y validación de una nueva propuesta de Plan Coterminal con el pregrado de Publicidad. El mismo consta de un total de 8 créditos en el primer nivel de la maestría, que incluyen 2 cursos disciplinares y un electivo. El plan fue aprobado en el Acta No. 2 de 2023 del comité curricular del pregrado en Publicidad, al igual que en el Acta No. 2 del Comité Curricular de Posgrados área de Comunicación, Publicidad y Diseño. Posteriormente fue aprobada para la expedición de la respectiva resolución (No. 66 de 2023), por el Consejo de Escuela de Posgrados, en su acta N°5 del 15 de mayo de 2023.

- Con el apoyo del área de Innovación educativa, se formuló el Perfil del Graduado del programa, así como los resultados de aprendizaje del mismo (tres). Esta información fue avalada mediante Acta No. 6 del Comité Curricular de Posgrados de Comunicación, Publicidad y Diseño.

### **Calidad**

Se realizó la formulación y posterior revisión del plan 2023 con el docente de autoevaluación Néstor Combariza, realizando los ajustes necesarios en las estrategias y las acciones a desarrollar, así como la definición de los indicadores. Resultado son 11 factores aplicables, con 43 aspectos planeados y 44 actividades formuladas.

### **Investigación**

- La publicidad social como constructora de memoria histórica del conflicto armado en un centro zonal del municipio de San Vicente Ferrer.
- Relación del contenido de valor y las intenciones efectivas en el entorno digital formal e informal de la universidad católica Luis Amigó.
- Salud Mental Positiva Ocupacional como estrategia de Endomarketing.
- Efecto en la intención del voto de la propaganda negra en la campaña electoral de presidencia de 2022 en Colombia.
- Participación del programa en el proyecto de investigación del pregrado en Publicidad "Publicidad y Comunicación. Construcción de la identidad cultural en la zona norte de Antioquia. Caso San Pedro de los Milagros", con 2 estudiantes en modalidad auxiliar de investigación, y la coordinación de la maestría desde el relacionamiento estratégico.
- La coordinación del programa, participará como coinvestigador de la propuesta del docente Manuel Castrillón "Caracterización de necesidades de mediación entre los medios de comunicación regionales y la comunidad usuaria, para la creación de contenidos educómunicativos dirigidos a la integración de la población insular y la continental. Estudio de caso con estudiantes de la Universidad Católica Luis Amigó, procedentes de San Andrés, Providencia y Santa Catalina". Proyecto postulado a la convocatoria interna de Investigaciones, con el aval del grupo de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño "Urbanitas".
- Seminario de investigación cuantitativa: inició con inconvenientes por la modalidad ofrecida (telepresencialidad) debido a las condiciones de la sala adaptada para este fin. Se llegó al acuerdo, entre los estudiantes de las 3 maestrías que vieron este curso, de continuar en modalidad remota a través de Zoom.

### **Extensión y Proyección**

- Participación como coorganizadores en las jornadas de planeación y seguimiento del Primer Congreso Internacional Virtual en Comunicación, Publicidad y Diseño:

Reflexiones para el cambio social; el cual se llevará a cabo en el segundo semestre del año en curso. La Maestría es responsable de la línea Publicidad Social y tecnológica.

- Junto con la dirección de la Escuela de Posgrados y la Vicerrectoría de Investigaciones, se diseñó la charla / taller “Comunicación Asertiva/Gestión del Tiempo”, con la participación de invitada externa Maria Inés Ruiz, directora Administrativa y Financiera de UNIMINUTO, y el coordinador de la Maestría en Publicidad de Luis Amigó, Johan Sebastian Morales, como ponentes magistrales. 120 asistentes aproximadamente al evento.

### **Mercadeo**

Seguimiento a interesados de periodos anteriores, así como adquisición de nuevos prospectos. En compañía de la comunicadora de la Facultad, se inició un plan de divulgación interna sobre las inscripciones abiertas y el reconocimiento del programa, especialmente con estudiantes de últimos semestres, graduados y profesores. Participación, con mención y proyección de videos, oferta de posgrados, en evento “Parchemos en la U”, primer encuentro de graduados de publicidad. Solicitud de apoyo con “plan de choque”, a la coordinación de Mercadeo y Publicidad de la institución, derivando en acciones como: gestión para valla exclusiva en el metro, adicional a la de oferta general, entrevista corta (mención) en la FM, entrevista en programa Sala de Juntas de Cosmovisión, refuerzo en campaña digital exclusiva del programa con ampliación de cobertura y perfiles. Adicional, acciones de mailing a través de la Coordinación de Graduados, divulgando la oferta de la Maestría entre graduados de diversas áreas.

Como resultado, se tiene una base de datos, gestionada, de 23 interesados en el programa, de los cuales 2 se inscribieron para 2023 – 2. Las demás personas, manifiestan en su mayoría, situaciones económicas o la elección de otras ofertas virtuales y/o de profundización en otras universidades.

## **Especialización en Relaciones Públicas**

### **Docencia**

La Especialización en Relaciones Públicas cuenta con una base importante de docentes internos, que representa el 70% de los docentes del programa. El 30% restante son profesores externos. Ese ejercicio permitió que el semestre 1-2023 se cumpliera con los objetivos en el programa, que para el semestre tenía dos cohortes abiertas, una con 12 estudiantes y la otra con 14 estudiantes. Sin novedades al respecto con el ejercicio docente.

**Los resultados de aprendizaje** del programa fueron aprobados por las instancias de Innovación Educativa y el Comité Curricular del Área de Comunicación. De igual forma, se empezó a estructurar el PEP del programa.

## **Internacionalización**

Para el semestre 1-2023 se realizó una clase espejo con la Universidad Católica de Salta, Argentina. Las clases las realizaron los profesores Deybis Zapata Correa y José Alejandro Lamas. En ese ejercicio se involucraron estudiantes de la Especialización y los estudiantes del pregrado de Relaciones Públicas de la Universidad de Salta. La actividad se desarrolló en el mes de abril de 2023.

## **Extensión**

Durante el semestre se configuró la propuesta del 1er Congreso Internacional de Comunicación, Publicidad y Diseño. Una de las líneas se asoció a la Especialización en Relaciones Públicas. El Congreso se realizará en el mes de noviembre del presente año.



# **Doctorado en Comunicación**

## **Docencia**

### **Modificación del Plan de estudios**

Por indicación de la Vicerrectoría de Docencia, y de acuerdo con los requerimientos planteados desde la Rectoría en enero de 2023, se diseñaron tres propuestas de modificación del plan de estudios del programa; de igual manera, se dio inicio al proceso de renovación del registro calificado del doctorado, de acuerdo con las indicaciones que se dieron desde la Dirección de Planeación. Este trabajo se llevó a cabo con la Maestría en Comunicación, con el fin de que el proceso permita un diálogo entre los programas.

## **Asuntos estudiantiles**

### **Cohorte 2023-1**

El Doctorado en Comunicación presentó el presupuesto de la cohorte para el primer semestre de 2023, no obstante, la apertura de cohorte no fue aprobada y dos de los

aspirantes seleccionados, docentes de la Facultad de Comunicación y solicitantes de crédito condonable, optaron por cursar otro de los programas doctorales de la Universidad Luis Amigó.

Dentro de los tiempos establecidos se entregó en marzo la programación de la cohorte 2023-2, cohorte a la que se presentaron dos aspirantes externos; sin embargo, no se llevó a cabo la reunión de presupuesto para dar apertura al programa, esto debido a que la cantidad de aspirantes no alcanzó el punto de equilibrio establecido en la plantilla de presupuesto de la Dirección Administrativa y Financiera.

**Innovación Educativa:** con orientación de la Dirección de Innovación Educativa se plantearon los Resultados de Aprendizaje del programa, así como el perfil del graduado; tanto los resultados como el perfil fueron aprobados en Comité Doctoral. En este momento se avanza en la construcción del Proyecto Educativo del Programa (PEP), en articulación con la construcción del Proyecto Educativo de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño.

## **Investigación**

En trabajo articulado con la líder del Grupo de Investigación Urbanitas, María Cristina Pinto Arboleda, y con el propósito de fundamentar líneas de investigación de cara a la modificación del plan de estudios del doctorado, se presentó a la convocatoria interna de la Vicerrectoría de Investigación el proyecto “Macroproyecto Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño: perspectivas desde la educación y la cultura para el cambio social”.

## **Extensión**

En conjunto con los tres posgrados de la facultad se avanzó en la propuesta del Primer Congreso de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño, evento que tiene como propósito plantear una reflexión en torno al cambio social, a partir de la especificidad de cada uno de los programas de posgrados de la facultad; el congreso se llevará a cabo en el segundo semestre de 2023.

# **Regional Manizales**

La institución, puntualmente en el Centro Regional Manizales, trabajó durante el 2023-02 en el mejoramiento de la planta física y adecuación de espacios propios para las actividades académicas, culturales y deportivas.

A continuación, se socializa el link de la publicación realizada en el periódico La Patria, así:



Link: <https://www.lapatria.com/publirreportaje/nuevas-obras-en-la-u-catolica-luis-amigo-le-apuntan-al-desarrollo-academico-de>

## Programa de Comunicación Social en Manizales

### Asuntos docentes y estudiantiles

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.

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).

### Sala de Medios S104

El Programa de Comunicación Social, a partir de la adquisición de un inmueble, cuneta con un espacio en la sala S104 "Sala de Medios S104" con el propósito de mejorar las instalaciones de forma paralela al avance y proyecto del nuevo inmueble

y así continuar avanzando con los ejercicios prácticos de televisión, iluminación, fotografía y radio que realizan docente y estudiantes.



### **Equipos Sala de Medios**

Para el primer semestre del año 2023 se desarrollaron las siguientes actividades:

- Plan de trabajo para atención en espacios de la Sala de Medios y solicitudes de apoyo para registros audiovisuales, realización de contenidos y apoyo en eventos académicos, asignación y distribución de horarios, préstamos de equipos y espacios para estudiantes, docentes y administrativos.
- Gestión y trámite de los seguros para los nuevos equipos de televisión, fotografía, iluminación y radio.
- 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 y Mercadeo del Centro Regional Manizales.
- Asesorías y apoyo a los estudiantes que realizan su práctica profesional I.
- Asesorías a docentes de otros programas en requerimientos audiovisuales.
- Registro audiovisual y apoyo en las inducciones generales a estudiantes nuevos, inducción general a docentes y nuevos estudiantes del Centro Regional Manizales.
- Recepción de nuevos recursos tecnológicos entre cámaras de video, fotografía, trípodes, luces, switcher, micrófonos, grabadoras zoom, monitores, computadores, elementos técnicos entre otros.



## Inmersión Audiovisual Fase II

Dentro de esta diversidad de caminos de aprendizaje que ofrecen los 156 créditos académicos de la carrera, se ha diseñado un plan de Inmersión Académica Audiovisual Fase I y Fase II en el que se ahonda en temas especializados en este campo a partir de talleres y ejercicios prácticos.

### Valores de formación

Además de formar jefes de redacción, editores, reporteros, realizadores de mensajes audiovisuales, directores, productores, directores ejecutivos y coordinadores, este programa desarrolla profesionales integrales, a través de la “Comunicación-Educación”, para que sean agentes de cambio en el proceso de transformación de la sociedad. El valor del semestre para el 2023-II es de \$4.734.167.

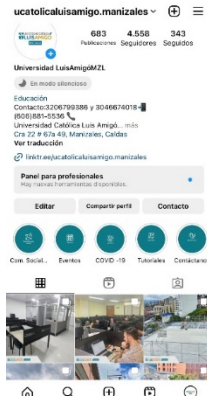


Cubrimiento realizado a la Inmersión Audiovisual Fase II:





<https://www.lapatria.com/publirreportaje/universidad-catolica-luis-amigo-formadora-de-comunicadores-sociales-y-agentes-de>

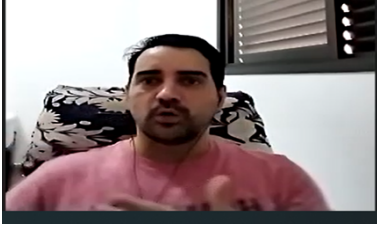





## Instagram


Desde la Coordinación del Programa de Comunicación Social se apoya como Community Manager de la red social institucional de Instagram @ucatocaluisamigo.manizales se replica y crea contenido, además de dar respuesta oportuna a los usuarios, labor que se realiza diariamente, reportamos un alcance de 4.558 seguidores orgánicos, con interacción constante.

En resumen, el programa de Comunicación Social ha logrado importantes avances en el año 2023 en términos del proyecto de investigación, participación estudiantil y formación en investigación. La Universidad Católica Luis Amigó, sede Manizales, participa activamente en SUMA Investigación, REDDSI y el Programa Delfín, los cuales, fomentan la investigación en el contexto ciudad.

Investigación	
Actividad realizada	Descripción en detalle de lo realizado por el docente
<p><b>Participación en la Reunión Rap Eje Cafetero, Utp.</b></p>	<p>Participación en la reunión de la RAP, junto a la profesora Paola Alzate, como representantes de la Universidad y de los programas de Comunicación Social y de Administración de Empresas respectivamente.</p> <p>Se fortalecen relaciones con las instituciones de la región, así como con las universidades participantes de SUMA.</p> 
<p><b>Invitación A Bruno Bertolossi De Carvalho. Brasil / Estudiante de Doctorado en Filosofía / Asesor externo, UPB- Medellín</b></p>	<p>La actividad tuvo como objetivo la alta formación, considerando que los conceptos apreñados en los encuentros fortalecen de manera puntual y ampliada, tanto al Semillero de Investigación Labcom, como a los estudiantes de trabajo de grado.</p> <p>El docente participó de 9 clases de manera virtual.</p> <p>Los estudiantes del Semillero de investigación, así como los de trabajo de grado, pudieron ampliar varios de los conceptos a ser trabajados en sus procesos investigativos.</p>

	
<p><b>Invitación al profesor e investigador Benilson Borinelli, UEL – Universidade Estadual De Londrina</b></p>	<p>La actividad tuvo como objetivo la alta formación, considerando que los conceptos aprehendidos en el encuentro fortalecen de manera puntual y ampliada, tanto al Semillero de Investigación Labcom, como a los estudiantes de trabajo de grado. Los estudiantes del Semillero de investigación, así como los de trabajo de grado, pudieron ampliar varios de los conceptos a ser trabajados en sus procesos investigativos, puntualmente en relación a la investigación como proceso y a las relacionadas con políticas públicas medio ambientales.</p> 
<p><b>Invitación a Diego Augusto Arango. Profesor UDM, estudiante de Doctorado en Comunicación UDEM- Medellín</b></p>	<p>La actividad tuvo como objetivo el fortalecimiento de conceptos para estudiantes de trabajo de grado específicamente y del Semillero de Investigación Labcom. Los estudiantes ampliaron su comprensión en relación a temas como la Semiótica de la imagen y la fotografía. Se fortalecieron relaciones, en este caso inter institucionales, con el profesor y la institución a la que pertenece (UDEM). Fue 1 movilidad de tipo nacional.</p> 
<p><b>Actividad realizada</b></p>	<p><b>Descripción en detalle de lo realizado por el docente</b></p>
<p><b>Investigación</b></p>	<p>Se avanzó en la investigación: Polarización y democracia: formulación y distribución de fake news en redes sociales. Las auxiliares de investigación avanzaron con revisión bibliográfica. En el semillero se realizaron clases y encuentros para ampliar temas relacionados con la investigación, con el apoyo del asesor externo Bruno Bertolossi de Carvalho (Brasil). .</p>
<p><b>Coordinación de Investigación</b></p>	<p><b>Investigación:</b> ampliación de la apertura de convocatorias internas; promoción para la participación de la misma y contacto con el grupo Urbanitas para la vinculación de profesores de la Sede Manizales en investigaciones de profesores de los programas en Medellín.</p>

	<p><b>Redes:</b> Se hicieron contactos con profesores de otras instituciones tanto a nivel nacional como internacional. Así mismo, durante actividades como la reunión de la RAP Eje Cafetero para la activación de investigaciones de carácter regional y con la participación en eventos de semilleros de investigación.</p> <p><b>Semillero de investigación:</b> se hizo la activación del Semillero Labcom con la participación de cuatro estudiantes, con encuentros semanales, el fortalecimiento de conocimientos durante encuentros semanales con profesores de instituciones nacionales e internacionales y la participación en eventos de Semilleros de investigación.</p> <p><b>Programa Delfín:</b> Apertura de convocatoria, recepción de las solicitudes de dos estudiantes mexicanos, activación del contacto con los mismos y acompañamiento en todo el proceso. Últimamente se adelanta la gestión para cambio de modalidad de su estancia de verano, de presencial a virtual, por solicitud de los dos estudiantes.</p>
<p><b>Formación de Recurso Humano</b></p>	<p>Las auxiliares de investigación han participado activamente de las reuniones de investigación, así como han adelantado revisión de tipo bibliográfico.</p> <p>Durante los encuentros con el asesor externo, 9 en total, se ampliaron conceptos relacionados con los siguientes temas, todos ellos fundamentales para la delimitación y comprensión</p> 
<p><b>Semillero de Investigación</b></p>	<p>Dos de las estudiantes del semillero participaron en dos encuentros de Semilleros de Investigación:</p> <p>Uno de ellos, el Encuentro Regional de Semilleros de Investigación, fue realizado el día 4 de mayo en las instalaciones de la Universidad Católica Luis Amigó y contó con la participación de la mayoría de Semilleros vinculados a los programas de la Sede Manizales.</p> <p>Las estudiantes se presentaron en la modalidad de Póster, escogida para este encuentro para todos los participantes.</p> <p>El segundo encuentro se realizó el día 24 de mayo en la Escuela de Carabineros (en el encuentro Local de RREDSI).</p> <p>Isabella Duque, quien participó en la tarde, tuvo a su cargo la exposición ante dos jurados.</p>

	
<b>Redes</b>	<p>Se activaron redes con diferentes instituciones:</p> <p>RAP EJE CAFETERO</p> <p>UDEM (Universidad de Medellín), Facultad de Comunicación.</p> <p>UTP (Universidad Tecnológica de Pereira), específicamente con el CIDT (centro de innovación y desarrollo tecnológico).</p> <p>UEL (Universidade Estadual de Londrina / Paraná / Brasil)</p> <p>UPB ( Pontifica Universidad Bolivariana de Medellín)</p> <p>RREDSI (Red Regional de Semilleros)</p>
<b>Programa Delfín</b>	<p>En relación al proceso que se lleva a cabo, en el marco de la última convocatoria de estudiantes, se han adelantado los siguientes pasos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Apertura de convocatoria</li> <li>● Recepción de las solicitudes de dos estudiantes mexicanos (María Guadalupe e Ibrahim Sebastián).</li> <li>● Activación del contacto con los estudiantes y acompañamiento en el proceso.</li> <li>● Últimamente se adelanta la gestión para cambio de modalidad de su estancia de verano, de presencial a virtual, por solicitud de los dos estudiantes.</li> </ul> <p>Las actividades relacionadas con la estancia de verano se están diseñando y se espera comenzar en pleno el día 20 de junio.</p>

## Internacionalización

**Movilidad Nacional Saliente:** En cuanto a los estudiantes, se han dado movi­lidades relacionadas con ponencias, el programa Delfín, salidas académicas y el Convenio SUMA. En el caso de Comunicación Social, se han registrado 53 estudiantes en movilidad, de los cuales 34 realizaron una salida académica a Pereira, 18 realizaron inmersión académica y una sola estudiante se encuentra realizando una estancia investigativa por el programa Delfín en Bogotá


**Movilidad Internacional Entrante:** Se ha recibido un total de 2 registros de movilidad internacional entrante.

## Cooperación

Durante el presente año, el Centro Regional Manizales ha recibido dos delegaciones internacionales. La primera delegación fue del Centro de Estudios Universitarios de España, con la presencia de los vicerrectores de internacionalización de los CEU de Madrid, Barcelona y Sevilla. El objetivo de este encuentro fue establecer un convenio de alcance Erasmus para los programas profesionales de Manizales. La segunda delegación fue del consorcio de universidades de Temuco-Chile, con

representantes de la Universidad Autónoma de Chile Sede Temuco, la Universidad de La Frontera y la Universidad Católica de Temuco.

También se encuentra en proceso de desarrollo un convenio con CEU de España y SUMA Manizales, con el objetivo de participar en el programa ERASMUS Agreements. Por último, se está llevando a cabo una revisión jurídica para ampliar el convenio de SUMA Movilidad entre las universidades del Sistema Universitario de Manizales, con el fin de facilitar la movilidad tanto en pregrado como en posgrados.

OTROS PROCESOS Y PROYECTOS	
Actividad realizada	Descripción en detalle de lo realizado por el docente
CLIL	<p>Se participó con dos docentes del programa de Comunicación Social en el programa CLIL (Una metodología basada en el aprendizaje de las lenguas extranjeras a través de la enseñanza de cursos disciplinares)</p> 

### Aprender haciendo

El 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.

SALIDAS ACADÉMICAS E INVITADOS A CLASES	
Actividad realizada	Descripción en detalle de lo realizado por el docente
Visita académica diario La Patria	<p>Se conocieron las dinámicas de La Patria más allá de la empresa informativa: se conoció la parte editorial, (desde el diseño de revistas, periódicos institucionales y empaques), hasta el proceso informativo (consejos de redacción, creación de contenidos multimedia, foto periodismo).</p> <p>Se presentó también los componentes radiofónicos del diario, vinculados a Radio Cóndor, además del trabajo que se viene consolidando en las distintas redes sociales.</p>
Visita académica RCN Radio	<p>Se realizó una salida, enmarcada en los cursos de Comunicación Corporativa y Lenguaje Radial, se visitaron las instalaciones de RCN Radio Manizales, allí se conocieron las dinámicas de las diferentes emisoras y el funcionamiento de la empresa periodística.</p>
Visita académica UTP	<p>Los estudiantes y docentes tuvieron la oportunidad de visitar los centros de innovación, desarrollo y emprendimiento de la Universidad Tecnológica de Pereira.</p> <p>También visitaron el Jardín Botánico de la Universidad y vimos como este tipo de procesos contribuyen a una transmisión más efectiva del conocimiento y constituirse en un espacio mediador entre la academia y la sociedad civil.</p>

### Salida La Patria



### Salida RCN Radio



### Salida UTP en la ciudad de Pereira



### Talleres con estudiantes de 10 y 11 de diferentes colegios

Este espacio fue concebido como un espacio promocional del programa, con estudiantes de colegio de décimo y once. Como estrategia se orientó a un público objetivo que, desde el enfoque de sus formaciones, contempla el trabajo de la comunicación y la producción audiovisual.

#### Colegio Nuevo Milenio



## Programa de Diseño Gráfico en Manizales

En 2023 -02 se obtuvo, por parte del Ministerio de Educación, el Registro Calificado del Programa de Diseño Gráfico en Manizales. Por lo tanto está en fase de alistamiento con referencia a la infraestructura física y tecnológica que requiere el nuevo programa de Diseño Gráfico con el cual se proyecta iniciar su primera cohorte en 2024-01. Es valioso mencionar que se requiere, aula taller, sala Mac con la suite de Adobe, entre otros. Adicionalmente se está realizando la campaña de expectativa para visibilizar y dar a conocer el programa.



## Comunicaciones internas

### Académicos

Como estrategia para el logro de los objetivos institucionales y académicos, tanto de la Universidad como de nuestra Facultad, en lo relacionado con las funciones sustantivas y las actividades de proyección e intervención de los programas con la comunidad, se institucionaliza el Boletín Informativo Académicos.

Surge también como una necesidad de integración entre los diferentes programas y en el relacionamiento con otras unidades y facultades de la Universidad. Por eso, sus temáticas giran alrededor de destacar la labor de las y los docentes, narrar las actividades que hace la Facultad dentro del Alma Máter y fuera de ella; destacar los logros que los diferentes programas obtienen en sus intervenciones sociales y proponer retos a partir de los cambios que se dan en las comunicaciones en la actualidad.

El Boletín cumple la función de conocernos internamente y fortalecer lazos de integración entre la comunidad de la Facultad en el logro de fortalecer las comunicaciones internas dentro de nuestro quehacer académico y social.

El primer número del Boletín se emitió en abril del 2022 y hasta la fecha están en circulación siete ediciones y se prepara la octava. Quienes deseen enterarse de lo que sucede en nuestra Facultad, puede consultar el Boletín en el siguiente enlace: <https://www.funlam.edu.co/modules/facultadcomunicacion/item.php?itemid=619>



**Académicus**  
Boletín de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño  
Universidad Católica Luis Amigo  
Marzo de 2023 - Edición No. 4

**ENTÉRATE**

La líder de Urbanitas | Los semilleros nuevos | Maratón Audiovisual

**EDITORIAL  
LA FACULTAD Y  
SUS FUNCIONES  
SUSTANTIVAS**

La Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño ha centrado su trabajo, en los inicios de este año, en las funciones sustantivas de Docencia, Investigación, Extensión, Bienestar e Internacionalización.

En ese orden de ideas, ante el crecimiento y exigencia de calidad, la Facultad fortaleció la planta docente con nuevos rostros que aportarán experiencia y conocimientos a las distintas áreas desde donde guiarán sus cursos. Para ellas y ellos deseamos muchos éxitos en su labor y tendrán todo el apoyo de las directivas, para reforzar la función de Docencia.

Para fortalecer la función investigativa, además de los proyectos, semilleros y capacitaciones, la decanatura está empeñada en que los docentes de los diferentes programas participen activamente en los procesos investigativos de manera espontánea y en las áreas en las cuales se sientan cómodos y sean de su completo dominio y conocimiento.

En cuanto a Extensión, la Facultad realiza una serie de actividades que impactan a las comunidades, como proyectos de aula, apoyo a comunidades, seminarios, foros y eventos, donde participan los docentes tanto en calidad de invitados como asistentes de primera mano.

Por último, la decanatura hace énfasis en el trabajo en equipo y hace un llamado a trabajar unidos para lograr los objetivos comunes y poner al servicio una oferta educativa de calidad y de impacto en la sociedad. Un llamado también a la participación en los órganos colegiados y demás escenarios a los que convoquen los distintos programas.

