

Medellín, 31 de julio de 2024

71349

Señor
HÉCTOR IVÁN RENDÓN VÉLEZ
Director de Planeación
Universidad Católica Luis Amigó
Medellín

Asunto: remisión de informe de gestión

Cordial saludo,

El equipo de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño, hace entrega del Informe de Gestión, de acuerdo a lo orientado en el comunicado No. 53 del 13 de junio de 2024, emanado de la Secretaría General de la Universidad.

Cordialmente,

Alejandro Alzate

[Alejandro Alzate \(31 jul. 2024 16:29 CDT\)](#)

ALBERTO ALEJANDRO ALZATE GIRALDO

Decano

Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño

Anexo: Informe de Gestión de la Facultad

Copia: Secretaría General

Katerine C.



Universidad Católica Luis Amigó
Informe de Gestión 2024_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 de los Programas de Comunicación Social y
Diseño Gráfico (Manizales)

Alejandro Alzate Giraldo
Coordinador Doctorado en Comunicación
Alejandro Alzate Giraldo

Coordinador Maestría en Comunicación
Camila Cristina Duque Álvarez

Coordinadora Maestría en Publicidad
Deybis Zapata Correa

Coordinador Especialización en Relaciones Públicas
Carlos Mario Berrío Meneses

Líder Grupo de Investigación Urbanitas

Introducción

Los aniversarios de la Facultad

La Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño de la Universidad Católica Luis Amigó, sede Medellín, está de plácemes por varias conmemoraciones de sus Programas en el marco de la celebración de los 40 años de nuestra Alma Máter. Es muy satisfactorio que el Programa de Comunicación cumpla 25 años de entregar profesionales en el ramo con los criterios y principios que rigen a los amigonianos. Por su parte, el Programa de Publicidad alcanza los 17 años de haber aparecido en la escena académica de la ciudad y el país y se ha convertido en un referente por la calidad de sus profesionales. El Programa más joven es el de Diseño Gráfico, que cumple 10 años de fomentar la cultura del diseño en Colombia y Medellín con el sello que caracteriza a sus egresados y estudiantes como profesionales comprometidos con la creatividad e innovación.



Equipo de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño

Los 25 de Comunicación Social

El Pregrado de Comunicación Social fue creado mediante el Acuerdo 01 de 1998, del Consejo Superior, previa recomendación del Consejo Académico de la Universidad. El Artículo 2o. del mismo Acuerdo establece que debe ofertarse a partir del segundo semestre de 1999. Nació como una alternativa diferente a los programas de comunicación que ofrecían las universidades de Medellín y cobijado con el énfasis de comunicación-educación.

De acuerdo con la reseña histórica inició labores articulado a la Facultad de Derecho y Ciencias Humanas. En esa misma reseña se establecen otros hitos históricos del Programa. En el año 2002, por Resolución 19 del 06 de junio de 2002 del Consejo Superior, se independizó de la Facultad de Derecho y Ciencias Humanas; así inicia la Facultad de Comunicación Social como unidad académica con recursos y orientación propios. Casi dos años después, el Consejo Superior aprobó, mediante el Acuerdo 08 de 2004, los estándares de calidad del Programa de Comunicación Social y en 2006 se obtuvo Registro Calificado por siete años. En el año 2006 obtiene el Registro Calificado por siete (7) años, mediante la Resolución N° 1451 del Ministerio de Educación Nacional.

La primera promoción se le entregó a la ciudad en 2003 y está considerado el Programa pionero en presencialidad en la Universidad.

En febrero de 2017, mediante la Resolución 01452, el Ministerio de Educación Nacional otorgó, por un término de cuatro años, la acreditación de Alta Calidad.

El 1o. de marzo de 2022, mediante Resolución 002279, el Ministerio de Educación Nacional renovó, por cuatro años más, la acreditación de Alta Calidad del Programa.

Logros alcanzados

A 2024 el Programa de Comunicación Social ha cumplido con las funciones sustantivas propias de la educación superior.

Entre las gestiones realizadas para fortalecer el Programa en el relacionamiento internacional se destacan las conversaciones con las Universidad Simón Bolívar y la Universidad de Colima, de México, para lograr la doble titulación. En ese proceso, los docentes del Programa han recibido capacitación sobre este tema, especialmente con la Universidad de Colima.

También el Programa ha realizado gestiones de relacionamiento y actividades con organizaciones aliadas para proyectos de extensión, salidas pedagógicas, redes, investigación, sistema de medios, clases espejo, invitados, ponencias, entre otras actividades. Las organizaciones con las cuales se ha relacionado el Programa se menciona al Metro de Medellín, Casa Italia Medellín, garagErasmus Foundation,

Universidad Pontificia Bolivariana, Universidad de Antioquia, Afacom, Festival de Cine Italiano Guarimba, Hospital San Vicente de Paúl , Telemedellín y el Sistema de Medios De la Urbe de la Universidad de Antioquia, para mencionar solo algunas.

Con el propósito de mantener comunicación permanente con los graduados, se dio apoyo en el desarrollo y difusión de las campañas de actualización de acuerdo con la oferta; también se realizó la aplicación de un formulario de actualización y estudio de seguimiento de quienes ya están en el mundo laboral o en otras actividades.

Se realizaron reuniones en las que se abordaron temas de interés para los graduados y se dieron instrucciones sobre la realización de grupos focales con la idea de iniciar la construcción de una base de datos con empleadores potenciales de la Facultad, con cupo máximo de diez.

En relación con la función sustantiva de Investigación, el balance del Grupo de investigación Urbanitas consigna que las Líneas de Investigación se han venido nutriendo de nuevos saberes y abordajes conceptuales en sus dos líneas: Comunicación-educación y Comunicación y Comunicación y ciberculturas; así mismo, se han presentado nuevas propuestas para la nueva Línea de Investigación + Creación, que se encuentra en construcción. Acerca de los alcances de la Línea Comunicación - Educación, en los últimos meses han apuntado a la actualización conceptual y delimitación de los escenarios de intervención, la identificación de tendencias y necesidades en formación e investigación, y el trabajo conjunto en procesos académicos del Programa de Comunicación Social. Sobre la colaboración con redes académicas, y en consonancia con el Plan Operativo de la línea, hubo participación de los docentes en las actividades del Ciclo de Webinars Educomunicación Alfamed 2024, el VI Congreso Nacional de Comunicación y el VIII Encuentro de Semilleros de AFACOM. Asimismo, se presentó una propuesta de investigación sobre Comunicación y Responsabilidad Ambiental para la convocatoria de la RUCC. Sobre el trabajo con estudiantes y comunidades, el semestre 2024_1 se promovieron actividades dialógicas, de intervención educativa y de acercamiento a la investigación en los diversos grupos de interés de la línea.

En cuanto al **Sistema de Medios Sextante** se puede afirmar que la 12.a edición Expo Sextante permitió continuar con las acciones de integración curricular. En esta oportunidad, el docente Alejandro Estrada Agudelo lideró, con sus estudiantes del curso Edición y Producción, la realización de varios VTR, cuyo tema central fue el aniversario 25 del Programa de Comunicación Social. Graduados, profesores fundadores del programa y estudiantes destacados dieron su testimonio en los pregrabados que fueron emitidos durante las casi 6 horas de transmisión en directo a través de las redes de Sextante, Sistema de Medios.

En los 25 años que lleva el Programa de Comunicación Social ha graduado a 2636 profesionales en 38 promociones aproximadamente. Sus graduados se han caracterizado por ser muy bien acogidos en las áreas de la comunicación, periodismo y afines, por su carisma, profesionalismo, ética y compromiso con su

trabajo y sus labores. Igualmente se han hecho acreedores a varios premios nacionales y locales en diversas áreas.



Primera promoción de graduados en Comunicación Social, Funlam, 2003.

Fotografía tomada de la Fundación Universitaria Luis Amigó: 30 años de crecimiento académico para la formación integral del ser humano / Olga Lucía Arboleda Álvarez, Luisa Fernanda Córdoba Quintero.

Los 17 años del Programa de Publicidad

El Acuerdo 15 de junio de 2007, emanado del Consejo Superior de la Universidad Católica Luis Amigó, creó el Pregrado de Publicidad, por recomendación del Consejo Académico. Se abrió en julio de 2008, con Registro Calificado emitido por el Ministerio de Educación Nacional, mediante la Resolución No. 4594.

El Pregrado de Publicidad generó que la Rectoría de la época expidiera la Resolución No. 32 de julio de 2008, que su Artículo 2o. reza que: “Adscribase el Programa de Publicidad a la Facultad de Comunicación Social, que en lo sucesivo se denominará “Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño”. En diciembre de 2021 el Ministerio de Educación Nacional dio concepto favorable para renovar el Registro Calificado del Programa de Publicidad, mediante la Resolución 024284, del 24 de diciembre de ese año. En 2023-2 recibió la Acreditación en Alta Calidad por parte del Ministerio de Educación Nacional de Colombia. Las graduaciones del Programa de Publicidad se iniciaron en 2013, es decir que aproximadamente serían 20 cohortes y 490 graduados.



Evento del Bureau de Medellín, asamblea general de miembros. El semillero de investigación Émico como apoyo logístico.

Logros alcanzados

Para 2024, los logros del Programa de Publicidad se han destacado por la participación de ponentes internacionales y nacionales en el contexto socio y geopolítico; así mismo, para esta vigencia trabajó en siete proyectos de aulas, entre los que mencionan Reto Convergencia Creativa EPM, Podcasts Mi Vereda Modelo – Ejército Nacional de Colombia y Alcaldía de Caicedo, Antioquia, entre otros proyectos.

Igualmente, se hizo visita al Batallón de Acción Integral de la Séptima División con el fin de concretar el Proyecto Aula del curso de Campaña Publicitaria de Bien Social. También se visitó al municipio de Caicedo, Antioquia, para el mismo fin. Por otro lado el Programa participó en el II Foro de Investigación en Diseño – Universidad de Palermo con el Semillero Émico.

El Programa participó en varios eventos, como el 8o. Congreso de Innovación e Inteligencia Artificial. Innovación y Región – Politécnico Asys; IX Congreso Internacional de Comunicación Estratégica, Inspirar para Crear, Crear para Inspirar – Universidad de Medellín; II Encuentro Internacional Redceia en Ética de la Investigación y en el Evento Beat Creativo, en la Institución Universitaria de Envigado.

El Programa de Publicidad en sus 17 años de existencia ha cosechado reconocimientos del orden local, nacional e internacional y sus estudiantes, graduados y docentes se han ganado un merecido reconocimiento en la ciudad, Colombia y en otros países, no solo en el ámbito publicitario, sino, y especialmente, en el académico.



Docentes del Programa de Publicidad (Fotografía realizada por el docente Carlos Corredor)

Los 10 del Programa de Diseño Gráfico

En septiembre de 2011 El Consejo Superior de la Universidad emitió el Acuerdo No. 11, por medio del cual se autorizaba la creación de programas académicos nuevos y la renovación de algunos registros calificados. En el Artículo 3o. de dicha norma se hace un listado de esos programas que serían creados y entre ellos aparece Diseño Gráfico, con modalidad presencial y como sede Medellín.

Al año siguiente, en el 2012, El Consejo Superior de la Universidad deroga el Artículo 1o. de 2011, mediante el Acuerdo 08, pero en ese mismo documento crea el Programa de Diseño Gráfico. En diciembre de 2013, el Ministerio de Educación Nacional de Colombia, mediante Resolución No. 17691 otorgó el Registro Calificado del Pregrado por un término de 7 años. El programa empezó a funcionar en el 2014 y el 2019 hace sus primeras graduaciones. Posteriormente, y en virtud de los ajustes y retos que demanda la sociedad actual, la Rectoría de la Universidad, mediante Resolución No. 44 de 2017, ajustó el Plan de Estudios.



El padre Rector Carlos Enrique Cardona Quiceno durante la celebración de los 10 años del Programa de Diseño Gráfico.



Noche de gala 10 años del Programa de Diseño Gráfico



Celebración 10 años Diseño Gráfico



Torta de los 10 años



Foto de Equipo Docentes Diseño Gráfico

Logros alcanzados

En 2024, el Programa de Diseño Gráfico tuvo logros significativos dentro de su Plan Estratégico y en cumplimiento de las funciones sustantivas, además de celebrar la década de existencia. En la función de Internacionalización sus actividades estuvieron centradas en cooperación, divulgación de convenios y movilidad; relacionamiento estratégico, movilidad académica, realización de clases espejo; participación en el Coloquio Inteligencia Artificial, Universidad de Boyacá y asistencia al Segundo Festival Internacional Ilustropía, entre otras actividades.

En la función sustantiva de Extensión, en el 2024_1, el Programa creó el Semillero de Diseño Creativo dirigido a estudiantes de grado 10° y 11° de la Institución Educativa Luis Amigó. Este evento contó con la participación activa de un total de 38 estudiantes. También ofertó cuatro propuestas de talleres; reestructuró y formuló los proyectos 'Closet Universitario' y 'Corredor de Ventas', diseñados para proporcionar recursos y oportunidades adicionales a los estudiantes. Así mismo, realizó la muestra de Diseño Gráfico MUDI, donde se expusieron 278 trabajos de estudiantes y egresados. En esa misma línea, se llevó a cabo la 1a. edición de Bazart, una muestra de emprendimientos de estudiantes de Diseño Gráfico.

En la función sustantiva de Investigación se realizó la socialización trabajos de grado; se iniciaron conversaciones con la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB) para desarrollar un proyecto externo titulado “Pioneros del Oficio Moderno de la Arquitectura” y se hizo relacionamiento con entidades externas para formalizar proyectos de investigación.

Los tres pregrados de la Facultad se distinguen por la construcción de una educación con calidad, de acuerdo con los lineamientos epistemológicos, pedagógicos y humanistas de la Universidad Católica Luis Amigó.

Los 40 de nuestra Universidad

A la par de las celebraciones de nuestros posgrados, la Universidad Católica Luis Amigó está celebrando sus bodas de Rubí. Durante estos 40 años la institución ha sufrido enormes transformaciones, no solo desde la parte de infraestructura, sino también en la ruta de ofrecer una educación de calidad, dentro de los parámetros que exigen los organismos rectores de la educación nacionales e internacionales, en afinación con sus funciones sustantivas. De acuerdo con la Vicerrectora de Investigaciones, Isabel Cristina Puerta Lopera, son 50.000 graduados “que han dejado una huella imborrable en diversos ámbitos de la sociedad”, donde se ha demostrado que “el conocimiento es una fuerza transformadora que trasciende fronteras y cambia vidas”.

Desde el 9 de noviembre de 1984 la Universidad inició una carrera por posicionarse y liderar procesos educativos enfocados en el pensamiento del Padre Luis Amigó, como faro y estandarte de las acciones humanísticas que la han caracterizado. Primero, como Fundación Universitaria y a partir del 10 de noviembre de 2016, se convirtió en la Universidad Católica Luis Amigó. A hoy, de acuerdo con su línea de tiempo, se ha posicionado como una institución en constante “crecimiento, coherente, consistente y en perspectiva de calidad y mejoramiento continuo”.



Fotografía tomada de la página institucional Universidad Católica Luis Amigó

Pregrados

Programa de Comunicación Social

- **Docencia**

Asuntos estudiantiles

Estudiantes nuevos	105
Estudiantes antiguos	1143
Estudiantes totales	1248
Graduados	99

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	13
Medio tiempo semestre académico	7
Cátedra	14
Total docentes	56

Electivas nuevas

El Programa de Comunicación Social presentó nuevas electivas buscando ampliar la oferta para los estudiantes, pues se dicta en modalidad virtual.

CURSO ELECTIVO	DESCRIPCIÓN
Cultura visual, subjetividad y poder en la era algorítmica	El curso <i>Cultura visual, subjetividad y poder en la era algorítmica</i> propone una aproximación crítica y reflexiva a la visualidad de nuestro tiempo y a las transformaciones generadas por la constante relación con dispositivos infotecnológicos que han contribuido a la constante “tecnificación” y digitalización de la vida.
Comunicación, posdesarrollo y decolonialidad	El curso Comunicación, posdesarrollo y decolonialidad ofrece herramientas teóricas, históricas y conceptuales para promover entre los estudiantes el pensamiento crítico y reflexivo que permita explorar y entender las dinámicas de poder y comunicación ligadas al discurso del desarrollo, con el objetivo de abordar con creatividad y criticidad los desafíos que enfrenta un mundo cada vez más consciente de la necesidad de superar las narrativas tradicionales y de abogar por un cambio social y político significativo.

Trabajos de grado

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

- Comunicación para la inclusión y la integración
- Estudios de audiencia y recepción de contenidos.
- Periodismo y comunicación en el marco de la Inteligencia Artificial.
- Radio educativa y rural: difusión y contenidos.
- Análisis de (des)información mediática.
- Estudios de recepción en las organizaciones.
- Comunicación y música.

Comenzaron su ciclo:

TEMAS SOMBRILLA 2024-1

1. Periodismo cultural: otra mirada al acontecer social
2. Cine comunitario como herramienta de educomunicación en los territorios
3. Comunicación, periodismo y narrativas culturales contemporáneas

4. Investigación en comunicación y salud.
5. Comunicación y poder: tecnopolíticas, ciberactivismos y resistencias mediáticas de colectivos sociales
6. Reputación Corporativa
7. Comunicación y territorio
8. Salud mental explorada desde los cibermedios
9. Periodismo ambiental en Colombia: cubrimiento de los medios colombianos

Proyectos de aula

GRUPO DE INTERÉS	DOCENTE QUE ACOMPAÑA	AÑO DE CREACIÓN
Comunicación Deportiva	Deybis Zapata Correa	2024
Narrativa Cinematográfica	María Cristina Loaiza Pineda Manuel Javier Castrillón Medina	2024
Fotografía Etnográfica	Paola Tatiana Arboleda Velásquez	2024
Grupo de Interés Interinstitucional en Comunicación (Multitemático)	Manuel Javier Castrillón Medina, en colaboración con docentes externos de comunicación (UCO, Unilasallista, Uniminuto Bello)	2024
Narrativas Ácidas (Comunicación Audiovisual)	Rubén Darío Morales Castaño	2023
Leersé (Fomento de Lectura)	Carolina Echavarría Osorio	2022

9 ³ / ₄ (Realidad Ficcional)	Claudia Cecilia García Montoya	2022
Sextante Digital (Periodismo)	Julián David Zuluaga Agudelo	2021

De los grupos mencionados, algunos están contemplando la posibilidad de formalizarse como semilleros para el año 2025. Es de aclarar que por la naturaleza de los procesos no se espera que todos se inscriban bajo dicha figura, considerando la amplitud de intervención de la Comunicación - Educación.

Para el semestre 2024 - 2 se proyecta la reapertura del grupo de interés en Comunicación Organizacional.

Internacionalización y cooperación interinstitucional

Entre el 31 de enero y el 20 de junio de 2024 desde el Programa acompañamos el proceso de Internacionalización, de acuerdo con los requerimientos y las especificidades del Plan de Mejoramiento Mantenimiento e Innovación, entre otras actividades que se presentaron en el plan de trabajo 2024-I:

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	EVIDENCIAS
0. Reuniones de funciones sustantivas con los profesores de apoyo y el decano de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño.	0. En estas reuniones se fortaleció el relacionamiento entre las funciones sustantivas y los profesores de apoyo, las actividades y la visión conjunta de los aspectos a mejorar, para el desarrollo de las estrategias y conocer de primera mano los requerimientos, específicamente de internacionalización.	0. Reunión Funciones Sustantivas FCD Reunión 1: febrero 28 - En esta reunión estuvo citada también la OCRI. Reunión 2: marzo 20 Reunión 3: mayo 15 https://drive.google.com/drive/folders/18-3812JNbRpYoynvk-4MJvzzLIKKzD?usp=sharing

<p>1. Incremento y gestión de convenios de específicos de Investigación, Prácticas y Extensión, de tal manera que se fortalezcan las relaciones externas del programa, en el ámbito de desarrollo de las funciones sustantivas de Docencia, Investigación y Extensión.</p>	<p>Realizar gestiones con universidades y organizaciones afines y con puntos de contacto relevantes con el programa y las funciones sustantivas, para presentar propuestas que permitan la gestión de convenios en distintos frentes.</p> <p>1.1. Universidad Simón Bolívar de México: Gestión con la Universidad Simón Bolívar de México para doble titulación, Esta posibilidad se complejiza porque no es una universidad autónoma.</p> <p>1.2. Universidad de Colima Se realizó una reunión en la que se discutió la posibilidad de establecer programas de doble titulación entre la Universidad Católica Luis Amigó y la Universidad de Colima en áreas como publicidad, comunicación social y mercadotecnia.</p> <p>1.3. Capacitación doble titulación Universidad de Colima Posterior a la entrega de esta información, la Universidad de Colima compartió el material y grabación de la reunión que se encuentra como soporte de este informe.</p> <p>1.4. Otras gestiones de relacionamiento y actividades del programa con organizaciones aliadas para proyectos de extensión, salidas pedagógicas, redes, investigación, sistema de medios, clases espejo, invitados, ponencias, entre otros:</p> <p>Metro de Medellín - TalleraTe - Casa Italia - Universidad Pontificia Bolivariana - Universidad de Antioquia - Afacom - Festival de cine italiano Guarimba - Hospital San Vicente de Paúl - Telemedellín - De la Urbe, estos 3 últimos aliados de Sextante, sistema de medios. Uniminuto Villavicencio, The City University of New York (Medellín en Corto), Biblioteca Pública Piloto, Red Alfamed, Fundación Casa Teatro del Poblado, Universidad Cooperativa, Universidad de Costa Rica y Universidad Autónoma de Encarnación de Paraguay. Medios de</p>	<p>1.1. Planes de estudios compartidos entre las dos universidades y registro de reuniones realizadas y a realizar: https://drive.google.com/drive/folders/1iDOustNJYHwivPU66-mMf5SrSPPqWpmb?usp=sharing</p> <p>1.2. Carpeta compartida creada por el jefe de la OCRI con la Universidad de Colima. En esta carpeta se compartieron los planes de estudio de los dos programas con las cartas descriptiva o microcurrículos: https://drive.google.com/drive/folders/1mv3JNCp9cSp5w14K7E7PUnarWHqgNeU2</p> <p>Reporte de reunión inicial en la plataforma Read de IA, compartida por el jefe de la OCRI.</p> <p>1.3. Capacitación doble titulación Universidad de Colima - pantallazos, presentación y grabación del encuentro: https://drive.google.com/drive/folders/1XV4G29VQVYoYGWqD4CZahGFcSSghUjOb?usp=sharing</p> <p>1.4. El reporte de estas actividades y sus soportes se encuentran en el repositorio de las actividades de internacionalización del programa 2024-1: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ZepJFUs1yqQG5Uo5cZRT-L0fNy2vmFca72c8pLjMc4/edit?resourcerkey#gid=654809695</p> <p>1.5. Trámite de aceptación de práctica María José Macías: https://drive.google.com/file/d/1G-sG_EBP6WakSUNcVX2l-qRd_qUBpCmt/view?usp=sharing</p>
--	---	---

	<p>comunicación nacional: RCN, Caracol radio y televisión y el Sistema de Medios Públicos RTV, que hicieron parte de la Misión Bogotá, coordinada por el profesor Pablo Huertas.</p> <p>1.5. Prácticas laborales internacionales</p> <p>De igual forma se avanza en la sensibilización y entrega de información a los estudiantes sobre la posibilidad de realizar prácticas profesionales internacionales. Como resultado de estas conversaciones la estudiante María José Macías, tiene respuesta positiva de una empresa mexicana para realizar sus prácticas. El estudiante Santiago Zapata Mejía, quien si todo se da de forma satisfactoria, realizará su intercambio académico en España y espera explorar opciones de práctica profesional en ese país.</p>	
<p>2. Invitados nacionales e internacionales que ha recibido el programa como ponentes en actividades de extensión o como invitados a cursos específicos, ya sea desde la presencialidad o por medios virtuales</p>	<p>La sistematización de las actividades de Internacionalización en el aula de clase, en el instrumento diseñado para este fin en 2023, que permita tener información actualizada y pertinente sobre el relacionamiento local, nacional e internacional del programa y facilitar la participación desde lo presencial y virtual.</p> <p>2.1. Invitados nacionales e internacionales:</p> <p>Ana Lucía Mesa Franco - Universidad Cooperativa de Colombia Maribel Gaviria Castiblanco - Uniminuto Villavicencio Sergio Dávila Llinás - Fundación Casa Teatro El Poblado Sigifredo Escobar Gómez - Universidad de Antioquia María Cristina Gil Maya - Universidad Pontificia Bolivariana Sara Gómez Wooley - The City University of New York Mariana Anginho Évora - Instituto Universitario de Lisboa</p>	<p>2.1. Registro de información en el instrumento diseñado para este fin, que permita analizar la información y tener los soportes para cumplir con compromisos administrativos, indicadores y demás requerimientos del programa, la facultad y la universidad:</p> <p>https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ZepJFUs1yqQG5Uo5cZRT-L0fNy2vmFca72c8pLjMc4/edit?resourcekey#gid=654809695</p> <p>2.2. Portafolio que da cuenta de los profesores inscritos en clases espejo 2024-1:</p> <p>https://drive.google.com/drive/folders/1qiMkPowqOC9YtwKaPEEDa1BUvYynbll3?usp=sharing</p>

	<p>2.2. Clases espejo El programa contó un total de 18 profes inscritos para realizar clases espejo, esto da cuenta del interés por participar de este escenario que son el punto de partida para fortalecer el relacionamiento y proyectar otro tipo de convenios y participación en actividades académicas, artísticas y culturales.</p> <p>2.3. Misión Bogotá 2024-1 Misión Bogotá fue una actividad propuesta por el profesor Pablo Huertas y que fue aprobada para realizar en mayo y que permitió la visita de 32 estudiantes a medios de impacto nacional como RCN, Caracol radio y televisión y el Sistema Nacional de Medios Públicos RTVC. Los estudiantes visitaron Bogotá en 2 grupos: Mayo 19 al 22: 13 estudiantes Mayo 26 al 29: 19 estudiantes</p> <p>El resultado, de acuerdo con el profesor y algunos estudiantes, fue positivo. El profesor realizó la entrega de los informes correspondientes a la dirección de Extensión.</p>	<p>2.3. Soportes de BD de datos inscritos y registro fotográfico: https://drive.google.com/drive/folders/1fEpJ7DjFnQXiSjDEKhigh7KMgEif9WLL?usp=sharing</p>
<p>3. Participar en convocatorias externas de investigación y desarrollar proyectos de investigación cofinanciados</p>	<p>Socializar a través de los medios disponibles del programa y la facultad, las oportunidades identificadas para desarrollar proyectos de investigación que cuenten con cofinanciación internacional, nacional y local.</p> <p>3.1. Metro de Medellín En el semestre 2024-1 se acordó trabajar de forma conjunta con el Metro de Medellín en la conceptualización de una exposición denominada “Rutas visuales: arte mural y gráfica urbana en pequeño formato”, que se presentará durante el mes de octubre de 2024 en la sala de exposiciones de la Estación Suramericana. Los profesores que presentaron la propuesta y vienen trabajando hace cerca de año y medio en el relacionamiento con el Metro de Medellín son Verónica Morales - Diseño Gráfica y Carlos Suárez y</p>	<p>3.1. Propuesta expositiva aprobada por el Metro de Medellín 2024-2: https://drive.google.com/drive/folders/1Ge5j_PxoUrWzTkG1iorE5Ew4DvzB2tXE?usp=sharing</p>

	<p>María Elena Cadavid del programa de Comunicación social.</p> <p>3.2. Universidad de Antioquia y editorial</p> <p>Carlos Suárez es el profesor del programa que adelantó esa gestión para la realización de un proyecto sobre lectura y escritura que integra a la Universidad de Antioquia con la que se busca la oportunidad de publicar e investigar sobre diversos tipos de lectura, enfocados en este proyecto, en los micro libros. El convenio ya se encuentra firmado y tiene una duración de 10 meses.</p>	
<p>4. Promover la participación de los docentes en movilidad nacional e internacional</p>	<p>Difundir entre los profesores las oportunidades de postulación a pasantías y demás figuras que promuevan la movilidad de los docentes internos y externos.</p> <p>Se difundió la información, se asesoró y promovió la participación en los programas de movilidad para las y los profesores que quisieran aplicar a las oportunidades presentadas por la OCRI en el 2024-1 como el Programa de Intercambio Pila - México / Brasil. A esta convocatoria aplicó la profesora Elizabeth Duque Aristizábal.</p> <p>También, se promovió la participación de los y las profesoras en la convocatoria de la Universidad del Valle de Atemajac de México, a la que aplicaron los profesores Juan Pablo Londoño y María Cristina Loaiza.</p> <p>Los y las profesores Claudia Herrera, Wilmar Daniel Gómez, Marlon Echavarría, Jaime alberto Rojas y la directora del programa Lina Rendón, participaron en el VI Congreso Nacional de AFACOM 2024: Comunicación, frontera, género y paz, los días 14, 14 y 15 de marzo en Cúcuta.</p> <p>Es importante resaltar en esta y varias de las actividades estrategias de internacionalización del programa, el apoyo la y el practicante comunicador de la OCRI y de la Facultad de</p>	<p>4. Gestión de movilidad profesores y profesoras:</p> <p>https://drive.google.com/drive/folders/1XLW_n6YtWyNWAAnIADG7_n_e_5lyCPCK?usp=sharing</p>

	<p>Comunicación Publicidad y Diseño, Stefany Noreña y Julián Ochoa respectivamente. Su trabajo fue muy destacado durante el 2024-1 y fue clave para difusión y generación de contenido que apoyara la difusión de la información de movilidad entre estudiantes y profesores y profesoras.</p>	
<p>5. Fomentar la movilidad en doble vía</p>	<p>Acompañamiento y seguimiento a los estudiantes entrantes, salientes para facilitar sus procesos de adaptación y situaciones de alerta que requieran apoyo y asesoría y prospectos para entregar información que lleve a tomar una decisión informada y asertiva. Campañas digitales en articulación con el comunicador de la facultad para difundir información sobre becas, eventos informativos, experiencias y demás especificidades de las experiencias y oportunidades.</p> <p>Los seguimientos a las estudiantes son muy relevantes porque dan cuenta de las complejidades del semestre en términos de acompañamiento que fue exigente, especialmente con las estudiantes salientes María José Macías y Sara Álvarez y entrante con Fátima Quintana. Además, es importante resaltar que las estudiantes entrantes de la Universidad Cooperativa de Colombia, Danny Trujillo y Laura Granda, no atendieron los llamados para el acompañamiento ni para la estrategia de comunicaciones. Su posición fue displicente e, incluso, irrespetuosa al no contestar los mensajes, no concretar las reuniones de seguimiento y en el momento que la aceptaron para el 6 de mayo, luego de mucha insistencia, no asistieron, no cancelaron, ni respondieron ningún mensaje posterior. A ese encuentro también estaban citados Stefany y Julián para proponer la generación de contenido que promoviera la movilidad académica. En conclusión, fue imposible tener un contacto efectivo con las estudiantes y no se logró realizar el acompañamiento ni la estrategia comunicativa.</p>	<p>Registro fotográfico, publicaciones y piezas gráficas: https://drive.google.com/drive/folders/1uB6uKLxc5K3qF1BnB01RfBoicolOPjzs?usp=sharing</p> <p>seguimientos a estudiantes entrantes y salientes 2024-1: https://drive.google.com/drive/folders/1rE8cWkuA6kph8C56rJ4h9KtoTjLhWVrH?usp=sharing</p> <p>BD de seguimiento y asesorías a estudiantes que aspiran a realizar intercambio académico: https://docs.google.com/document/d/1QdJ1-C5BWvA9hAPhlPhGHNJbxbkh9F7bTUFKlnH0fuVE/edit?usp=sharing</p>

	<p>Es también importante que el acompañamiento a las estudiantes salientes, Manuela, María José y Sara, requirieron un acompañamiento riguroso y permanente las situaciones ya conocidas por la directora del programa y el jefe de la OCRI, que requirieron en el caso de Sara activación de ruta de atención a las violencias basadas en género; María José requirió acompañamiento jurídico para resolver un tema relacionado con el alquiler de su vivienda, así como acompañamiento para una posible práctica internacional; y, Manuela, con un tema de salud y la muerte de su abuelo.</p> <p>También fue clave la convocatoria de las becas ofertadas por la OCRI con distintas Universidades, que dio como resultado favorable el estudio y análisis de la postulación de María José Pineda- Universidad de La Salle México y Karla Cristina Restrepo al Programa Pila Universidad Autónoma de Sinaloa. Además de los estudiantes inscritos en la convocatoria regular de cada semestre en la que se destaca Carolina Monsalve y Santiago Zapata que postularon para realizar su intercambio en España en la Universidad Rey Juan Carlos. <u>La difusión y socialización de experiencias de intercambio tuvo una estrategia digital, en la que fue clave el rol de los practicantes Stefany Noreña y Julián Ochoa.</u></p>	
<p>6. Mantener relaciones nacionales e internacionales para la participación activa.</p>	<p>Iniciar procesos de análisis y viabilidad para la doble titulación con Universidades afines e interesadas en concretar los estudios de factibilidad y convenio. Este proceso puede incluir la realización de clases espejo, diplomados y proyectos COIL, que afiancen el relacionamiento y permitan una mejor visualización de las oportunidades de la doble titulación entre las universidades interesadas.</p>	<p>Procesos de doble titulación y su camino al estudio de factibilidad con las universidades afines. Los soportes ya están relacionados en los apartados anteriores.</p>

Extensión

- **Informe de prácticas Comunicación Social 2024_1**

Para el semestre 1-2024 hubo 229 estudiantes de Comunicación Social en desarrollo de procesos de prácticas. Experiencias que, por un lado, permiten a los estudiantes de últimos semestres del pregrado fortalecer sus conocimientos en la profesión y tener experiencias reales de lo que es, como su nombre bien lo dice, la puesta en práctica de la Comunicación Social. Por otro lado, este tipo de actividades también sirven al Programa para conocer, de primera mano, las necesidades comunicacionales que demandan los distintos sectores donde hacen presencia los practicantes. Se realiza mediante las conversaciones con los cooperadores (responsables de los estudiantes en las empresas) y con los mismos estudiantes. Información que después se socializa en los Comités de Prácticas y los Comités Curriculares de Comunicación Social para proponer y justificar ajustes en los contenidos de los cursos o para ampliar la oferta de las materias electivas y de extensión.

Así mismo, se logró identificar que de las 134 agencias de prácticas activas para el semestre 1-2024, se mantuvo una presencia igual de significativa a la de anteriores semestres en cuatro sectores: Educación, Salud, Público y BPO (*call centers*). Además, cabe destacar que se han reactivado prácticas en medios de comunicación, las cuales, aunque no llegan a ser tan numerosas como en los cuatro sectores anteriormente nombrados, sirven de escenarios de práctica a una parte de los estudiantes que tienen un interés especial en el periodismo. Caracol Televisión (Blu Radio), Caracol Radio, Telemedellín, Teleantioquia, El Colombiano, Quanta Televisión (Hora 13 Noticias).

En relación con lo anterior, el 9% de los estudiantes en práctica en el semestre 1-2024 lograron vincularse laboralmente, durante o una vez finalizada la práctica, a las organizaciones donde hacían ejercicio de la profesión. Cifra que permite entender otro de los aspectos claves del proceso: la generación de oportunidades laborales que se crean en las prácticas profesionales. Algo que no se debe solamente al buen desempeño de los practicantes, sino también al trabajo que ellos, los estudiantes, desarrollan en la parte académica del curso junto a los docentes-asesores, dado que es en esos trabajos orientados por los profesores donde los jóvenes alcanzan a gestar proyectos -estrategias y acciones de mejora- de valor para las comunicaciones de las empresas; los cuales se convierten después en la mejor carta de presentación y experiencia para optar a convocatorias internas.

En general, el primer semestre del 2024 ha sido un periodo de prácticas positivo tanto para los estudiantes como para las agencias de prácticas y el programa académico. Para el próximo semestre (2-2024), se planifica la realización de "Del Saber a la Práctica", una jornada académica dedicada a la socialización de las experiencias prácticas. Además, se iniciará una suerte de experimento con los videos de socialización de prácticas, utilizando las grabaciones verticales, con el

objetivo de alinearse con los hábitos de consumo y los formatos de las redes sociales que sirven de canales de comunicación a la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño.

Inducción a Prácticas de Comunicación Social

Como cada semestre, los aspirantes a desarrollar prácticas de Comunicación Social asistieron a una reunión informativa crucial para prepararse adecuadamente antes de iniciar sus prácticas. Durante la sesión, se les explicó en detalle los diferentes tipos de vínculos formativos y las particularidades de los cursos. Además, se enfatizó la importancia de las habilidades blandas, la sincronización de las fechas de inicio y finalización de los procesos con el calendario académico de la Universidad, y las responsabilidades que asumen al inscribirse y participar en los procesos de prácticas. Esta orientación integral asegura que los estudiantes estén bien informados y preparados para maximizar su experiencia práctica.

Videos de socialización de Prácticas

Dentro de los objetivos académicos de los cursos de prácticas, y como parte de la estrategia para divulgar las actividades de los jóvenes en las empresas, se implementó nuevamente la estrategia de redes. En esta iniciativa, los estudiantes comparten y socializan sus experiencias y procesos de prácticas, permitiendo una mayor visibilidad y comprensión de su trabajo en el ámbito profesional.

PRACTICANTE	AGENCIA	ACTIVIDADES	VÍNCULO/VIDEO
Susana Rivera Valderrama	Su continuo aprendizaje en su proceso de práctica en Universidad Eafit	Dentro de la experiencia de práctica de Susana Rivera en Educación Continua de Eafit, la estudiante de Comunicación Social de la Universidad Católica Luis Amigó ha logrado desarrollar dos aspectos importantes para el ejercicio de la profesión por estos días: la potenciación de la creatividad y el pensamiento estratégico. Habilidades cognitivas en pro de su quehacer y de los objetivos misionales del equipo del que hace parte.	https://www.youtube.com/watch?v=3EneVw-tHMI

María Antonia Palomino García	Una práctica que combina la Comunicación Organización al con el Periodismo Teleantioquia	Pocas experiencias de prácticas permiten a los estudiantes de Comunicación Social combinar actividades de periodismo y comunicación organizacional en una misma experiencia. No obstante, en el caso de María Antonia Palomino, su buen desempeño en la comunicación interna de Teleantioquia y sus capacidades para la presentación y gestión periodística, le dieron la posibilidad de hacer parte de algunos de los contenidos informativos del canal.	https://www.youtube.com/watch?v=XaAPFdEvEQA
Juan Pablo Guzmán Sánchez	El enfoque audiovisual de las comunicaciones es en la Clínica CES	La comunicación audiovisual requiere mucho más que un manejo óptimo de cámaras, micrófonos y programas de edición. Es en la estrategia y planeación de los contenidos donde se originan las ideas que después se materializan en videos y fotografías. En su práctica, Juan Pablo Guzmán logra articular estos dos aspectos de la producción audiovisual, y los resultados saltan a la vista.	https://www.youtube.com/watch?v=BtECmY1EN3g
Susana Gutiérrez López	Su rol como practicante en la Universidad Católica Luis Amigó	La Oficina de Comunicaciones y RR. PP. de la Universidad Católica Luis Amigó sirve de escenario de prácticas para los estudiantes de Comunicación Social. Agencia de prácticas que permite a los jóvenes una experiencia integral de la gestión en comunicaciones, con funciones que van desde la gestión de la comunicación interna hasta la producción de contenidos audiovisuales para las redes sociales de la Universidad.	https://www.youtube.com/watch?v=XIBIBHpEYG4

Graduados

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	EVIDENCIAS
-----------	-------------	------------

1. Seguimiento a graduados:

1.1. Apoyo en el desarrollo y difusión de las campañas de actualización de acuerdo con la oferta.

Se lograron promover ofertas académicas, de capacitación y actualización, como fue el caso del evento en el que nos acompañó en la institución la empresa Magneto,

1.2. Apoyar en la aplicación del formulario de actualización y/o estudio de seguimiento según sea el caso.

1.3. Seguimiento de la actividad actual del profesional, caracterización.

2. Vinculación a la vida institucional:

2.1. Proyecto de práctica Julián Ochoa con acompañamiento de graduados del programa de Comunicación social-podcast Facultad que incluye episodios con graduados.

2.3. Divulgación de candidatos y sus propuestas para la votación.

2.4. Apoyo al desarrollo del proceso de las elecciones

1.1. Entre los meses de marzo y mayo se realizó la convocatoria en redes sociales como instagram y chats de graduados del programa y la Facultad y se acompañó el desarrollo del evento de forma presencial.

https://drive.google.com/drive/folders/1DfLq-tiJpXOU0eXwpiKKHtXG9DJ1uIGH?usp=drive_link

1.2. Luego de realizar reuniones con la dirección del programa y la coordinación de graduados para conocer el estado actual de las encuestas y la muestra solicitada, el 21 de mayo se realizó la capacitación a la estudiante del programa de comunicación Anlly Vergara, quien nos estará apoyando en esta tarea. Los soportes sobre la difusión del formulario de seguimiento y encuentros para concretar la realización de las encuestas en:

https://drive.google.com/drive/folders/1aq98VYwppXJ1ImgfVPhj-q-wKphj7L?usp=drive_link

1.3. Se logró hacer la caracterización de cerca de 10 graduados del Programa que se han destacado en el campo laboral y profesional. De igual manera es una actividad que continuará en los meses de junio y julio de 2024.

2.1. Se apoyó y logró definir con el comunicador practicante el desarrollo de su proyecto de práctica enfocado en la realización de podcasts, que tendrán también como protagonistas a graduados del programa. Se definió la estructura y tenemos definidos cuatro graduados para que participen de los primeros episodios. Se espera que el primer episodio se produzca en junio de 2024.

2.3. 2.4. Desde el mes de marzo de 2024 se inició la estrategia comunicativa que buscó que los graduados del programa se postularan a la elecciones a Órganos Colegiados.

El trabajo arrojó resultados

16:39



1.3. En el siguiente link se podrá verificar la caracterización:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1GzFODJK1MMON0ARxTXZVphpxumoe3cas/eedit#gid=2113977818>

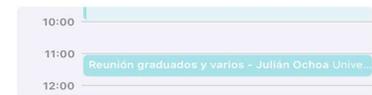
11:02

< 8 mar Detalles Editar

Reunión graduados y varios - Julián Ochoa

Universidad Católica Luis Amigó piso 6

viernes, 8 de mar de 2024
de 11:00 a 11:45



Calendario • maria.cadavidra@amigo.e... <

Invitados 1 >

• p.comunicacion@amigo.e...

16:42

< 1 Graduados Facultad de C... Alejandro, Alex, Cook, Cristina, Da...



<p>3.Relacionamiento con el sector externo:</p> <p>3.1. Llevar registro actualizado y pertinente de los empleadores de los graduados Amigonianos. Iniciando con las prácticas profesionales.</p> <p>3.2. Grupos focales con empleadores "SINERGIA"</p>	<p>3.1. Durante el mes de abril y mayo, combinado con el trabajo de divulgación de las elecciones, se inició el registro de empleadores.</p> <p>3.2. Se realizaron reuniones en las que se ha abordado el tema y se han dado instrucciones sobre la realización del evento y la idea es iniciar la construcción de una base de datos con empleadores potenciales de la Facultad, aproximadamente de diez, sería el cupo.</p>	<p>3.1. El registro de los empleadores puede verse en: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1PccxwyDSrpEVGQokw8tVjgcMHb087c-u/edit#gid=774315228</p> <p>3.2. Se espera en julio de 2024 iniciar la construcción de la base de datos con las directoras de los programas de la Facultad y el decano.</p>
<p>4. Actividades Administrativas:</p> <p>4.1. Participación en reuniones de seguimiento al plan de trabajo semestral. (reunión los últimos jueves de cada mes).</p> <p>4.2. Revisión de informe de graduados y empleadores. Estudios de percepción: análisis de data de encuestas (Autoevaluación).</p> <p>4.3. Evento de socialización factor octubre 31 de 2024.</p>	<p>4.1. Se realizaron reuniones con la directora del Programa para revisar el PMMI y la pertinencia del plan de trabajo para graduados durante el 2024-1.</p> <p>4.2. Se realizaron dos reuniones con la coordinación de graduados y la dirección del Programa.</p> <p>4.3. Se empezó a proyectar el evento y se convocó al comunicador de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño, Julián Ochoa</p>	<p>4.1. El soporte de las reuniones en general con la coordinación de graduados puede verse en: https://drive.google.com/drive/folders/1MX3YIzaltWQFzM10opXoUsFv-pauLEY9?usp=drive_link</p>  <p>https://drive.google.com/drive/folders/1MX3YIzaltWQFzM10opXoUsFv-pauLEY9?usp=drive_link</p>

Otros proyectos del programa de Comunicación Social

- Sistema de Medios Sextante 2024_1
- Expo Sextante, Feria de Periodismo Universitario

Sextante, Sistema de Medios, y su feria de periodismo universitario Expo Sextante			
Estrategia	Acciones	Componentes vinculados	Cursos vinculados
Plan de Integración Curricular	Producción edición número 46 de Sextante Prensa	Periodismo Producción Audiovisual	Producción de Prensa Fotografía y Diseño y Diagramación
	<p>12.a edición Expo Sextante Feria de Periodismo Universitario. Miércoles 15 de mayo de 2024, pasillo La Iguaná.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participaron 70 expositores de los distintos semestres del Programa. Por cuarta oportunidad, participan los estudiantes de Publicidad de los cursos Radio y Música Publicitaria. • Se presentaron 25 productos. 	Periodismo Producción Audiovisual	Producción de Prensa Periodismo Virtual Producción e Información Radial Periodismo y Medios Alternativos Edición y Producción

OBSERVACIONES

Por segundo año consecutivo, Sextante Radio se presentó, en mayo de 2024, a la convocatoria del Premio Reportaje Radio Francia Internacional; en esta ocasión participó con el trabajo **Rostros invisibles, historias detrás de la Trata de Personas en Colombia** producido por la estudiante María Melissa López Salazar y el director del medio Julián David Zuluaga Agudelo.

Como novedad, Sextante Prensa en su edición 46 hizo una apuesta por incluir un mayor número de ilustraciones para dinamizar la parte gráfica. Los artículos versaron sobre dos agendas temáticas: la reconfiguración de la identidad antioqueña y las discusiones sobre la acción climática. Se destaca el artículo de páginas centrales titulado **Frente al Plan de Acción Climática 2020 – 2050**, hay que pasar de las promesas a los actos, elaborado por la estudiante María Camila Gaitán Casallas.

La 12.a edición Expo Sextante, celebrada el miércoles 15 de mayo de 2024, permitió dar continuidad a las acciones de integración curricular. En esta oportunidad, el docente Alejandro Estrada Agudelo lideró, con sus estudiantes del curso Edición y Producción, la realización de varios VTR, cuyo tema central fue el aniversario 25 del Programa de Comunicación Social. Graduados, profesores fundadores del programa y estudiantes destacados dieron su testimonio en los pregrabados que fueron emitidos durante las casi 6 horas de transmisión en directo a través de las redes de Sextante, Sistema de Medios.

Los estudiantes de los cursos Música Publicitaria y Radio Publicitaria participaron, por cuarta ocasión, en Expo Sextante. Destacable el trabajo del docente Jhon Morales del Programa de Publicidad.

El 16 de mayo de 2024, Sextante, Sistema de Medios, convocó a graduados, docentes, estudiantes, empresas y medios aliados para celebrar juntos los 25 años del Programa de Comunicación Social, una noche emotiva en la que, aparte de entregar el Premio Sextante a los ganadores de las distintas categorías de la feria de periodismo universitario, se reconoció de manera especial las empresas y personas que se refieren a continuación por su aporte fundamental al Programa en sus años de trayectoria:

Por el Hospital San Vicente Fundación recibió el galardón Ana Catalina Osorio, jefe de Comunicaciones de la institución; por Noticias Telemedellín, Juan Guillermo Sanmartín y Andrés Noreña, editor general y director del sistema informativo respectivamente; por De La Urbe, de la Universidad de Antioquia, Ximena Forero, directora del laboratorio periodístico; por el Programa de Comunicación Social de la Universidad EAFIT, en sus 20 años, el docente Carlos Mario Correa. Además, fueron reconocidos

Francisco Vanegas Pulgarín, uno de los docentes fundadores del Programa de Comunicación Social de la Universidad Católica Luis Amigó, y el graduado del Programa Jorge Luis Mora Rocha, Premio Nacional de Periodismo Simón Bolívar en 2023. En la ceremonia participó el grupo Solle, colectivo artístico institucional de la Universidad Nacional, sede Medellín.

Sextante Digital, uno de los medios adscritos a Sextante, Sistema de Medios, conformó durante 2024_1 su nuevo grupo de interés compuesto por los siguientes estudiantes: Leidy Mariana Arboleda Rivera, Marisabel Londoño Giraldo, Brandon Yordano Cardona Álvarez, Estefanía Sánchez Hernández, Emily Mangonés Franco, Leidy Mariana Agudelo Aguirre, María Paulina Molina Jaramillo, Andrea Quintero Posada y Juan Fernando Montoya Calle. La practicante de Sextante, Sistema de Medios, Isabel Cristina Foronda Foronda, dinamizó el equipo y bajo su liderazgo se lograron producir dos especiales periodísticos: **Reforma a la Salud: Colombia se enfrenta a un océano de incertidumbre**, publicado el 29 de abril, y **Equidad en la donación de sangre: la voz de la comunidad LGTBQ+**, publicado el 14 de junio de 2024.

El 31 de mayo de 2024, en la Corporación Universitaria Lasallista, Unilasallista, Sextante, Sistema de Medios, participó de la VIII Muestra Académica organizada por el Programa de Comunicación Social – Periodismo de dicha institución. Allí la practicante Isabel Cristina Foronda compartió una ponencia que dio cuenta de la experiencia Sextante en clave del sistema de medios. Al evento asistieron los docentes Julián David Zuluaga Agudelo, coordinador general del Sistema de Medios, y Wilmar Vera, coordinador del Componente de Periodismo y de Sextante Prensa.

El docente coordinador de Sextante, Sistema de Medios, Julián David Zuluaga Agudelo, participó en calidad de co-coordinador académico de la Mesa de Periodismo y Nuevas Narrativas del IX Congreso Internacional de Comunicación Estratégica, Inspirar para crear, Crear para inspirar, organizado por la Universidad de Medellín, que se realizará el 6, 7 y 8 de noviembre de 2024. En el certamen, en el que participarán 19 países y 36 ciudades de Colombia, el docente Zuluaga Agudelo presentará la ponencia **Sextante Radio, una apuesta pedagógica por el periodismo universitario desde el lenguaje sonoro** y el docente Wilmar Vera, la ponencia **Hacer periodismo contra viento y marea: 22 años de Sextante Prensa de la Universidad Católica Luis Amigó**.

Programa de Publicidad

El Programa de Publicidad recibió la acreditación en alta calidad en 2023-2.

Docencia

- **Asuntos estudiantiles**

Estudiantes nuevos	39
Estudiantes antiguos	303
Estudiantes totales	342
Graduados	35

- **Asuntos docentes**

Tiempo completo (indefinido, calendario y académico)	6
Tiempo completo semestre académico	8
Medio tiempo semestre académico	1
Cátedra	3
Total docentes	18

Académico

Electivas nuevas

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
Planner	Este curso aborda las habilidades teóricas y prácticas necesarias para conceptualizar y desarrollar estrategias publicitarias efectivas, capacitar a los estudiantes en la comprensión profunda del comportamiento del consumidor, proporcionando herramientas analíticas para identificar y segmentar audiencias de manera precisa.
Marketing experiencial	Nos direcciona a estrategias de venta que sitúan al cliente en el centro. El cliente no solo es partícipe del uso del producto que se está promocionado, sino que adquiere el rol de protagonista. El marketing experiencial es una estrategia publicitaria centrada en estimular los sentidos y las emociones del consumidor para crear en ellos una experiencia única que solo podrá conseguir con dicha marca.
Contexto sociopolítico	Los retos y el contexto social contemporáneo no puede verse como un asunto de revisión sólo dada a las áreas de estudio de la política, por el contrario, debido al complejo, híbrido y asimétrico escenario donde interactúan diversos factores comunicacionales, publicitarios, cognitivos, identitarios, propagandísticos, de mensajes y de interacciones entre diversos actores.

Proyectos aula

La propuesta de valor del Programa de Publicidad en aras de continuar con una formación de alta calidad a sus estudiantes, desde las metodologías impartidas en clase, se realizan proyectos que acerquen al estudiante al ámbito laboral con ejercicios que desarrollan competencias y habilidades en resolución de problemas, pensamiento crítico y estrategias enfocadas en comunidades, empresas y agencias. Los proyectos aula realizados este semestre son:

PROYECTO AULA	DESCRIPCIÓN	EVIDENCIA
Proyecto Aula – Moda Circular en Kasa	<p>Docente: Lina María Martínez</p> <p>Curso: Mercadeo</p> <p>Descripción: En el marco del curso de mercadeo del programa de publicidad, los estudiantes participaron en un proyecto aula enfocado en desarrollar una ruta estratégica de marca para "MODA CIRCULAR EN KASA".</p>	

		
<p>Proyecto Aula Estanterías Medellín</p>	<p>Docente: Maria Elisa Rojas Curso: Marketing Digital G2</p> <p>Descripción: Este proyecto aula consistió en el desarrollo de una estrategia de marketing digital para clientes reales en función de avanzar por las 4 fases del embudo de un proceso de marketing awareness, engagement, conversión y fidelización, de cara a resolver las necesidades de mercadeo comercial de sus emprendimientos apalancados en medios digitales.</p>	
<p>Reto Convergencia Creativa EPM</p>	<p>Docente: Lina María Martínez Gutierrez Curso: Electivas</p> <p>Descripción: realiza proyecto aula con el director de “A tu Puerta EPM” David Guerrero donde estudiantes participan en la creación de una campaña publicitaria. 65 estudiantes participaron con 16 propuestas.</p>	

		
<p>Proyecto Macondas</p> <p>Aula –</p>	<p>Docente: Maria Elisa Rojas</p> <p>Curso: Marketing Digital G1</p> <p>Descripción: Este proyecto de aula se centró en diseñar una estrategia de marketing digital para clientes reales, avanzando a través de las cuatro fases del embudo de marketing: conocimiento, compromiso, conversión y fidelización. El objetivo fue satisfacer las necesidades comerciales de sus emprendimientos mediante el uso de medios digitales.</p>	
<p>Muestra creativa</p>	<p>Docente: Yahaira Castro</p> <p>Curso: Psicología Publicitaria</p> <p>Descripción: Proyecto aula que consiste en un espacio de conexión a través de la temática del amor en todas sus formas. Se propone como punto de referencia las tendencias, que convertidos en ideas sean productos o servicios que acompañen lo cotidiano</p>	

		
<p>Podcasts Mi Vereda Modelo – Ejercito Nacional de Colombia y Alcaldía de Caicedo, Antioquia</p>	<p>Docente: Jhon Esteban Morales Quintero</p> <p>Curso: Radio Publicitaria</p> <p>Descripción: en conjunto con el Programa de Comunicación Social de la Universidad Católica de Oriente con la orientación del docente Daniel Andrés Ospina Hurtado proponen el trabajo colaborativo entre los cursos de Radio Publicitaria y Producción Radial con el fin de realizar una serie de capítulos de podcasts que giran en torno al proyecto mi vereda modelo del Ejército Nacional de Colombia el cual se ejecuta en la vereda Romeral del municipio de Caicedo, Antioquia.</p>	
<p>Raíces que inspiran</p>	<p>Docente: Jimena Isaza Álvarez</p> <p>Curso: Campaña publicitaria de bien social: Taller central</p> <p>Descripción: Se desarrolló una campaña publicitaria de bien social llamada “raíces que inspiran”, que buscó educar a la comunidad de la Vereda El Romeral del Municipio de Caicedo Antioquia, durante el proyecto de Mi Vereda Modelo del Batallón de Acción Integral N° 7 del Ejército Nacional, sobre el desarrollo rural desde los emprendimientos productivos, su</p>	

	<p>cultura, el entorno y las posibilidades del territorio.</p>	
--	--	---

Trabajo de grado

El curso de **Trabajo de Grado II** abarca una etapa en la que se profundiza la conexión con el área específica de la publicidad, mediante la adaptación de la propuesta de investigación formativa y aplicada, la determinación de técnicas y la creación de herramientas de recolección de datos, el análisis de la información recopilada y la redacción académica.

Además, se ha demostrado que una de las razones del bajo nivel de investigación entre los estudiantes del programa de Publicidad es que no han recibido formación adecuada para ello. En este contexto, en el curso de **Trabajo de Grado II** se concretan estas reflexiones y estudios teóricos en propuestas aplicables a contextos específicos, promoviendo mejoras en sus áreas de desempeño.

Es importante aclarar que la dinámica de trabajo durante este curso consiste en asesorías por parte de los respectivos asesores de los proyectos, y para estos espacios, si bien cada docente lo acuerda de manera personalizada con los estudiantes, los espacios de asesoría deben ser continuos y regulares, como mínimo, una vez a la semana del semestre académico. Lo anterior, permite realizar el seguimiento y gestión asertiva del proceso. Durante 2024_1

Dentro de las temáticas trabajadas durante el semestre en trabajo de grado II están:

- Mensajes normativos en campañas de seguridad vial. Estudio de caso “Bájale al acelerare”
- Principios de propaganda en la Segunda Guerra Mundial y el conflicto entre Rusia y Ucrania.
- Estrategias del visual merchandising y su impacto en el comportamiento de los consumidores: caso marcas GEF y Punto Blanco en la ciudad de Medellín.
- Perspectiva de las tendencias en alimentación saludable desde la publicidad en Medellín
- Narrativa audiovisual publicitaria a partir del jingle navideño de la marca Café Águila Roja
- Publicidad Social y Turismo Sostenible: Una Mirada al Parque Lleras
- Éxito: ¿Publicidad social o publicidad institucional?
- Propaganda como medio de difusión en la red social X para la formación de opinión pública ciudadana, en la Paz Total de Colombia.
- Estrategias publicitarias y comunicacionales efectivas en Instagram y TikTok aplicadas por las marcas colombianas de streetwear (Mattelsa, True y Undergold) durante 2022.
- Efectos de las estrategias publicitarias de productos cosméticos dirigidas a las niñas y adolescentes como promesa de belleza.
- Influencia del neuromarketing en la elección del consumidor sobre la preferencia en el restaurante AUHRA en Medellín: Un estudio de caso.

Internacionalización y cooperación interinstitucional

La internacionalización y la cooperación interinstitucional son dos pilares fundamentales del programa de Publicidad de la Universidad Católica Luis Amigó. Estas estrategias se han implementado con el objetivo de formar profesionales en Publicidad que sean competentes en el ámbito global y que estén preparados para enfrentar los retos que el contexto plantea en un entorno cada vez más competitivo e interconectado.

Este apartado tiene como objetivo presentar un balance de las acciones realizadas en materia de internacionalización y cooperación interinstitucional durante el año 2024-1 El informe describe las acciones realizadas en términos de internacionalización y relacionamiento externo, además de cooperación interinstitucional de docentes y estudiantes, en donde se tiene:

FECHA	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
10/02/2024	Participación de ponentes Internacionales y Nacionales – Contexto Socio y Geopolítico	El docente Jorge Andrés Rico fue partícipe del Encuentro Internacional sobre contexto socio y geopolítico en la Especialización en RRPP de la Universidad Católica Luis Amigó. Se tuvieron invitados de Argentina, El Salvador, Chile y Colombia. El encuentro se realizó de forma virtual a través de Google Meet.

19/02 2024	Inscripción en la Convocatoria Conexión Global 2024 – Universidad Católica Luis Amigó	Se acogió la convocatoria de la Oficina de Cooperación Institucional y Relaciones Internacionales (OCRI) para actividades como clases espejo y proyectos COIL con otras instituciones nacionales e internacionales. Se participó con los cursos de Música Publicitaria y Radio Publicitaria.
22/02/20 24	Visita del Batallón de Acción Integral de la Séptima División para Proyecto Aula con el curso de Campaña Publicitaria de Bien Social	Participó en este encuentro Erika Ríos, administrativa encargada del proyecto “Mi Vereda Modelo”, con el cual realizará un proyecto aula en el curso de Campañas Publicitarias de Bien Social, orientada por la directora del Programa.
23/02/20 24	Resultados Convocatoria Conexión Global 2024 – Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA)	El docente Jhon Esteban Morales Quintero fue parte de la convocatoria Conexión Global 2024 de la Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA) de México.
25/02/ 2024	Revista Geodese – Libro Relaciones Civiles – Militares y su Entendimiento para el Conflicto Armado Interno Colombiano	El docente Jorge Andrés Rico Zapata, autor del libro “Relaciones Civiles – Militares y su Entendimiento para el Conflicto Armado Interno Colombiano” fue recomendado en el volumen número 14 de la Revista Geodese,
26/02/20 24	Visita al municipio de Caicedo, Antioquia para proyecto Aula – Jimena Isaza Álvarez	Realizó visita al Batallón de Acción Integral y la Alcaldía del municipio de Caicedo, Antioquia, para obtener un primer diagnóstico de la vereda Romeral, con el fin de adelantar el Proyecto de Aula para el curso de Campañas Publicitarias de Bien Social.
27/02/ 2024	Sesión Inaugural – Semillero de Investigación Geópolis	El coordinador del semillero de investigación Geópolis , Jorge Andrés Rico Zapata, realizó la conferencia “El Salvador y su Contexto Geopolítico y el caso Bukele”, orientada por el licenciado en Relaciones Internacionales, Héctor Adolfo Rodríguez, desde El Salvador.
28/02/20 24	Clases Espejo – Universidad Católica de Oriente – Programa de Comunicación Social	El docente Jhon Esteban Morales Quintero realizó un proyecto COIL y clases espejo en la Universidad Católica de Oriente en el Programa de Comunicación Social en la asignatura Producción Radial II. El par fue Daniel Ospina Hurtado, con la clase de Radio Geolocalizada y Reportaje, Crónica y Noticia en el ámbito publicitario en el curso de Radio Publicitaria. Morales Quintero realizó la primera clase de Podcast/Vodcast y la segunda sobre Cuñas y Jingles Publicitarios.
29/02/20 24	Visita en el curso Procesos Creativos	La docente Luisa Montalvo Arroyave tuvo como invitado al grupo Morenito Inc. en el curso de Procesos Creativos.

01/03/2024	III Foro de Investigación en Diseño – Universidad de Palermo	Las estudiantes Laura Macía Álvarez y Catalina Fina Ruiz, del Semillero de Investigación Publicitaria Émico, al igual que el coordinador de mismo, Jhon Esteban Morales Quintero, fueron ponentes "Sellos frontales octogonales con advertencias nutricionales: ¿una herramienta efectiva para reducir el consumo de frituras y alimentos procesados?", de manera virtual con Argentina
01/0232024	Participación como Jurado de Artículo de Revista	El docente Jorge Andrés Rico Zapata fue Jurado Evaluador / Par Ciego en la Revista Estudios Políticos de la Universidad de Antioquia.
05/03/2024	Conferencia “El Audio para Podcast y Streaming” – Jhon Esteban Morales Quintero	En conjunto con la dirección del Programa, realizaron relacionamiento externo con la empresa bogotana AVCOM, distribuidora de Audiotechnica, Adam Audio y Focusrite para Colombia, con la conferencia “El Audio para Podcast y Streaming”, por parte de Juan Luis Méndez, especialista de producto audio para Colombia.
20/03/2024	Taller de Estampación – DAAG Estampados	La docente Daniela de los Ríos Hernández realizó una salida pedagógica con sus estudiantes del Curso de Producción y Materiales a DAAG Estampados. Esta evidencia está en el Grupo 1.
21/03/2024	Taller de Estampación – DAAG Estampados	La docente Daniela de los Ríos Hernández estuvo en una salida pedagógica con sus estudiantes del Curso de Producción y Materiales a DAAG Estampados. Esta evidencia está en el grupo 2.
21/03/2024	Pequeño Teatro de Medellín - Paula Andrea Bedoya	En el curso de Marketing de experiencias, se realizó una salida pedagógica en donde los estudiantes encontraron desde el hacer y la práctica el entendimiento sobre cómo los estímulos sensoriales que hacen parte de la puesta en escena, el desarrollo de la narrativa en lo actoral y su generación de experiencia para la audiencia.
23/03/2024	Safari Tipográfico (Salida Pedagógica)	La docente Aura María Florian Morales realizó una salida pedagógica llamada “Safari Tipográfico” en el centro de Medellín, con los estudiantes del curso de Identidad e Imagen Corporativa. El Safari Tipográfico consiste en la recopilación visual de aquello se considera "basura" tipográfica de la ciudad de Medellín
23/03/2024	La pauta digital en el plan de medios. Invitado Julián Yepes	La docente Estefanía Preciado Santa, en el curso de Planificación y Negociación de Medios, tuvo como invitado a Julián Yepes, Comunicador Social. (Social Media Ads Manager Trafficker SEM Manager Meta Ads Google Ads Google Analytics Marketing Digital Leader)
01/04/2024	Árbitro Evaluador de la Revista Estudios de la Seguridad Ciudadana	El docente Jorge Andrés Rico Zapata fue invitado como evaluador de la Revista Estudios de la Seguridad Ciudadana de la Universidad de Ciencias de la Seguridad del Estado de Nuevo León, México

02/04/2024	Invitado especial al Semillero de Investigación Geápolis	El docente Jorge Andrés Rico Zapata tuvo como invitado especial en el semillero Geapolis, a Luis David Caro (Venezuela) – Politólogo para realizar un análisis de la situación sociopolítica venezolana.
02/04/2024	Evaluador VI Encuentro Interno de Semilleros De Investigación Multicampus – EISIM 2024 – UPB	El docente Jorge Andrés Rico Zapata participó como par evaluador en este encuentro. .
06/04/2024	Invitada a clase de Planificación y Negociación de Medios	La docente Estefanía Preciado Santa, en el curso de Planificación y Negociación de Medios, invitó a Daniela Crespo García, con la temática Publicidad en Punto de Venta.
10/04/2024	Fine Art Photography Awards	El docente Pedro José Jaramillo Londoño estuvo en el Concurso Internacional Fine Art Photography Awards en Estados Unidos. Resultó nominado en la categoría de Fotografía Callejera.
16/04/2024	Invitados a Clase – Inside Agencia de Publicidad Local	La docente Vanessa Sanguino García realizó un conversatorio con invitados externos de la agencia Sra. Lola (Antonio Carvajal y Diana Lorena Chica)
18/04/2024	Programa de Internacionalización para Docentes - UNIVA GOAL 2024	El docente Jhon Esteban Morales Quintero participó en la convocatoria de la Universidad del Valle de Atemajac de México para clases espejo entre las dos instituciones.
18/04/2024	Programa de Internacionalización para Docentes - UNIVA GOAL 2024	El docente Pedro José Jaramillo Londoño estuvo en la convocatoria de la Universidad del Valle de Atemajac de México para clases espejo entre las dos instituciones.
18/04/2024	II Encuentro Internacional REDCEIA en Ética de la Investigación	El docente Jhon Esteban Morales Quintero asistió al II Encuentro Internacional REDCEIA en Ética de la Investigación. Fue realizado en la Universidad CES y la Universidad San Buenaventura Medellín.
25/04/2024	Invitado a clase de Marketing Experiencial	La docente Lina María Martínez Gutiérrez invitó a Dairon Sánchez, director de Lateral, con la charla profesional sobre la importancia del marketing de experiencias de cara a los clientes internos y externos de la marca,.

29/04/2024	Artículo de Investigación del Espacio en la Sociedad del Semáforo. Análisis sociológico desde los Planos Sonoros” – Revista CIC. Cuadernos de Información y Comunicación	El docente Jhon Esteban Morales Quintero es coautor del artículo “La Producción del Espacio en la Sociedad del Semáforo. Análisis sociológico desde los Planos Sonoros” para la Revista CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, con la autoría de Manuel Javier Castrillón del Programa de Comunicación Social y Maria Catalina Cruz González de la Universidad Externado de Colombia, con categoría Q3.
30/04/2024	8o. Congreso de Innovación e Inteligencia Artificial. Innovación y Región – Politécnico Asys	El docente Jhon Esteban Morales Quintero y la docente Aura María Florían fueron invitados a participar en el 8o. Congreso de Innovación e Inteligencia Artificial, Innovación y Región del Politécnico Asys de Rionegro, Antioquia, con la ponencia “Construcción de la identidad cultural a partir de los paisajes sonoros y visuales en el municipio de San Pedro de los Milagros”.
30/04/2024	IX Congreso Internacional de Comunicación Estratégica, Inspirar para Crear, Crear para Inspirar – Universidad de Medellín	El docente Jhon Esteban Morales Quintero y la docente Aura María Florían participaron en el IX Congreso Internacional de Comunicación Estratégica, Inspirar para Crear, Crear para Inspirar de la Universidad de Medellín, con la ponencia “El papel de los paisajes visuales y sonoros en la formación de la identidad cultural del municipio de San Pedro de los Milagros”.
30/04/2024	Salida pedagógica al Museo Cámara de Maravillas de la Biblioteca Pública Piloto	El docente Pedro José Jaramillo Londoño realizó una salida pedagógica con sus estudiantes del curso de Fotografía a la exposición Museo Cámara de Maravillas de la Biblioteca Pública Piloto.
30/04/2024	Invitado a Clase – Prospectiva de la Publicidad	La docente Vanessa Sanguino García invitó a Juan Manuel López Gil a hablar sobre la prospectiva de la publicidad.
9/05/2024	Artículo de Investigación – Revista Perfiles Educativos de la Universidad Nacional de México	El docente Jhon Esteban Morales Quintero envió el artículo Diseño y Creación de Podcast Educativo como Herramienta Didáctica: una Revisión Sistemática de la Literatura a la revista Perfiles Educativos de la Universidad Nacional de México (Q3)
9/05/2024	II Encuentro Internacional Redceia en Ética de la Investigación	El docente Jhon Esteban Morales Quintero asistió al Encuentro Internacional Redceia en Ética de la Investigación realizado en la Universidad CES en conjunto con la Universidad San Buenaventura Medellín.

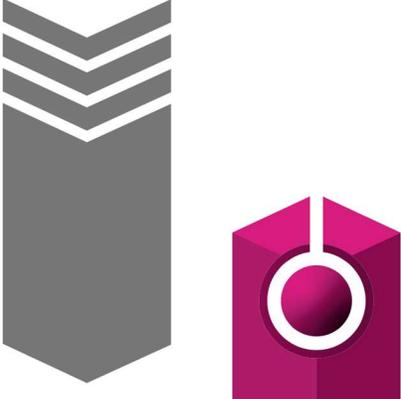
15/05/2024	Evento Beat Creativo – Institución Universitaria de Envigado	El docente Jhon Esteban Morales Quintero estuvo en el Programa de Mercadeo de esta Institución para liderar el workshop sobre Podcasts en las Industrias Creativas en el marco del evento Beat Creativo.
15/05/2024	Invitado a Clase – Juan Luis Isaza	La docente Luisa Montalvo Arroyave invitó al vicepresidente de Estrategia e Innovación en DDB Latinoamérica
16 mayo de 2024	Feria Expo Sextante 2024-1 – Programa de Comunicación Social	Los estudiantes de los cursos de Música Publicitaria participaron en la feria Expo Sextante del Programa de Comunicación Social en la categoría Narrativas Sonoras, con los productos “Manual de Identidad Sonora”, por parte de música publicitaria y “Radionovela Publicitaria” por parte de Radio Publicitaria. Resultaron ganadores en la feria Exposextante con los trabajos “Manual de Identidad para Tigo” y “Radionovela Publicitaria para Postobón”.
16/05/2024	Proyecto COIL – Universidad Católica de Oriente – Programa de Comunicación Social	El docente Jhon Esteban Morales Quintero realizó un proyecto COIL en conjunto con el Programa de Comunicación Social de la Universidad Católica de Oriente en las asignaturas Producción Radial II y Radio Publicitaria, con un total de 24 capítulos de podcasts con enfoque social, sobre la Vereda Romeral del Municipio de Caicedo, Antioquia.
22/05/2024	Intercambio Internacional – Universidad Católica de Salta, Argentina	La estudiante Laura Zuluaga Espinal fue becada con intercambio de alojamiento y alimentación en la Universidad Católica de Salta en Argentina.
22 mayo de 2024	Intercambio Internacional – Universidad La Salle Noreste, México	El estudiante Mateo Montoya Gaviria se benefició con la beca de intercambio de alojamiento en la Universidad La Salle Noreste en México.
23/05/2024	Salida pedagógica – Sala iMAX de Cine Colombia – Centro Comercial Viva Envigado	Los cursos de Música Publicitaria y Radio Publicitaria realizaron una salida pedagógica a la sala iMAX de Cine Colombia., en el Centro Comercial Viva Envigado.
31/05/2024	Ponencia Congreso Innovación y Región – Politécnico Asys Rionegro	La docente Lina María Martínez Gutiérrez fue ponente en el 8o. Congreso de Innovación e Inteligencia Artificial del Politécnico Asys de Rionegro, con la ponencia “Conectando Voces: Contenido de Valor y Redes Efectivas en Entornos Digitales”.
31/0/2024	Ponencia – Institución Universitaria Digital de Antioquia	La docente Lina María Martínez Gutiérrez fue ponente en el III Simposio de Publicidad y Mercadeo Digital de la Institución Universitaria Digital de Antioquia, con la ponencia “Conectando Voces: Contenido de Valor y Redes Efectivas en Entornos Digitales”.

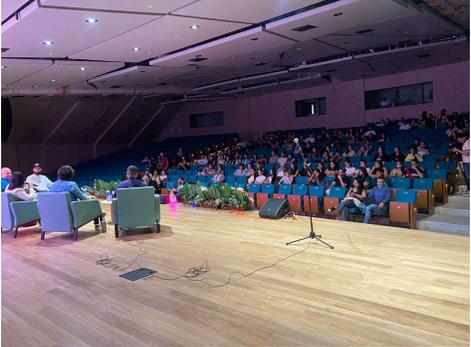
31/05/2024	Ponencia Congreso Innovación y Región – Politécnico Asys Rionegro	Los docentes Aura María Florian Morales y Jhon Esteban Morales Quintero fueron ponentes en el 8o. Congreso de Innovación e Inteligencia Artificial del Politécnico Asys de Rionegro, con el tema “Construcción de la Identidad a partir de los Paisajes Sonoros y Visuales en el Municipio de San Pedro de los Milagros”.
07/06/2024	Participación como Jurado Externo – Film Fest UCO 2024	El docente Jhon Esteban Morales Quintero fue jurado del Film Fest de la Universidad Católica de Oriente.
19/06/2024	Encuentro Latinoamericano de Diseño 2024 – Universidad de Palermo Argentina	Los docentes Aura María Florian Morales y Jhon Esteban Morales Quintero presentaron la ponencia “Tejiendo Identidades Culturales: Paisajes Visuales y Sonoros” en el Encuentro Latinoamericano de Diseño 2024 de la Universidad de Palermo, en Argentina.
27/06/2024	Artículo de Investigación – Revista Perfiles Educativos Universidad Autónoma de México	El docente Jhon Esteban Morales Quintero con los docentes María Catalina Cruz González, de la Universidad Externado de Colombia y Juan Diego López Medina escribieron el artículo “Diseño y Creación de Podcast Educativo como Herramienta Didáctica: Una Revisión Sistemática de la Literatura”. (en proceso de revisión)
28/06/2024	Artículo de Investigación – CIC. Cuadernos de Información y Comunicación	El docente Jhon Esteban Morales Quintero con los docentes Manuel Javier Castrillón Medina del Programa de Comunicación Social y María Catalina Cruz González, de la Universidad Externado de Colombia escribieron el artículo “La Producción del Espacio en La Sociedad del Semáforo. Análisis Sociológico desde los Planos Sonoros” a la Revista CIC Cuadernos de Información y Comunicación de la Universidad Complutense de España y será publicado No. 19.
5 Julio de 2024	Artículo de Divulgación – Revista Mediaciones Universidad Minuto de Dios	El docente Jhon Esteban Morales Quintero, coordinador del Semillero de Investigación Publicitaria Émico escribió en conjunto con las estudiantes Laura Macía Álvarez y Catalina Fina Ruiz el artículo de divulgación titulado “Influencia de los Sellos Frontales con Advertencias Nutricionales en la Decisión de Compra de Frituras y Alimentos Procesados en Estudiantes de la Universidad Católica Luis Amigó sede Medellín”.
5 Julio de 2024	Encuentro Latinoamericano de Diseño 2024 – Universidad de Palermo	Los docentes Aura María Florian Morales y Jhon Esteban Morales Quintero presentaron propuesta de ponencia al Encuentro Latinoamericano de Diseño 2024 de la Universidad de Palermo en Argentina. La ponencia “Tejiendo Identidades Culturales: Paisajes Visuales y Sonoros” la cual es seleccionada y aceptada para ser parte de la agenda del evento.

Tabla X. Funciones realizadas desde Internacionalización del Programa de Publicidad.

Extensión

El programa de publicidad está realizando una estrategia de análisis e investigación del mercado para generar nuevas propuestas de extensión que respondan a necesidades reales del sector.

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	EVIDENCIAS
<p>Taller de Extensión: Podcast Educativo. Una Herramienta para Transformar la Experiencia en el Aula</p>	<p>El docente Jhon Esteban Morales Quintero orientó el taller de extensión de Podcast Educativo. Participación de 14 personas (docentes, egresados, público externo y estudiantes).</p>	
<p>Congreso Internacional Persuade</p>	<p>Se inicia la formulación y consolidación del Primer Congreso Internacional del programa de Publicidad, que le apuesta a generar conversaciones y sinergias alrededor de las dinámicas investigativas, empresariales, culturales y sociales. Se tiene estimado que el congreso se realice en el 2025.</p>	
<p>Semillero de 10° y 11° - Estrategia Publicitaria</p>	<p>Se realizó la proyección de dos videos con la temática de <i>charla ted</i> cada uno pudo sacar las principales ideas sobre el concepto de "creatividad" para después, a través de la mesa redonda reconocer que la creatividad y su proceso tiene diversos caminos y soluciones. Por último, se realizó un reto creativo por tiempos. Aquí los estudiantes debían producir una idea en 15 segundos con la temática de solucionar los hábitos de estudio.</p>	

		
<p>Match Creators Fest</p>	<p>Match Creators Fest, fue la segunda edición del evento Match del Programa de Publicidad de la Universidad Católica Luis Amigó. Este evento es realizado por los estudiantes en el marco del Taller Central de Eventos. Esta edición estuvo centrada en los principios de la Publicidad Social, convocando a docentes, estudiantes, expertos y responsables de diferentes marcas y colectivos sociales para entender el rol de la publicidad social y su impacto en diferentes ámbitos.</p> <p>Esta edición se realizó el pasado 7 de mayo de 2024 y contó con: 223 asistentes, 383 inscritos. 3 conversaciones sobre el poder de la publicidad social.</p> <p>13 speakers invitados: Pablo Sierra / Alejandro Tapias - Galeria a Pie / Paulo carvajal - proyecto 404 Comuna 13 / Andrés Felipe Gamboa Sánchez- egoCity / Juan David Ramirez - Postobón / Metro de Medellín - Adriana Sanchez / Juan Sebastian Grisales - Fundación Exito / Fundación Conciencia - Lina + Cristian / Oderis Escobar - Fundación Juanfe / Laura Morales - SM DIGITAL</p> <p>17 marcas patrocinadoras:</p> <p>Metro de Medellín Tostao Bary Postobón Techo La Feria del Sticker</p>	 

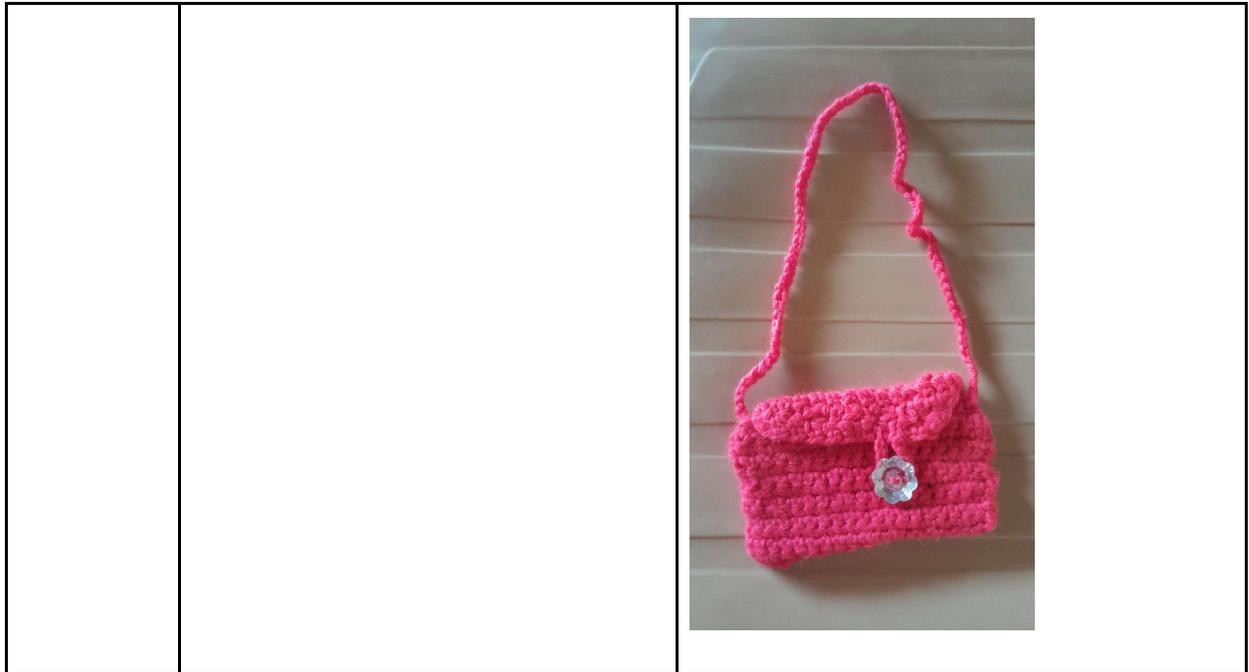
	<p>Tropical Serigratex Pomela Ojana Mamá Lilo Stickers Med Neón Flex Mona Lisa Vélez y CIA Chocolisto</p>	
--	--	---

Proyección Social

La proyección social para el Programa de Publicidad es un factor fundamental para el desarrollo de procesos académicos con enfoque e impacto social. Esto permite vincular el conocimiento académico desde la Universidad con las necesidades reales de las comunidades para fomentar así una relación de beneficio mutuo entre las partes. Entre estas actividades encontramos:

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	EVIDENCIAS
<p>Taller de Marca</p>	<p>El taller de marca es realizado por los estudiantes del curso de Campaña de Bien Social del programa de Publicidad durante 3 días. Este taller se realiza con emprendedores de la vereda el Romeral del municipio de Caicedo, Antioquia. Aquí, los estudiantes aplican sus conocimientos adquiridos para que los emprendedores comprendan cómo construir y comunicar una marca efectivamente a partir de sus actividades.</p> <p>Para este fin, fue diseñada una cartilla interactiva en donde cada emprendedor podían realizar un paso a paso en la creación de marca como:</p> <p>Modelo Canvas de valor Naming Logo (colores, tipografía, símbolos) Storytelling Redes sociales Mercadeo Entre otras.</p>	
<p>Taller de Maquillaje</p>	<p>Es realizado por estudiantes del curso de Campaña de Bien Social del programa de Publicidad; participan mujeres campesinas de la vereda Romeral del municipio de Caicedo, Antioquia, con el fin de brindarles herramientas para mejorar su autoestima y adquirir elementos para presentarse y expresarse con confianza en diferentes ámbitos de la vida.</p>	

		
<p>Taller de Crochet</p>	<p>En este taller las mujeres campesinas de la vereda Romeral del municipio de Caicedo, Antioquia, aprenden técnicas relacionadas con el crochet con el fin de que se empoderen y adquieran destrezas y habilidades para la creación de productos que puedan ser comercializados que les permita generar una fuente adicional de ingresos.</p>	



Prácticas

En el semestre 1-2024 se destacaron algunos de nuestros estudiantes por sus aportes y proactividad en sus funciones en cada una de las empresas vinculadas como agencias de práctica. Durante este semestre tuvimos la entrada a la empresa Opperar del Grupo Nutresa con 2 estudiantes de práctica, la agencia Julius, City Bag, Comfama, Comfenalco, Ditransa y otras más, también se ampliaron cupos para los estudiantes en empresas como Nutresa, Emtelco y la Gobernación de Antioquia.

Las evaluaciones de los estudiantes en su mayoría son satisfactorias. Los cooperadores resaltan en ellos la disposición para aportar al trabajo en equipo, la creatividad, manejo óptimo de las herramientas y recursos de trabajo y la capacidad de adaptación a las diferentes culturas organizacionales.

Este es el resumen cuantitativo de la gestión de prácticas durante el semestre 1 del 2024.

GESTIÓN DE PRÁCTICAS PROGRAMA DE PUBLICIDAD 1-2024	
Estudiantes matriculados en práctica	62
Estudiantes en modalidad empresarial	60
Estudiantes en modalidad social o comunitaria	1
Estudiantes en modalidad emprendimiento	0
Estudiantes con práctica internacional	1
#Agencias de práctica activas	36
#Agencias de práctica en base de datos	81
#Estudiantes con contrato de aprendizaje	34
#Estudiantes con convenio institucional	18
#Estudiantes con convenio de desarrollo laboral	6
#Estudiantes prácticas de excelencia	4
#Estudiantes con práctica remunerada	61
#Estudiantes vinculados despues de práctica	1

Asesores de Práctica Programa de Publicidad

Este semestre contamos con el acompañamiento apoyo de los docentes:



Johny Alejandro Galvis Mejía: 98 horas – 12 estudiantes

John Fredy Cano Gutiérrez: 166 horas - 17 estudiantes

Juan Diego López Medina: 142 horas - 18 estudiantes

Lina María Martínez Gutiérrez: 48 horas de acompañamiento y 300 horas de coordinación – 12 estudiantes. Más 3 estudiantes en transición para grados.

Inducción de prácticas profesionales Programa de Publicidad 1-2023



92 asistentes en total a la inducción, entre practicantes y estudiantes de octavo semestre.

En dicha inducción se socializó la información, protocolos y lineamientos sobre los requisitos de práctica I y II por parte de la empresa, por parte del estudiante y por parte del docente asesor, inducción de seguridad y salud en el trabajo, asesorías y conducto regular institucional, formatos, video y proyecto de prácticas.

LINEAMIENTOS GENERALES



- Aceptación de prácticas
- Legalización de documentos
- Matrícula de práctica 1-2023
- Asignación de Asesor
- Convenios o contratos de aprendizaje
- Seguimiento de prácticas y certificación

CONDUCTO REGULAR

DOCENTES ASESORES DE PRÁCTICA Por medio de correo electrónico o reunión habitual de prácticas.	1	2	COORDINACIÓN DE PRÁCTICAS Por medio de correo electrónico o reunión o cita presencial.
DIRECCIÓN DEL PROGRAMA Por medio de correo electrónico o conversación directa en la dirección del programa.	3	4	Decanatura de la facultad Por medio de correo electrónico o cita con el decano de la facultad.

Inducción SST



Inicio Campus Virtual. En su área personal encontrarán al final de la página (debajo de sus cursos) un anuncio para inscribirse en la inducción virtual de Seguridad y Salud en el Trabajo. Al hacer clic allí, se pedirá una clave para poder inscribirse. Esta clave es Amigo23+.

Una vez realizada la inducción, descargue el certificado y envíelo a su asesor de prácticas con copia a practicas.publicidad@amigo.edu.co



CORREOS DE ATENCIÓN

aura.florianmo@amigo.edu.co
juan.lopezme@amigo.edu.co
andresricop@gmail.com
practicas.publicidad@amigo.edu.co
dir.publicidad@amigo.edu.co

Videos de práctica:

En el semestre 2024 -1 se socializaron los vídeos de Práctica como material y evidencias de los procesos que nuestros estudiantes tienen en cada una de las empresas.



Participación en convocatorias:

En total los estudiantes se presentaron a 21 convocatorias, entre ellas: Coninsa Ramón H, Dyval S.A, Gobernación de Antioquia, Comfama, Comfenalco, Fábrica de Licores de Antioquia, Alcaldía de Medellín, TCC, Nutresa, Opperar S.A, Corbeta, Supermercados Euro, Estra, El Tiempo Casa Editorial, Concreto - Pactia, Sselsia, Línea Directa, Emtelco, Coopsana, Sura Seguros y Postobón

Se realizaron, además, cuatro Comité de Prácticas, en los que se trataron temas como aspectos y lineamientos a tener en cuenta para las prácticas, el estado actual de las mismas, Manual de práctica y requisitos para la valoración de prácticas profesionales, entre otros temas.

Graduados

Dentro de las actividades realizadas está la continua actualización de las bases de datos con encuesta otorgada por la Coordinación de Graduados, con el fin de tener los resultados solicitados en el proceso de **Autoevaluación** que adelanta actualmente el Programa.

Luego, desde Extensión, se planeó, por parte de la docente encargada del Programa tres cursos para la difusión de diversas áreas complementarias en la que los graduados requieren mayores fortalezas: Taller de Branding para emprendedores, Taller de Marketing de Experiencias y Taller Podcast Educativo.

De los primeros dos no se lograron alcanzar los resultados esperados en cantidad de matrículas, pero tercero se espera la cantidad requerida.

En el evento de MATCH CREATORS FEST, se tuvo la participación de 5 egresados del programa de publicidad: Elbin Pino Mosquera, Dariel Estiven Jiménez Bermúdez, Marcela Díaz Orozco, Leandro Arturo Valle Henao, Manuel Alejandro Cartagena Valderrama.

Adicionalmente, el graduado Maiky Colorado, pertenece a la Fundación TECHO, también conocida como Un Techo para mi País, es una organización sin fines de lucro que moviliza a jóvenes voluntarios para combatir la pobreza extrema en América Latina, construyendo viviendas temporales y desarrollando programas de inclusión social. Participó como patrocinador con un stand en el evento en donde tuvieron la oportunidad de socializar la labor social de la fundación.



Programa Diseño Gráfico

- **Docencia**

Asuntos estudiantiles 2024_1

Inscritos	192
Seleccionados	178
Admitidos	141
Estudiantes nuevos	140
Estudiantes antiguos	828
Estudiantes totales	968
Graduados	35

Asuntos docentes 2024 S1

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

Tiempo completo (indefinido, calendario y académico)	9
Tiempo completo semestre académico	10
Medio tiempo semestre académico	6
Cátedra	3
Total docentes	28

Académico

Actividad	Descripción	Evidencias
Acompañamiento y asesoramiento de matrícula	Durante el proceso de acompañamiento y asesoramiento de matrícula, los estudiantes de Diseño Gráfico, recibieron orientación personalizada para facilitar su inscripción y matrícula. Los asesores proporcionaron asistencia para entender los requisitos específicos de matrícula, asesorando en selección de cursos y resolviendo cualquier consulta administrativa que surgiera.	
Actividad componente electivas Ilustración Científica	Durante este taller, se exploraron técnicas especializadas para representar con detalle diversos objetos y organismos, desarrollando habilidades en anatomía, botánica, zoología u otras disciplinas científicas. Los estudiantes recibieron instrucción práctica y teórica sobre cómo capturar las características distintivas de cada objeto a través del dibujo y la pintura.	
Actividad componente tecnológico y comp gestión-Charla Tratamiento de Datos	Durante la charla sobre "Tratamiento de Datos" dentro del componente Tecnológico y de Gestión, los 62 participantes exploraron las prácticas y normativas clave en la gestión efectiva de datos. Se discutieron temas fundamentales como la recolección ética de datos, la seguridad y privacidad de la información, así como las mejores prácticas para el almacenamiento y análisis de datos en entornos tecnológicos.	
Socialización reglamento	<p>La socialización del reglamento consistió en una sesión informativa destinada a familiarizar a los estudiantes con las normativas y directrices actuales. Posteriormente, se llevó a cabo un cuestionario para evaluar el nivel de comprensión y apropiación de las mismas. Durante la actividad, se presentaron de manera clara y accesible los puntos clave del reglamento.</p> <p>Total de respuestas obtenidas durante la socialización: 850</p>	https://docs.google.com/spreadsheets/d/1hvOVy1v1uEzhlEVr8C8IzhdqGKjWolH2Mp-j0Jp5UzQ/edit?usp=drive_link
Inducción Docentes Diseño Gráfico	La inducción docente de Diseño Gráfico, se centró en familiarizar a los asistentes sobre los objetivos del programa y en fortalecer su comprensión de métodos pedagógicos y herramientas tecnológicas clave para enseñar en diseño gráfico. A través de talleres prácticos, adquirieron habilidades didácticas para guiar a los estudiantes en proyectos creativos y técnicos, asegurando así un inicio sólido y motivador en su rol educativo.	

<p>Inducción estudiantes nuevos 2024-1</p>	<p>En la reciente inducción a estudiantes nuevos del periodo 2024-1, se orientó sobre los recursos y servicios disponibles en la institución. Los estudiantes recibieron información detallada sobre el currículo académico, las normativas institucionales y las oportunidades extracurriculares.</p>	
<p>Actualización Sala Mac</p>	<p>Se realizó la compra de 33 equipos iMac y se llevó a cabo la gestión para la adecuación de la sala, adaptando el espacio para asegurar una integración eficiente y funcional de los nuevos equipos.</p>	
<p>Certificación de Adobe</p>	<p>Gestión para convertir la Universidad Católica Luis Amigó en un Centro certificador de Adobe, Este proceso incluye la capacitación de los docentes de Diseño como "Train the Trainers", proporcionando 10 vouchers para diferentes softwares de Adobe. Además, se facilitó el acceso a Adobe Educa tanto para docentes como para estudiantes, y se organizó el evento Adobe Educa Tour para enriquecer la experiencia educativa y profesional en el ámbito del diseño</p>	<p>10 vouchers de Certificación Internacional ACP Adobe Certificaciones disponibles:</p> <ul style="list-style-type: none">  Visual Effects & Motion Graphics using Adobe After Effects/Graphic  Design & Illustration using Adobe Illustrator  Visual Design using Photoshop  Web Authoring using Adobe Dreamweaver  Multiplatform Animation using Adobe Animate/Digital  Video using Adobe Premiere Pro  Print & Digital Media Publication using Adobe InDesign
<p>Vero Manizales</p>	<p>La docente Verónica Morales García asistió al lanzamiento del programa Diseño Gráfico en la sede Manizales de la Universidad Católica Luis Amigó, en dicho evento la docente ofreció la charla "El diseño gráfico celebra la vida" a los estudiantes, sus acompañantes y cuerpo docente que asistió al evento. Participó también en la socialización de los mejores trabajos entregados por parte de los estudiantes en el primer semestre académico.</p>	
<p>Reunión de Prácticas</p>	<p>El 9 de febrero de 2024 se realizó la sesión de inducción para estudiantes en prácticas, contando con un total de 90 asistentes. Durante este encuentro, se discutieron y acordaron todos los términos con la universidad y los cooperadores. También se presentaron a los 6 docentes asesores de prácticas que acompañarán a los estudiantes en su inmersión al mundo laboral.</p>	
<p>Postulación a los Órganos Colegiados</p>	<p>Desde el programa Diseño Gráfico, se postuló a tres docentes y cuatro estudiantes para integrar los cuerpos colegiados de la universidad. El propósito de esta iniciativa es contribuir activamente a la construcción de políticas y estrategias que fortalezcan el desarrollo académico y profesional del programa, así como a la mejora continua de la calidad educativa.</p>	

Internacionalización y Cooperación Interinstitucional

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	EVIDENCIAS
<p>Fomento de la Participación Estudiantil en Programas de Intercambio</p>	<p>Difusión y Charlas Informativas: Se llevaron a cabo dos charlas informativas organizadas por OCRI y la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño. La difusión se realizó a través de e-cards, correo electrónico y publicaciones en Instagram. Esta actividad logró sensibilizar a los estudiantes sobre las oportunidades de intercambio y aumentar su participación en las convocatorias.</p> <p>Base de Datos y Seguimiento: Se realizaron visitas a salones para promover la internacionalización, dar a conocer OCRI y apoyar a los estudiantes en el proceso de solicitud de intercambios. Se implementó una encuesta para recolectar datos y ofrecer material de divulgación pertinente.</p>	 <p>Las evidencias muestran una serie de imágenes relacionadas con la difusión de programas de intercambio. En la parte superior, se ven capturas de pantalla de publicaciones en Instagram y e-cards con el logo de OCRI y el título 'Convocatoria Intercambios'. En el centro, una fotografía muestra a un hombre en una camiseta azul presentando un proyector en un aula con estudiantes. En la parte inferior, se muestran más capturas de pantalla de encuestas y materiales de divulgación.</p>
<p>Establecimiento de Convenios de Cooperación</p>	<p>Red Universitaria de Pensamiento en Diseño: Se consolidó la participación en esta red, liderada por la directora Paula Andrea Vargas Londoño. Además, dos docentes fueron admitidos como investigadores en la Universidad de Palermo, Argentina, fortaleciendo los vínculos académicos internacionales.</p>	<p>INFORME DE GESTIÓN</p>
<p>Identificación de Áreas de Interés para Docentes</p>	<p>Convocatoria de Conexión Global: Se asesoró a los docentes interesados en participar en clases espejo y estrategias COIL. Se está a la espera de los datos de la convocatoria para planificar futuros eventos relevantes para los docentes.</p>	 <p>Las evidencias consisten en un correo electrónico de la OCRI de la Universidad Católica Luis Amigó. El correo tiene como asunto 'Reporte Conexión Global' y contiene un mensaje dirigido a los docentes, recordándoles que deben realizar su reporte de participación en la estrategia de Clases Espejo y COIL. Se menciona que el cierre del formulario de reporte es el 29 de mayo. Al final del correo, se incluye una cordial invitación a diligenciar el formulario de reporte Conexión Global y una invitación a tener en cuenta que el OCRI enviará las constancias de participación a los correos electrónicos relacionados en el formulario entre la primera y segunda semana de junio del 2024. Se proporciona el enlace para el formulario de actividades: https://forms.gle/NtGZzWfCAoUjC686.</p>

<p>Incentivar la Participación en Eventos Académicos</p>	<p>Se asignó un rubro presupuestal y se divulgó información para incentivar la participación en diversos eventos académicos y de investigación.</p>	<p>INFORME DE GESTIÓN</p>
<p>Méritos y Distinciones</p>	<p>El Programa Diseño Gráfico tiene, dentro de la movilidad saliente, a la estudiante Blanca Catalina Mejía Duque, quien realiza su semestre de intercambio en la Universidad Cuauhtémoc San Luis Potosí, México, en la Licenciatura en Diseño Gráfico.</p>	<p>INTERNACIONALIZACIÓN FACULTAD DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO</p> <p>Diseño Gráfico en movilidad estudiantil</p> <p>El Programa de Diseño Gráfico tiene, dentro de la movilidad saliente, a la estudiante Blanca Catalina Mejía Duque, quien realiza su semestre de intercambio en la Universidad Cuauhtémoc San Luis Potosí, México, en la Licenciatura en Diseño Gráfico.</p> <p>En la movilidad entrante participan los estudiantes Mariela García de la Universidad Católica de Salta, Argentina y Catalina Tetzelmayer Méndez de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México.</p> <p>LAS ESTUDIANTES SE EXPRESAN</p> <p>Blanca Catalina Mejía Duque</p> <p>«Diseño ha sido lo mejor de su experiencia durante la movilidad académica hasta el momento»</p> <p>del mundo y explorar como el diseño se maneja y se vive en este contexto ha sido una experiencia verdaderamente enriquecedora. Además, comparé y contrasté los enfoques educativos en mi institución de origen y la de aquí ha proporcionado perspectiva y ha enriquecido mi comprensión del campo del diseño.</p> <p>oportunidad de reconocer y apreciar el alto nivel educativo de la institución anfitriona, lo cual me ha desafiado a superarme y a elevar mis estándares personales. Además, he adquirido nuevas perspectivas y habilidades que seguramente me serán útiles en mi futura carrera profesional. A nivel personal, este intercambio me ha ayudado a definir mis metas y aspiraciones así como a fortalecer</p> 
<p>Divulgación de Convenios y Movilidad</p>	<p>Se apoyaron las convocatorias de OCRI y se identificaron universidades preferidas por los estudiantes para establecer estrategias de conexión global y fortalecer vínculos institucionales.</p>	<p>INFORME DE GESTIÓN</p>
<p>Actualización de Bibliografía en Segunda Lengua</p>	<p>Se elaboró una lista de material bibliográfico en inglés disponible en la biblioteca y se incorporó en las cartas descriptivas de los cursos, promoviendo un currículo internacional.</p>	<p>Link de acceso a cartas descriptivas: Cartas Descriptivas Diseño Gráfico</p>
<p>Relacionamiento Estratégico</p>	<p>Se establecieron convenios con diez universidades aliadas, facilitando la homologación de cursos y el ofrecimiento de becas. La participación en la Red de Investigadores de la Universidad de Palermo y la convocatoria de Conexión Global fueron destacadas.</p>	<p>INFORME DE GESTIÓN</p>
<p>Movilidad Académica</p>	<p>Se incrementó la movilidad entrante y saliente, con estudiantes provenientes del Salvador y México, y se otorgaron becas a estudiantes del programa para movilidad internacional a Argentina y México.</p>	 

<p>Clases espejo</p>	<p>Se desarrollaron clases espejo en colaboración con la Universidad Cooperativa de Colombia y la Universidad Don Bosco del Salvador. La clase espejo realizada con la Universidad Don Bosco del Salvador contó con 87 participantes, en la asignatura Diseño y Desarrollo Web. La clase espejo realizada con la Universidad Cooperativa de Colombia contó con 45 participantes, en el curso de Diseño Editorial.</p>	 
<p>Coloquio Inteligencia Artificial Universidad de Boyacá</p>	<p>El docente Juan Esteban Ocampo Rendón, participó del Coloquio de Inteligencia Artificial en la Universidad de Boyacá como miembro honorario del Instituto de Estudios del Futuro.</p>	
<p>Asistencia al Segundo Festival Internacional Ilustropía</p>	<p>La docente Verónica Morales García estuvo en el Festival Internacional de Ilustración Ilustropía, en calidad de asistente. El evento se llevó a cabo en Bogotá; participó también en el taller "Creación de libro pop-up" a cargo del ilustrador vasco Charlee Mito, así como de la experiencia de dibujo celebrada en el Centro Cultural Gabriel García Márquez. En el marco del evento se hizo la convocatoria de ilustración Paisaje Interno, en la cual participó la docente, como resultado su propuesta fue seleccionada dentro de los 40 finalistas elegidos por los jurados.</p>	

Extensión

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	EVIDENCIAS
<p>Semillero de 10° y 11° - Diseño Creativo</p>	<p>El semillero de Diseño Creativo fue creado para los estudiantes de grado 10° y 11° de la Institución Educativa Luis Amigó. Este evento contó con la participación activa de un total de 38 estudiantes. Durante el semillero, los participantes exploraron y desarrollaron habilidades creativas mediante diversas actividades prácticas y sesiones de aprendizaje colaborativo. El objetivo principal fue fomentar la innovación y el pensamiento creativo, proporcionándoles un espacio para expresar sus ideas y potenciar su talento en el campo del diseño.</p>	
<p>Oferta de cursos de extensión</p>	<p>Cuatro propuestas ofertadas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Taller Fotografía Móvil para redes sociales - Taller de Anchetas Creativas - Taller de Imagen y estilo personal - Taller creativo con globos <p>Se realiza difusión a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Redes sociales del programa y de la facultad. - Correo electrónico a estudiantes - Redes sociales de los docentes del programa, familiares y amigos. 	
<p>Formulación del proyecto Closet Universitario y Corredor de ventas</p>	<p>Se llevó a cabo la estructuración y formulación de los proyectos 'Closet Universitario' y 'Corredor de Ventas'. Ambos proyectos, diseñados para proporcionar recursos y oportunidades adicionales a los estudiantes (En proceso de aprobación)</p>	<p>Se realiza la formulación del proyecto closet universitario. Enlace: https://drive.google.com/drive/folders/15O0fgKr3KiRebsDvSLpHoGQRvVFPGosx?usp=drive_link</p>
<p>Diseño de brochure cursos de Extensión</p>	<p>Se realizó el diseño del brochure para los cursos y programas de extensión ofertados desde el programa Diseño Gráfico.</p>	

<p>MUDI - Muestra de Diseño</p>	<p>Durante la semana del 13 al 17 de mayo, se llevó a cabo la muestra de Diseño Gráfico MUDI. En este evento, se expusieron 278 trabajos de estudiantes y egresados, abarcando una amplia variedad de categorías y formatos. Las obras presentadas incluyeron desde ilustraciones y diseño de identidad visual hasta proyectos de empaques y trabajo digital.</p>	
<p>Realización Bazar de Diseño</p>	<p>Se llevó a cabo la primera edición de Bazar, una muestra de emprendimientos de estudiantes de Diseño Gráfico que tuvo una excelente acogida y participación, tanto de los creativos postulantes como de los compradores.</p>	
<p>Diseño de propuesta de talleres de creación sobre imaginarios urbanos y acompañamiento a intervención de arte mural.</p>	<p>Diseño de un plan que permitirá el desarrollo de la propuesta de intervención en el barrio El Progreso por medio de talleres de cocreación con la comunidad, para dar continuidad al relacionamiento estratégico desde el grupo de docentes investigadores de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño con el área de Gestión Social del Metro de Medellín.</p>	<p>Propuestas Metro 2024-1-2</p> <p>Ilustropia: un espacio para reconectar con la labor creativa</p> 
<p>Maquetación de repositorio Diseño Gráfico</p>	<p>El repositorio académico del programa Diseño Gráfico está en marcha con importantes avances. Se entrega la maquetación previa y se han programado reuniones con el web máster de la Universidad.</p>	
<p>Boletín de Académicos</p>	<p>Diseño y diagramación de los componentes gráficos del boletín <i>Académicus</i>. Edición 9 -2024</p>	

<p>Proyecto de Fotografías institucionales</p>	<p>El profesor Carlos Corredor organizó y realizó sesiones de fotografía institucional para todo el personal docente y administrativo de la Universidad. Esta iniciativa tuvo como objetivo principal mejorar la imagen corporativa de la institución, asegurando que la mayoría de los miembros del personal contará con fotografías profesionales y actualizadas que reflejaran la calidad y el compromiso de la universidad.</p>	
<p>10 años del Programa Diseño Gráfico</p>	<p>Con motivo de la celebración del décimo aniversario del programa de Diseño Gráfico, se llevó a cabo un evento académico el 17 de mayo, que contó con la participación de 400 asistentes, incluyendo estudiantes activos, egresados y personal administrativo.</p>	
<p>Capacitación Sistema, académico y Manejo del campus</p>	<p>El día 4 de marzo, se capacitó a los docentes sobre el sistema académico y manejo del campus virtual, fue una iniciativa integral diseñada para familiarizar a los participantes con las herramientas y procedimientos clave del entorno educativo. Incluyó sesiones interactivas de aprendizaje práctico y guías detalladas para optimizar la navegación y uso efectivo de las plataformas digitales del campus.</p>	

Graduados

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	EVIDENCIAS
<p>Apoyo a consecución de respuestas de encuestas para evaluación:</p>	<p>Se proporcionó apoyo al departamento de graduados para la consecución de respuestas en encuestas diseñadas para fortalecer el contacto activo con nuestros graduados.</p>	
<p>Volviendo a la U</p>	<p>Se realizaron actividades de difusión a través de grupos internos de graduados para promover el acercamiento y el diálogo sobre experiencias profesionales dentro del aula. Aunque la respuesta fue positiva, hubo dificultades para concretar más encuentros debido a incompatibilidades horarias de los egresados.</p>	

Campaña "Embajadores Amigonianos"	Inicio de la campaña para destacar a embajadores amigonianos, con reconocimiento en la gala de celebración de los 10 años del programa.	GRADUADOS
--	---	---------------------------

Investigación

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	EVIDENCIAS
Charla informativa semilleros y grupos de interés	<p>Se realizó una reunión para socializar los avances y resultados de los diferentes semilleros y grupos de investigación de la Universidad Luis Amigó. Durante esta sesión, los participantes presentaron sus proyectos más recientes, intercambiaron ideas y discutieron nuevas oportunidades de colaboración interdisciplinaria. La reunión también sirvió para destacar la importancia de la investigación en el desarrollo académico y profesional de los estudiantes y docentes, y para planificar futuras actividades y publicaciones que contribuyan al fortalecimiento de la comunidad académica.</p>	
Socialización trabajo de grado	<p>Se realizó reunión para la socialización de los trabajos de grado I y II en la Universidad Luis Amigó, a la cual asistieron 70 estudiantes. Durante este encuentro, los estudiantes presentaron sus proyectos, compartieron sus experiencias y recibieron retroalimentación de sus pares y docentes asesores. La reunión facilitó el intercambio de ideas y promovió un ambiente de colaboración y aprendizaje, permitiendo a los estudiantes mejorar y fortalecer sus trabajos de investigación.</p>	
Reunión UPB	<p>Se iniciaron conversaciones con la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB) para desarrollar un proyecto externo titulado "Pioneros del Oficio Moderno de la Arquitectura". Durante estas reuniones, se han definido las lógicas de trabajo y las bases sobre las cuales se llevará a cabo el proyecto.</p>	

<p>Exposición de trabajo de grado</p>	<p>El 15 de mayo, en el marco de MUDI (Muestra de diseño), se llevó a cabo una exposición de trabajos de grado en la biblioteca de la Universidad Luis Amigó. Durante el evento, se presentaron 11 proyectos, lo que permitió a los estudiantes mostrar sus investigaciones y resultados finales.</p>	
<p>Reunión con entidades extranjeras</p>	<p>Se llevó a cabo una reunión de investigación con entidades externas para formalizar proyectos de investigación. Durante este encuentro, se discutieron y definieron las lógicas de trabajo y las bases sobre las cuales se desarrollarán los proyectos, asegurando un marco claro y estructurado para su ejecución.</p>	

Bienestar

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	EVIDENCIAS
<p>Reunión con Bienestar y Extensión</p>	<p>Se llevó a cabo una reunión entre Bienestar y Extensión para discutir el proyecto realizado el semestre anterior denominado "Escuela para la Vida".</p> <p>Durante la reunión, Bienestar presentó el proyecto a la rectoría, obteniendo la aprobación para integrarlo como una de las líneas de cursos de Extensión. Además de esto, se seleccionaron dos cursos: uno sobre bordado y otro sobre aromaterapia.</p>	 <p>10/04/2024, 22:58</p> <p>Correo de Universidad Católica Luis Amigó - CURSOS ESCUELA PARA LA VIDA</p> <p>UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ Dirección Bienestar Universitario <dir.bienestar@ungo.edu.co></p> <p>CURSOS ESCUELA PARA LA VIDA</p> <p>Dirección de Extensión y Servicios a la Comunidad <dir.extension@ungo.edu.co> 10 de abril de 2024, 8:45 Para: Dirección Bienestar Universitario <dir.bienestar@ungo.edu.co>; Secretaria de Extensión y Servicios a la Comunidad <sec.extension@ungo.edu.co></p> <p>Francis muy buenos días.</p> <p>Gusto Saludarle:</p> <p>De acuerdo a lo solicitado me permito compartirle las tarifas sugeridas al público:</p> <ol style="list-style-type: none"> Taller experimental de liberación emocional a través del arte del bordado tradicional Número de Participantes: 20 Incluye: \$62. Certificado Personal especializado y espacios. <ul style="list-style-type: none"> • Estudiantes: \$160.000 • Graduados: \$180.000 • Administrativos: \$160.000 • Externos: \$200.000 Taller de Aromaterapia Número de Participantes: 20 Incluye: \$62. Certificado Personal especializado y espacios.
<p>Realización de campaña de divulgación VBG</p>	<p>Se propone una campaña que incluye la instalación de tótems inspirados en el concepto de "Acosómetro", con el objetivo de visibilizar la violencia de género (VBG) dentro de la institución y recordar la ruta de atención disponible en la universidad. Se envió un correo a la directora de Bienestar Institucional con la información detallada sobre la propuesta, indicando que será revisada y evaluada por el comité correspondiente.</p>	<p>ANEXO 4</p> <p>CAMPAÑA "LA U ES MI ESPACIO SEGURO"</p> <p>Realizada por: Nataly Marín Quiroga Docente, programa de Diseño Gráfico, Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño</p> <p>Contenido</p> <p>CAMPAÑA "LA U ES MI ESPACIO SEGURO" 1</p> <p>Objetivos de la Campaña (Error! Marcador no definido.)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. JUSTIFICACIÓN 3 2. MARCO LEGAL Contenido del Proceso 4 3. PROPUESTA 5 <p>Productos Gráficos y Comunicativos 5</p> <p>Módulos/Tótems Interactivos: "Acosómetro y río violentómetro" 5</p> <p>Ubicaciones: 5</p> <p>Noticias, Informaciones: "Acosómetro con Violómetro" 4</p>

<p>Actividad de autorretrato y emociones en el marco de la Semana de la Salud.</p>	<p>La coordinadora del componente de expresión, Verónica Morales, retoma el proyecto realizado el año pasado 'Emociones plasmadas', en el marco de la Semana de la Salud. Durante la actividad, se utilizó el autorretrato como punto de partida para explorar temas relacionados con la identidad y las emociones.</p> <p>El taller fue bien recibido, con la participación de 47 personas.</p>	  <p>UNIVERSIDAD CATÓLICA LUISAMIGO</p>  
<p>Divulgación de las actividades del área de Bienestar Institucional</p>	<p>Se diseñaron y publicaron 9 piezas gráficas en las redes sociales de la facultad para destacar los eventos, talleres y servicios de acompañamiento de Bienestar Universitario. Estas publicaciones se programaron para llegar a un público más amplio. Actualmente, las actividades de bienestar se comparten activamente por toda la universidad para aumentar su visibilidad y promover una mayor participación.</p>	
<p>Presentación de campaña realizada desde el curso de Portafolio al comité de género de la Universidad</p>	<p>Durante el curso de Portafolio dirigido por la directora del programa Paula Vargas, se crearon varias propuestas de campañas centradas en las violencias basadas en género y el empoderamiento personal.</p> <p>Una de estas propuestas, titulada "El Lobo sí está" enfocada en la violencia de género, fue presentada al Comité para la prevención de VBG y aprobada para su implementación en el segundo semestre de 2024</p>	

Funciones sustantivas

Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño

Grupo de investigación Urbanitas

Como es propio de la naturaleza de la investigación, las Líneas de Investigación se han venido nutriendo de nuevos saberes y abordajes conceptuales es el caso de la línea de investigación + creación que se encuentra en construcción, a continuación podemos encontrar información sobre las diferentes líneas:

Comunicación - Educación

Desde esta línea de investigación, los alcances en los últimos meses han apuntado a la actualización conceptual y delimitación de los escenarios de intervención, la identificación de tendencias y necesidades en formación e investigación, y el trabajo conjunto en procesos académicos del programa de Comunicación Social.

Sobre la colaboración con redes académicas, y en consonancia con el plan operativo de la línea, hubo participación de los docentes en las actividades del Ciclo de Webinars Educomunicación Alfamed 2024, el VI Congreso Nacional de Comunicación y el VIII Encuentro de Semilleros. Asimismo, se presentó una propuesta de investigación sobre comunicación y responsabilidad ambiental para la convocatoria de la RUCC.

Sobre el trabajo con estudiantes y comunidades, el semestre 2024 - 1 se promovieron actividades dialógicas, de intervención educativa y de acercamiento a la investigación en los diversos grupos de interés de la línea.

Sobre el desarrollo de proyectos de investigación, se avanzó en el desarrollo de los 4 proyectos vigentes:

Internos:

- Protocolo de Integración de aplicaciones de Inteligencia Artificial generativa a los procesos de enseñanza-aprendizaje de los cursos de Redacción y Ortografía y Producción de Texto Escrito del Programa de Comunicación Social.
- Macroproyecto Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño: perspectivas desde la educación y la cultura para el cambio social.

- Imaginarios sobre la cultura italiana en Medellín y sus relaciones en la cotidianidad (con el apoyo de garagErasmus Foundation - Italia).

Externos:

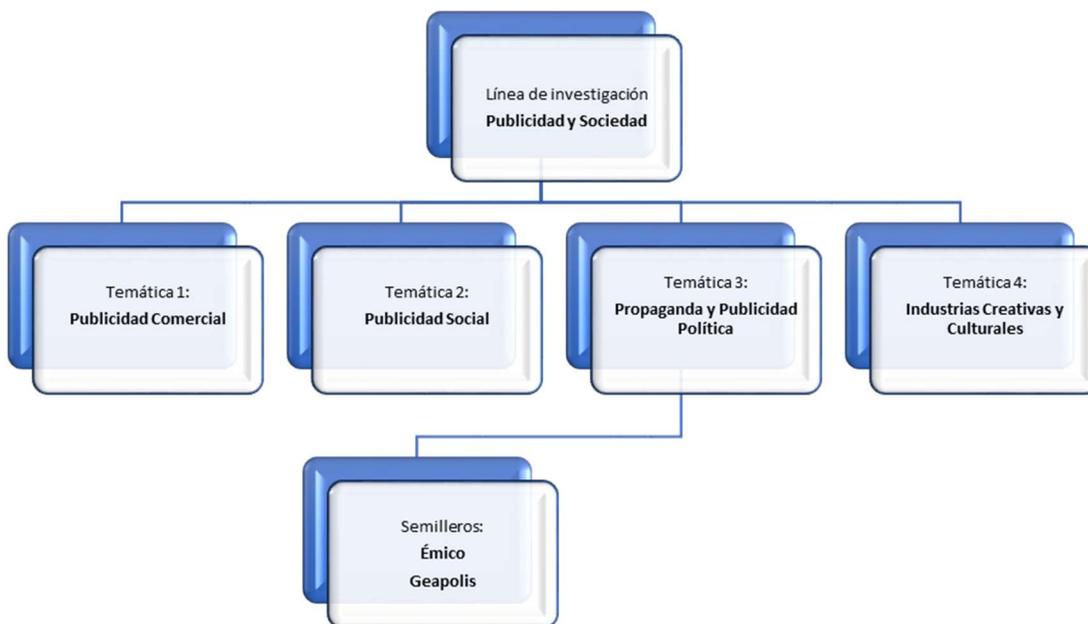
- The Balance Co-Lab: Collaboration for Sustainable Communities (en alianza con la Universidad de Antioquia y la Universidad de Victoria - Canadá).

Publicidad Social

La línea propone tres ejes centrales para el abordaje investigativo y reflexivo: Publicidad Social, Publicidad Comercial y Propaganda. Estos tres ejes posibilitan la interacción con los planes de la Universidad en cuanto a los objetivos misionales: 1. Demostrar eficacia en la formación; 2. Dinamizar la interacción de la sociedad con las funciones sustantivas; 3. Mantener la comunidad investigativa con producción científica y en cuanto a los objetivos misionales: 1. Obtener del MEN el reconocimiento como Universidad de Alta Calidad; 2. Obtener reconocimiento de la calidad de la Investigación; 3. Aportar a la solución de problemas del medio por medio de las funciones sustantivas.

De tal manera, la línea de Publicidad Social se fundamenta en la articulación disciplinar que se integra al estudio, el ejercicio y la labor publicitaria, el análisis del contexto para la comprensión, análisis y propuestas de intervención de fenómenos sociales y la búsqueda del fortalecimiento en la formación, la transferencia de conocimiento y la participación activa en la sociedad del conocimiento.

A partir de la construcción y maduración de la línea, ésta se encuentra en un proceso de actualización para canalizar elementos más puntuales sobre el efecto y coherencia con el impacto de la Publicidad en la sociedad y la importancia de ésta en los procesos de articulación con la historia, crecimiento y desarrollo de las civilizaciones. De tal forma, se integrará un modelo adaptado a los procesos investigativos teniendo como epicentro la Publicidad y la Sociedad:



Elaborado por: Jorge Andrés Rico Zapata - Líder de Línea

En el 2024-1, se trabajó en un proceso de investigación articulado a la proyección social del programa, permitiendo la incidencia de mantener un relacionamiento entre Universidad-Empresa-Estado, y de tal manera impactar a los diferentes públicos del programa. Esto brindó espacios para que los docentes y estudiantes se integran a la línea de investigación.

Publicidad Las investigaciones y su impacto

INVESTIGACIÓN	LOGROS	IMPACTO
---------------	--------	---------

<p>Publicidad y Comunicación. Construcción de la identidad cultural en la zona norte de Antioquia. Caso San Pedro de los Milagros</p>	<p>Se logró que con la intervención en San Pedro de los Milagros los pequeños empresarios mejoraran sus procesos de gestión, marca y acciones empresariales, fomentando prácticas coherentes con las necesidades particulares de cada empresario del municipio.</p> <p>También se logró:</p> <p>Formar y capacitar a emprendedores en temas de reglamentación comercial, publicidad, comunicación, fotografía, marca, producto, gastronomía, derechos de autor y marketing digital.</p> <p>Desarrollar los logos de cuatro (4) emprendimientos que participaron en el taller de formación</p> <p>Crear, diseñar y grabar podcast y microrrelatos que den cuenta del proceso de la propuesta del proyecto. Estos a su vez se convirtieron en evidencias del desarrollo de actividades con la comunidad para los diferentes canales de difusión de la Alcaldía.</p> <p>Crear la marca de la Mesa de Turismo.</p>	<p>Impacto en las comunidades de pequeños empresarios del Municipio de San Pedro de los Milagros, en formación, capacitación y mejoramiento de sus procesos empresariales e integrales. Esto generó que desde la academia se impactara en los procesos y fundamentos del emprendimiento y en la generación de procesos comunicacionales y publicitarios que sirven para enfoques de gestión en políticas públicas, desarrollo del relacionamiento Estado-Empresa-Universidad y aporte a la formación humana e integral de los públicos y ciudadanías, de un segmento de Antioquia.</p> <p>Los docentes alrededor de este proyecto impactaron a la comunidad académica desde sus diferentes procesos y productos ejecutados (ver tabla de productos), lo cual impacta directamente en el proceso de investigación del programa.</p> <p>Se tuvo impacto en el quehacer de la investigación formativa con la presencia de Auxiliares de Investigación de pregrado y posgrado (Maestría en Publicidad), quienes acompañaron el proceso y sirvieron de apoyo al proyecto y a su vez, el proyecto y los docentes se adhirieron a la práctica formativa en investigación aplicada al contexto.</p>
---	--	---

Diseño Social Las investigaciones y su impacto

INVESTIGACIÓN	LOGROS	IMPACTO
Fundamentación epistemológica de la línea	Comienzo de escritura de la fundamentación de la línea	Comienzo de escritura del capítulo de libro para Trazos y Códices
Proyecto Evolución de la pieza gráfica utilizada por las entidades culturales en la década del 60 al 80 en Colombia de elemento de comunicación a elemento estético gracias a la práctica coleccionista.	Se ha enviado un artículo tipo D a convocatorias y se espera la participación en evento científico con ponencia además de memorias	En proceso
Creatividad computacional: influencia de la inteligencia artificial en el diseño gráfico	Se ha enviado un artículo tipo D a convocatorias y se espera la participación en evento científico con ponencia además de memorias Formación del recurso humano vinculando a un estudiante al proyecto en calidad de auxiliar en 2024-2	En proceso
Gráfica popular en la zona centro norte como historia y resistencia	Se ha enviado un artículo tipo D a convocatorias y se espera la participación en evento científico con ponencia además de memorias	En proceso

Investigación + creación

INVESTIGACIÓN	LOGROS	IMPACTO
Propuesta de la línea de investigación + creación fundamentación epistemológica	Establecimiento formal de la línea de investigación + creación	Base sólida para futuros proyectos de investigación y creación. Permite un enfoque estructurado y coherente en nuestras iniciativas.
Convenio con UPB en el proyecto "Pioneros del oficio moderno en la arquitectura de Medellín y su entorno regional (1935-1968)"	Inicio en agosto del proyecto lo cual permitirá el desarrollo de productos significativos para el afianzamiento de la línea de investigación + creación	Fortalecimiento de la colaboración académica e institucional. Contribuye al estudio histórico de la arquitectura regional.
Adelantos en el nuevo proyecto externo con la Universidad de Boyacá y el Instituto de Estudios del Futuro	Conversaciones avanzadas para establecer el proyecto	Potencial para nuevas líneas de investigación y colaboración interdisciplinaria. Promete innovación y expansión en estudios e investigaciones que fortalecerán ambas líneas

Productos de investigación

Investigación en el Programa de Comunicación Social

Para el semestre 2024 - 1 en el programa, del Comunicación Social se presentan las siguientes novedades de publicación:

PRODUCTO	A CARGO	EDITORIAL/ LUGAR	TÍTULO/TEM A	FECHA	REPRESENTACIÓN/ OBSERVACIONES
Artículo	Echavarría Osorio, C., Huertas Obregoso, P. A., y Alzate Alzate, N	<i>Revista Enunciación</i> , 29(1). https://revistas.udistrital.edu.co/index.php/enunc/article/view/21359	Maltrato social de la mujer a través de las esculturas femeninas	2024	Línea Comunicación - Educación

Además de los productos mencionados, las siguientes memorias de eventos se encuentran en proceso editorial:

AÑO	EVENTO	PAÍS/ CIUDAD	NOMBRE PONENCIA	AUTOR (ES)	MEMORIAS (REGISTRO ISSN O ISBN)
2024	VI Congreso Nacional de Comunicación y VIII Encuentro de Semilleros	Colombia, Ibagué	Cartilla. Todas las voces suman en la construcción de procesos comunicativos de paz. Granada - Antioquia	Marlon Echavarría Rodríguez	En proceso
2024	VI Congreso Nacional de Comunicación	Colombia, Ibagué	Desarrollo de Guía para el uso de la	Wilmar Daniel Gómez Monsalve	En proceso

	y VIII Encuentro de Semilleros		inteligencia artificial en los medios de comunicación comunitarios		
2024	VI Congreso Nacional de Comunicación y VIII Encuentro de Semilleros	Colombia, Ibagué	Las vivencias durante el Estallido Social de 2021	Claudia Teresa Herrera Caicedo Lina María Rendón López, Dahiana Alejandra Pérez Rúa y María Alejandra Colorado Muñoz	En proceso

PRODUCTO	A CARGO	EDITORIAL/ LUGAR	TÍTULO/TEMA	FECHA	REPRESENTACIÓN/ OBSERVACIONES
Artículo	Castrillón Medina, M. J.; Cruz-González, M. C. y Morales-Quintero, J. E.	Revista CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, 29 (se publicará en octubre)	La producción del espacio en La Sociedad del Semáforo. Análisis sociológico desde los planos sonoros	2024	Línea Comunicación - Educación

Investigación Programa de Publicidad

PRODUCTO	A CARGO	EDITORIAL/LUGAR/PAÍS/CIUDA D	TITULO/TEMA PLANIFICADO	FECHA PUBLICACIÓN/PRESENTACIÓN	LÍNEA
Artículo de Investigación	Jhon Esteban Morales Quintero	Universidad Católica Luis Amigó / Medellín, Colombia	Podcast Educativo como Material Didáctico. Una Revisión Sistemática de la Literatura	15 de febrero de 2024	Publicidad
Ponencia	Jhon Esteban Morales Quintero y estudiantes del Semillero de Investigación Publicitaria Émico.	Universidad de Palermo / Buenos Aires, Argentina	Sellos frontales octogonales con advertencias nutricionales : ¿una herramienta efectiva para reducir el consumo de frituras y alimentos procesados ?	01 de marzo de 2024	Publicidad

Artículo de Investigación	Manuel Javier Castrillo n - Catalina Cruz Gonzalez - Jhon Esteban Morales Quintero	Universidad Católica Luis Amigó / Medellín, Colombia	La producción del espacio en La Sociedad del Semáforo. Análisis sociológico desde los planos sonoros	29 abril de 2024	Publicidad
Ponencia	Jhon Esteban Morales Quintero	Universidad Católica Luis Amigó / Medellín, Colombia	Construcción de la identidad cultural a partir de los paisajes sonoros y visuales en el municipio de San Pedro de los Milagros	24 mayo de 2024	Publicidad
Workshop	Jhon Esteban Morales Quintero	Universidad Católica Luis Amigó / Medellín, Colombia	Impacto del podcast en la industria creativa	15 y 16 de mayo de 2024	Publicidad
Artículo producto de investigación en libro recopilatorio	Jorge Andrés Rico Zapata	Universidad Católica Luis Amigó	Información y propaganda en el marco de las nuevas guerras y la guerra híbrida	Enero o febrero de 2025 aproximadamente	Publicidad

Participación en el panel de expertos del proyecto de investigación Análisis de Riesgo Político, Social, Económico e Internacional	Jorge Andrés Rico Zapata	Integrated Communication Research (ICR) Colombia y la Universidad Internacional de la Florida – FIU.	Análisis de riesgo político, social, económico e internacional de Colombia 2024	23 de julio de 2024	Publicidad
Artículo científico Q3	Carlos Mario Berrío	Doxa Comunicación	El papel del periodista en el cine negro colombiano: Oposición de la búsqueda de la verdad y visualización de la represión estatal	jul-24	Publicidad
Ponencia en la Universidad de Palermo	Carlos Mario Berrío	Actas de diseño en la Universidad de Palermo	Segmentación para Branding y mercadeo con analítica de datos	Se presentó el 29 de julio de 2024	Publicidad

Ponencia	Lina María Martínez	Universidad de Palermo, Argentina	RELACIÓN ENTRE LOS CONTENIDOS DE VALOR Y LAS INTERACCIONES EFECTIVAS EN INSTAGRAM (Caso ucatolicaluis amigo y "buitresfunlam_")	2024	Publicidad
Ponencia	Lina María Martínez	Universidad de Palermo, Argentina	CONECTANDO VOCES: Estudios en entornos digitales	30 de julio de 2024	Publicidad

Laboratorio de Comunicación

El Laboratorio de Comunicación de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño de la Universidad Católica es la unidad académica que tiene como función principal brindar atención a docentes y estudiantes de los tres programas de la facultad para facilitar servicios y recursos audiovisuales durante las actividades académicas del semestre. Adicionalmente, se presta servicios a otras dependencias de la institución como los departamentos de Graduados, Bienestar Institucional, Mediaciones Virtuales, Gestión Humana y la oficina de Comunicaciones para el registro de eventos o la grabación de contenidos audiovisuales (videos y podcast institucionales).

Actividades destacadas

Para el primer semestre del año 2024 el Laboratorio de Comunicación desarrolló algunas de 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.
- 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.
- Apoyo a administrativos de otras dependencias en quienes solicitaron los servicios audiovisuales del Laboratorio.
- 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.
- Puesta en uso de los nuevos recursos tecnológicos entre cámaras de video, fotografía, trípodes, luces, switcher y elementos solicitados en los planes de inversión 2022 y 2023
- Reuniones administrativas y de revisión para los nuevos espacios que se habilitarán para el Laboratorio.
- Apoyo en registro y transmisión de eventos académicos



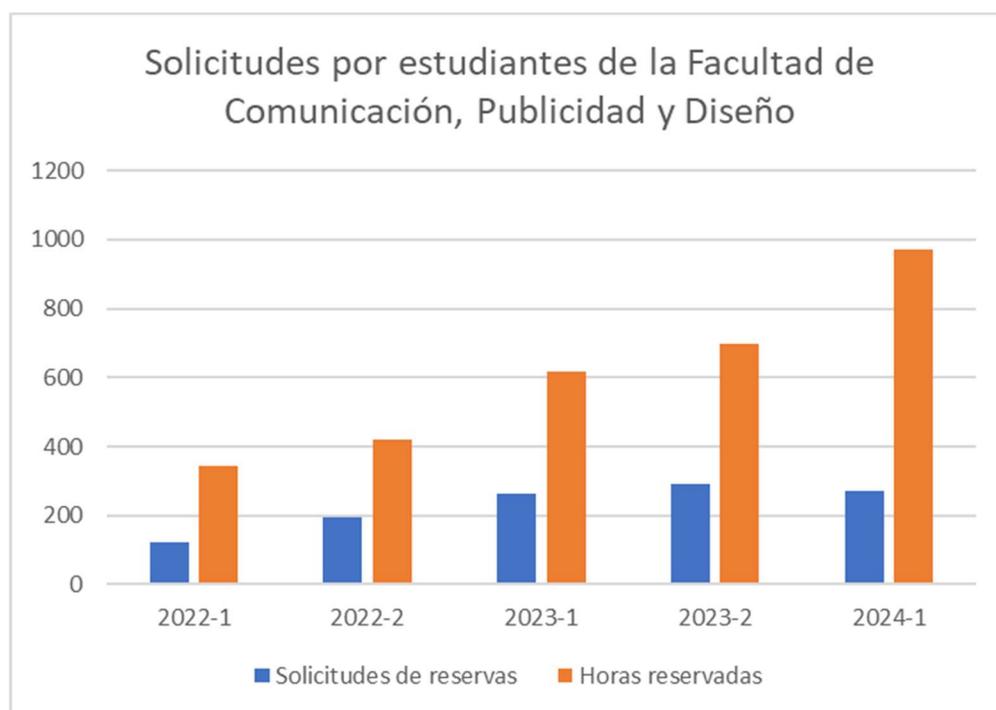
Clase de Fotografía Publicitaria para estudiantes del programa de Publicidad



Capacitación en uso de equipos audiovisuales a estudiantes del curso Producción e Información de Televisión del programa de Comunicación Social

Ampliación de cobertura en servicios a estudiantes

La puesta en marcha para el uso de los nuevos equipos adquiridos para el Laboratorio de Comunicación permitió ampliar la cobertura de atención a estudiantes y apoyos para los cursos de los programas de Comunicación Social, Publicidad y Diseño Gráfico. Esto se evidencia en los registros de solicitudes de parte de los estudiantes y en especial las horas registradas de uso de todos los recursos del laboratorio. Gracias a la adquisición y disposición de nuevos equipos.



En el siguiente cuadro se puede ver estas solicitudes en los últimos dos años por cada programa de la facultad y que se han atendido satisfactoriamente.

Solicitudes por estudiantes de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño						
Semestre	Solicitudes de reservas			Horas reservadas		
	Comunicación Social	Publicidad	Diseño Gráfico	Comunicación Social	Publicidad	Diseño Gráfico
2022-1	72	14	38	185	51	106
2022-2	104	21	69	195	46	178
2023-1	130	51	82	314	100	202
2023-2	151	33	107	361	76	259
2024-1	132	17	123	448	39	483

Apoyo en eventos y desarrollo de contenidos audiovisuales

Los eventos destacados se encuentran el desarrollo de nuevas producciones en vivo con transmisiones vía streaming para la facultad como la [Feria Exposextante](#) y el [Lanzamiento de la edición No. 46 del periódico Sextante](#), actividades desarrolladas por docentes y estudiantes de cursos audiovisuales apoyados por el Laboratorio. También se realizó el registro audiovisual del Tercer Congreso Internacional de Psicología, registro para la segunda Carrera por la Salud Mental y la producción del programa del departamento de Gestión Humana "[Líderes U](#)".



Registro Capacitaciones del Consultorio Jurídico



Grabaciones del programa "Líderes U".

Ampliación de espacios para el Laboratorio

De la mano con el Departamento de Planeación se ha desarrollado el proyecto de adecuación de nuevos espacios para el Laboratorio. Para guiar el proceso se realizaron visitas técnicas como a los estudios de la Universidad de Medellín para conocer las características de sus espacios y distribución de recursos.



Visita técnica a estudios de la Universidad de Medellín



Visita técnica a estudios de la Universidad de Medellín



Visita técnica a estudios de la Universidad de Medellín



Visita técnica a estudios de la Universidad de Medellín

Durante el semestre 2024-1 se planteaba trasladar los servicios, espacios y recursos del Laboratorio a la antigua Capilla de la Institución en la planta baja para permitir la ampliación de cobertura y posibles proyecciones. Con la visita técnica se realizaron propuestas de diseño para albergar estudios de televisión, fotografía, radio, oficinas y bodega.

OPCIÓN 1



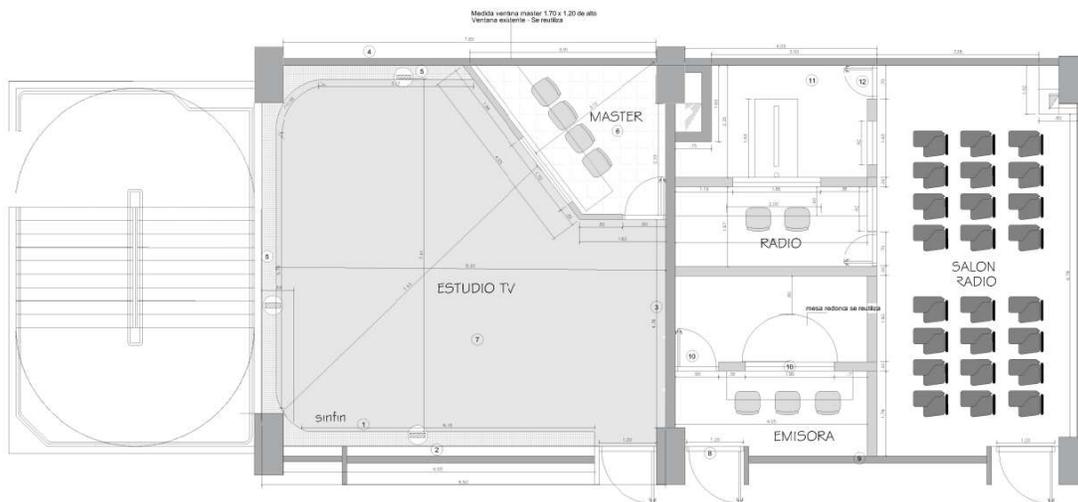
OPCIÓN 2



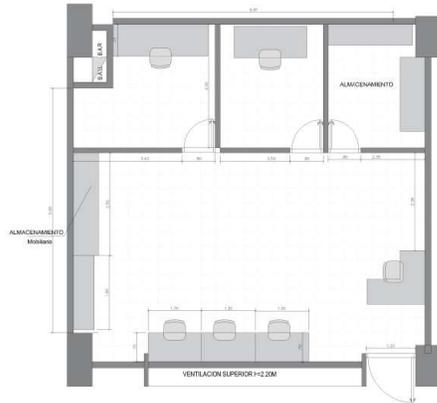
Primeras propuestas de diseño para La Capilla

En el proceso de desarrollo y por decisiones institucionales, se plantea implementar la construcción en otro espacio diferente a la capilla, específicamente en el Bloque 3 con un nuevo estudio de televisión, cabina de radio, emisora y oficinas administrativas en la planta baja, adicional, un salón de fotografía en el séptimo piso. Estos espacios cuentan con una importante ventaja en accesibilidad al estar en una planta baja y la facilidad de un ascensor para el salón de fotografía. La ejecución de la obra inicia durante el semestre 2024-2 entre julio y agosto para estar funcional a partir del 20 de agosto de 2024.

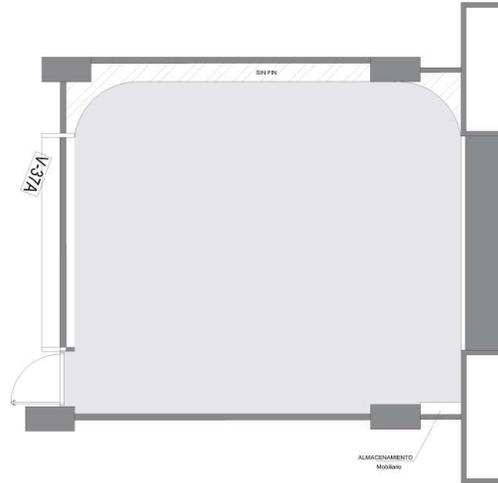
PROPUESTA FINAL



Espacio administrativo



Estudio Fotografía



Planos con las propuestas finales para los nuevos espacios del Laboratorio

El Laboratorio de Comunicación continuará también con las instalaciones del último piso del bloque 6 que brindará mayores opciones de espacios para los tres programas de la Facultad, el desarrollo de contenidos audiovisuales institucionales.

Se proyecta que los nuevos espacios de los laboratorios puedan servir para proponer cursos y proyectos de extensión que permitan ampliar la posibilidad de ingresos a la Facultad. Esto teniendo en cuenta los costos que implican el uso de espacios y recursos tecnológicos para la producción de contenidos audiovisuales, además del apoyo del equipo humano del laboratorio. En conclusión, poder consolidar un espacio para la producción y creación audiovisual tanto para procesos de enseñanza aprendizaje como para procesos de servicios externos.

Bienestar Institucional

Al iniciar el 2024 se elabora un informe exhaustivo sobre la participación de los estudiantes en las diversas actividades de bienestar organizadas por la institución en el año anterior, fijando cuáles son los factores que pueden fortalecer para este año. El informe detalla los programas ofrecidos en el 2023, la cantidad de estudiantes involucrados y los porcentajes de participación en cada área. Los resultados muestran un total de 3,321 participantes. La distribución por áreas del bienestar fue la siguiente: Cultura con 159 participantes (4.79% del total), Amigo Diversa con 21 participantes (0.63%), Desarrollo Humano con 40 participantes (1.20%), Permanencia Académica con 721 participantes (21.71%), Programa de Prevención de Adicciones con 559 participantes (16.83%), Recreación y Deportes con 977 participantes (29.42%) y Salud Integral con 844 participantes (25.41%).

Basado en estos datos se realiza un plan de acción para encaminar las necesidades desde la facultad donde para fortalecer los programas ya existentes de Bienestar Institucional. Por eso se hace hincapié en la divulgación de los programas en las redes sociales para que más estudiantes tengan conocimiento y accedan con mayor facilidad.

2. Reuniones Periódicas de Funciones Sustantivas

Se llevaron a cabo reuniones quincenales convocadas desde la decanatura de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño, centradas en funciones clave como Investigación, Internacionalización, Extensión y Bienestar. Estas reuniones se realizaron los miércoles de 8 a 9 de la mañana, con el objetivo de actualizar a los miembros del equipo sobre los avances en sus respectivos campos, desarrollar estrategias para recopilar pruebas relevantes y compartir información esencial sobre los procesos en curso. Se discutieron los avances y se propusieron proyectos nuevos.

3. Reunión sobre el Proyecto "Escuela para la Vida"

Se realizó una reunión conjunta con el área de Bienestar y Extensión para revisar el proyecto "Escuela para la Vida", llevado a cabo en el semestre anterior. En esta reunión, Bienestar presentó el proyecto a la rectoría, obteniendo la aprobación para integrarlo en una de las líneas de los cursos de Extensión. Además, se eligieron dos cursos específicos: uno sobre bordado y otro sobre aromaterapia.

4. Campaña de Divulgación sobre Violencia de Género (VBG)

Se propuso una campaña de divulgación sobre Violencia de Género (VBG) que incluía la instalación de tótems replicando la idea del "Acosómetro", con el fin de evidenciar los casos de VBG dentro de la institución y recordar la ruta de atención

de la Universidad. La propuesta fue enviada a la directora de bienestar institucional para su revisión y aprobación por parte del comité correspondiente.

5. Actividad de Autorretrato y Emociones en la Semana de la Salud

En el marco de la Semana de la Salud, se retomó el proyecto “Emociones Plasmadas”, desarrollado en el año anterior, en colaboración con la coordinadora del componente de expresión, Verónica Morales. El taller, que utilizó el autorretrato como herramienta para explorar temas de identidad y emociones, fue bien recibido, con la participación de 47 personas.

6. Divulgación de Actividades del Área de Bienestar Institucional

Se enviaron piezas gráficas al practicante encargado de las redes sociales de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño para que se replicarán los eventos, talleres y el acompañamiento general brindado por Bienestar Universitario. Estas piezas se publicaron en las redes sociales de la facultad para alcanzar a un mayor número de personas.

7. Presentación de Campaña desde el Curso de Portafolio del programa de Diseño Gráfico al Comité de Género

Desde el curso de Portafolio, dirigido por la docente Paula Vargas, se desarrollaron propuestas de campañas centradas en Violencia de Género (VBG) y amor propio. Una de las propuestas, titulada "Lobo sí está", fue presentada al Comité para la Prevención de VBG, y después de un análisis y revisión, fue aceptada para su ejecución en el segundo semestre de 2024.

Comunicaciones internas

Informe de Gestión de la Red Social Instagram de la Facultad

La gestión realizada en la red social Instagram, creada para albergar información de los tres programas de la Facultad, ha sido una ventana comunicativa para mostrar el avance y las iniciativas de cada uno de los programas que componen la Facultad. El objetivo es que quienes visiten la red social encuentren contenido que los motive a tomar la decisión de elegir nuestra universidad como alternativa para vivir su experiencia universitaria.

Desde febrero de 2024 hasta la fecha, se ha llevado a cabo un trabajo consciente con la idea de humanizar la red social. Esta iniciativa está diseñada pensando en los estudiantes, quienes se convierten en el público objetivo. Por esta razón, se diseñó una parrilla de contenido que busca satisfacer las necesidades de los estudiantes, incrementando su sentido de pertenencia.

Se han planteado contenidos orientados a ayudar a los estudiantes a fortalecer sus capacidades, proporcionando recomendaciones útiles como material de estudio. Además, se ha destacado contenido que resalta hitos importantes que se dieron durante el semestre, incrementando así el sentido de pertenencia.

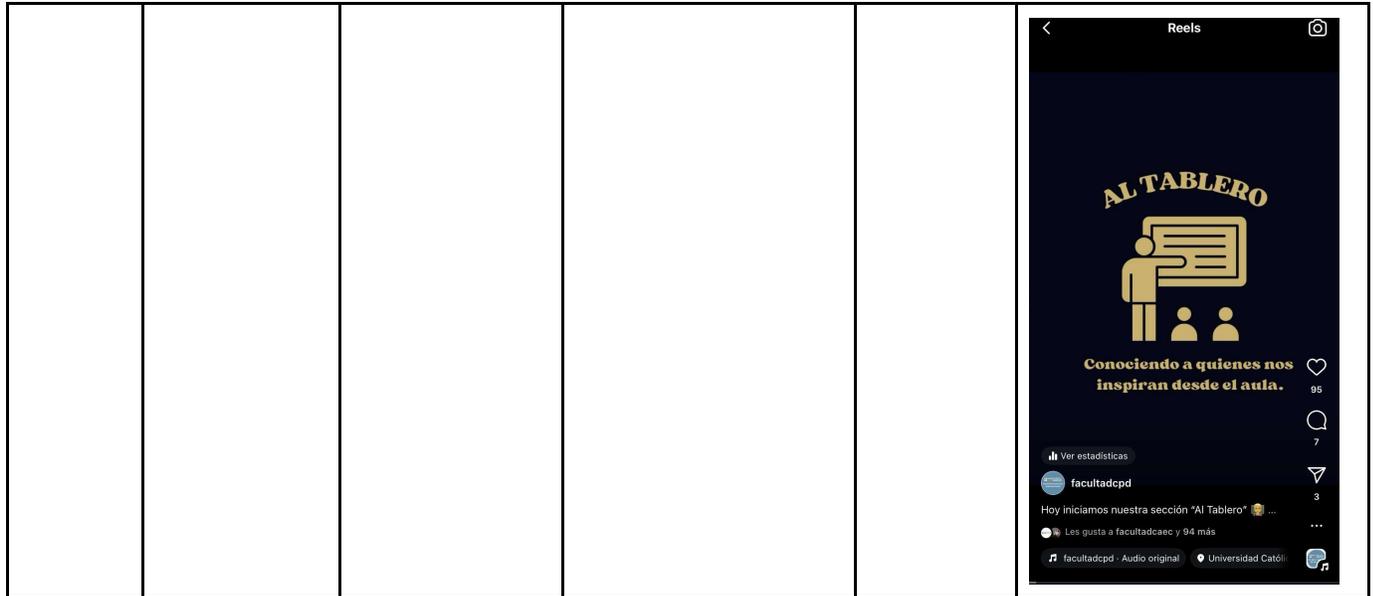
A continuación, se presentan las ideas principales que fueron aprobadas y que, semanalmente, se han ido desarrollando para mantener la red activa y generar interacción con los seguidores.

DÍA	NOMBRE	EJE TEMÁTICO	OBJETIVO	FORMATO	EVIDENCIA
Lunes	La frase de la semana.	Motivacional.	Crear un post y una historia en Instagram para motivar a los estudiantes a comenzar la semana con buena actitud y motivación, utilizando frases de personajes célebres y exitosos con el fin de inspirarlos.	Historia - post	

<p>Martes</p>	<p>La Facultad te recomienda.</p>	<p>Contenido de valor educativo.</p>	<p>La finalidad de esta publicación es recomendar a los estudiantes, cada semana, contenido de valor que les servirá para reforzar los conocimientos adquiridos en clase.</p>	<p>Carrusel</p>	 <p>The image shows two Instagram carousel posts from the account 'facultadcpd' (Universidad Católica Luis Amigó - Medellín). The top post is titled 'La Facultad te recomienda' and features a 'PODCAST' graphic with a woman's image and the text 'Para potenciar tus conocimientos en Comunicación, Publicidad y Diseño'. The bottom post is titled 'Tips' and features a woman holding a book and a pen, with the text 'para un intercambio académico exitoso'. Both posts include engagement icons (heart, comment, share) and a 'Promocionar publicación' button.</p>
<p>Miércoles</p>	<p>Lo que la facultad te cuenta.</p>	<p>Informativo.</p>	<p>En este apartado, reforzaremos las funciones sustantivas, proporcionando un espacio dedicado a cada una de ellas y describiendo las actividades que se están llevando a cabo. Esto incluye áreas como extensión, internacionalización, docencia, posgrados y graduados.</p>	<p>Reel</p>	

<p>Jueves</p>	<p>Celebración 25 años del Programa de Comunicación Social.</p>	<p>Conmemorativo.</p>	<p>Para este día, utilizaremos el famoso #TBT para conmemorar los 25 años del programa de Comunicación Social, dando protagonismo a los profesores que han tenido una trayectoria destacada en la historia del programa.</p>	<p>Reel</p>	<p>The image shows two Instagram Reels. The top reel is from the account 'facultadcpd' and features a woman in a white sleeveless top and a red skirt standing outdoors near a body of water. The text overlay on the video reads 'y fue mi papá quien'. Below the video, there are engagement icons for likes (50), comments (7), and shares (3), along with the text '¡Seguimos celebrando 🥳 estos emocionantes ...' and 'Le gusta a facultadcaec y 49 más'. The bottom reel is also from 'facultadcpd' and features a group photo of graduates in formal attire. The text overlay reads '¿Sabías que?' in large, stylized letters, followed by 'La primera promoción de graduados del programa de comunicación fue en el año 2003.' Below this, there are engagement icons for likes (50), comments (7), and shares (3), and the text '¡Seguimos celebrando 🥳 estos emocionantes ...' and 'Le gusta a facultadcaec y 49 más'. Both reels include a 'Ver estadísticas' button and a 'Universidad Católica' location tag.</p>
----------------------	---	-----------------------	--	--------------------	--

					
<p>Viernes</p>	<p>“Al Tablero”</p>	<p>Entretenimiento</p>	<p>Conocer a los docentes que pertenecen a la Facultad de una manera más profunda y significativa.</p>	<p>Reel.</p>	



Promoción de eventos

También se han utilizado las redes sociales para impulsar los distintos eventos que surgen desde la Facultad como iniciativas para fomentar la participación de los estudiantes en los diversos espacios de la universidad. Los eventos promovidos fueron los siguientes:

Hemos logrado difundir, a través de las redes sociales, la pieza que invitaba a los estudiantes a participar en la celebración del Día del Diseñador. Entre otras.

Se logró una buena participación tanto en la versión número 12 de Expo Sextante como en la gala de premiación, la cual se llevó a cabo al día siguiente, logrando el interés de los estudiantes.

sextantemedios y facultadcpd Medellín

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE LA GUAJIRA LUISAMIGO

expo sextante 12.ª edición

Celebremos
el poder de contar historias

Acompañanos y conoce los mejores productos del
COMPONENTE DE PERIODISMO Y OTROS LENGUAJES

Nominados al Premio Sextante 2024

Miércoles 15 de mayo 8:00 a.m. a 3:00 p.m. Hall de La Iguana

25 años de comunicación social

Ver estadísticas

56 Me gusta

sextantemedios Ha llegado la 12ª versión de la Feria Expo Sextante, un espacio donde celebramos el poder de contar historias desde el periodismo universitario más

sextantemedios y facultadcpd

Tim Green · The Night Is Blue

Historias que trascienden generaciones

Evento antesala de celebración de los 25 años del
Programa de Comunicación Social.
Entrega de los Premios Sextante.

Jueves 16 de mayo 6:00 p.m. Teatro Mayor San José

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE LA GUAJIRA LUISAMIGO

25 años de comunicación social

sextante SISTEMA DE MEDIOS

Ver estadísticas

28 Me gusta

Los estudiantes del programa de Publicidad, a través de un proyecto de aula, nos sorprendieron con MATCH, un evento que, sin duda, nos acerca cada vez más a la finalidad de servir al otro desde la publicidad social. Este fue uno de los varios eventos que los estudiantes tuvieron la oportunidad de disfrutar.



Ver estadísticas



Les gusta a ucatolicaluisamigo y 112 más
publicidad_luisamigo Así se vivió la segunda versión del @evento_match 🎨🔥 Un evento para creativos, organizado por los chicos del curso: Gestión... más

Desde el aula, también han surgido ideas que han mantenido a los estudiantes entusiasmados por conocer su entorno y lo que los rodea. A través de las redes sociales, hemos sido testigos de todo lo que los estudiantes pueden aprender al salir de la universidad.



Se invitó a mjosek david para que sea colaborador, pero aún no aceptó la invitación.

Ver estadísticas

Promocionar publicación



Les gusta a ucatolicaluisamigo y 83 más
facultadcpd En un esfuerzo por enriquecer su comprensión del arte y la cultura, los estudiantes de la clase de Apreciación Artística del programa de... más

También, a través de las redes sociales, logramos promover los distintos cursos ofrecidos por la Facultad, como una manera de que los estudiantes refuercen sus conocimientos y afinidades en cada uno de los programas disponibles.

A continuación, se presentan algunos de los cursos que se ofertan y que fueron publicados en las redes sociales, captando el interés de los estudiantes.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LUISAMIGO 40

Taller **PODCAST EDUCATIVO,** una herramienta para transformar la experiencia en el aula.

Objetivo
Proponer elementos didácticos mediante el uso de planos sonoros, videos, plataformas digitales y estaciones de audio digitales para la creación de podcasts/vodcasts educativos como herramientas didácticas en el aula de clase

Temas

- Podcast/Vodcast: ¿Qué son?, Usos, beneficios y finalidades educativas
- Profcast, lecturecasting y pedagogía
- Digital Audio Workstation (Adobe Audition)
- Técnicas de grabación de sonido
- Técnicas de edición, mezcla y mastering de audio
- Distribución de podcast/vodcast en plataformas digitales
- Monetización, derechos de autor, registro de obras y propiedad intelectual

Ponente
Jhon Esteban Morales
Docente Programa de Publicidad
Ingeniero de Sonido
Magister en Educación

Inversión

- Estudiantes U. Luis Amigó: **\$180.000**
- Graduados y empleados U. Luis Amigó: **\$198.000**
- Público externo: **\$ 216.000**

Inicio: 4 de junio
Finalización 7 de junio
8:00 a.m. - 1:00 p.m.

Taller intensivo

INGRESA AQUÍ

Informes Programa de Publicidad | monitoreos@luisamigo.edu.co | 315 572-44 53

formadiseno.ig y facultadcpd
Universidad Católica Luis Amigó - Medellín



FOCO MÓVIL

FOTOGRAFÍA MÓVIL PARA REDES SOCIALES

Desarrolla tu destreza y cualquier móvil se convertirá en tu mejor herramienta.
¡Inscríbete ahora y conviértete tu creatividad en un activo para tu negocio!

Fecha de inicio: 19 de Abril de 2024
Intensidad Horaria: 12 Horas 7 días a la semana

Tallerista: Carlos Corredor Fotógrafo Profesional
Horario: Viernes 3:00 p.m. a 6:00 p.m.

Inversión:
\$120.000 Estudiantes, Docentes y Administrativos
\$145.000 Graduados
\$180.000 Público Externo

ESCANEAR AQUÍ

Prevía inscripción en el sistema académico

form)seño

Ver estadísticas



10 Me gusta

formadiseno.ig Animate a participar de los cursos de extensión que te ofrece nuestra facultad 📸👍👉

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ 40

Curso: **Tendencias de la comunicación y el periodismo deportivo**

Estudiantes U. Luis Amigó: \$240.000
 Graduados: \$260.000
 Público externo: \$290.000

De mayo a junio 18^a de 2024

De 8:00 a.m. a 12:00 m.
 Aula de POSGRADOS

Nota: Los docentes y administrativos que deseen participar, deben realizar la inscripción interna a través de la Dirección de Extensión.

Objetivo: Presentar un panorama de lo que es el deporte como campo de aplicación del periodismo en particular, y de la comunicación en general. Esto, desde una óptica académica, práctica y profesional, con el fin de comprender su complejidad.

Temas: 1. Periodismo deportivo
 2. Comunicación deportiva
 3. Tendencias en periodismo deportivo

Ponentes:
 • Luz Érida Molina Marín
 Periodista del Área Deportiva
 Periódico El Colombiano.
 • Jarvi Augusto Escobar Sánchez
 Presentador, narrador de TV.
 Docente universitario.
 • Deybis Zapata Correa
 Comunicador Social.
 Especialista en Comunicación Deportiva
 Docente universitario

ESCANEA AQUÍ

Informes Programa de Comunicación Social
 comunicacionsocial@gamigo.edu.co
 (604) 4467666 Ext: 0540

Informe sobre Estadísticas y Rendimiento de la Página de Instagram

Resumen: Durante los últimos seis meses, la gestión de la página de Instagram ha mostrado un buen rendimiento. Hemos logrado mantener el engagement en el rango esperado según las estadísticas, lo que indica que los contenidos han sido bien recibidos y han tenido un buen consumo tanto por parte de los seguidores de la página como por personas externas que han llegado a ella gracias a las recomendaciones del algoritmo de Instagram.

Desempeño en los Últimos Tres Meses:

- La página ha alcanzado un total de 14,558 cuentas.
- Seguidores: 9.3% (incremento del 5.1%).
- No seguidores: 90.7% (incremento del 142%), lo que es positivo para aumentar la visibilidad de nuestros programas.

Publicaciones Destacadas:

- **Reels:** Han sido visualizados por aproximadamente 13,700 personas.

- **Publicaciones:** (Posts y Fotografías): Han recibido 2,741 interacciones.
- **Historias:** Han alcanzado alrededor de 1,632 visualizaciones.

Actividad del Perfil:

- Interacciones Totales: 3,052, con un incremento del 28%.
- Visitas al Perfil: 3,018, con un incremento del 29.6%.

Estos datos reflejan un crecimiento significativo en la visibilidad y el alcance de la página, así como un aumento en la interacción de los usuarios con el contenido publicado.

Informe sobre el Podcast de la Facultad

Durante mi período como practicante, identifiqué una de las herramientas comunicacionales valiosas con las que contaba la Facultad: "Amigó Podcast". Este espacio, diseñado para profundizar en temas relevantes e importantes para los estudiantes, tuvo dos temporadas y se actualizó hasta mayo de 2023.



Reconociendo la importancia de este espacio, propuse retomararlo con algunos cambios significativos para hacerlo más novedoso y diferenciarlo de otros contenidos producidos por la universidad. El nuevo formato, llamado **“Aula Sonora”**, está diseñado específicamente para los estudiantes de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño.

Cambios Introducidos:

1. **Nuevo Nombre: “Aula Sonora”:** Un nombre dinámico y fácil de recordar, que refleja el sello distintivo de la Facultad.
2. **Temática de la Nueva Temporada:** Centrada en las funciones sustantivas de la Facultad. La nueva temporada profundizará en estas funciones para que los estudiantes conozcan y comprendan su importancia y el trabajo que se realiza en cada una de ellas.
3. **Formato:** Se ha transformado en un vodcast para ofrecer una experiencia más completa. Los estudiantes podrán no sólo escuchar, sino también ver a los participantes, lo que hace el contenido más interesante y accesible.

4. **Programación:** Los capítulos se publicarán cada 15 días.
5. **Estrategia de Difusión:** Las redes sociales se utilizarán como herramienta principal para promover y publicitar el podcast.

Este enfoque renovado busca hacer el contenido más atractivo y relevante para los estudiantes, fortaleciendo la conexión con la Facultad y facilitando una comprensión más profunda de sus funciones y actividades.

Académicus

Durante el primer semestre de 2024, se puso en circulación la edición No. 09 del Boletín Institucional de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño, Académicus. El equipo conformado por el comunicador en formación, Julián Andrés Ochoa Arias, el diseñador gráfico Marcelo Buccella Echavarría y el docente Marcos Fidel Vega Señá, entregaron a la comunidad académica de la Facultad un boletín informativo digital, donde se dio cuenta de los principales acontecimientos, noticias y actividades que se dieron por parte de tanto estudiantes como docentes.

En esta ocasión Académicus No 09 hizo hincapié en las funciones sustantivas de la Facultad, como un compromiso con la calidad de la educación superior, procesos estratégicos y misionales de Docencia, Investigación, Extensión e Internacionalización que se permean con otras actividades como la permanente evaluación en el aula, con la cual se logra un puente dialógico entre estudiantes y docentes y la práctica de una comunicación asertiva.

En el desarrollo de la información los lectores se enteraron, de primera mano de acontecimientos como la 12 edición de la Feria Exposextante, donde se entregaron los premios Sextante por los 25 años del Programa de Comunicación Social. También se informó sobre cómo el Sistema de Medios Sextante participa en actividades con la Red Colombiana de Periodismo Universitario. También se dio cuenta de cómo van los procesos de investigación y el balance del desarrollo de los proyectos aprobados por la Vicerrectoría de Investigaciones, así como las ofertas de Proyección dentro de la función sustantiva de Extensión.

En la parte de docencia el Informativo presentó a los docentes nuevos que llegaron a los distintos programas y los relevos que se dieron en funciones claves para el desarrollo de los objetivos estratégicos de la Facultad. En la parte de movilidad Internacional la comunidad académica se enteró qué docentes y qué estudiantes

entrantes y salientes en universidades de otros países. También se habló de las actividades que vienen realizando los posgrados.

De igual manera le informó a la comunidad los premios ganados por integrantes de la Facultad, destacados en el ámbito nacional y local como los Premios de Periodismo de Periodismo Simón Bolívar y los premios Alcaldía de Medellín de los Medios Alternativos, Independientes, Comunitarios y Ciudadanos. Así mismo, se destaca la posición estratégica que logró la directora del Programa de Comunicación como integrante del Consejo Directivo de Afacom.

Cabe destacar que el Boletín Informativo Académicus ha evolucionando en cuanto a diagramación y en la concepción de mantener informada a la comunidad académica de la Facultad sobre los logros, metas, retos y expectativas, mediante una información ágil, oportuna y de fácil acceso para quienes se acercan a su lectura.

A continuación también puede encontrara el link de boletín de la Facultad: [Académicus](#)

Posgrados

Maestría en Publicidad

- **Apertura de nueva cohorte:**

A pesar de los esfuerzos en difusión y promoción del programa, la apertura de una nueva cohorte no cuenta con un número mínimo de inscritos y/o aspirantes para la apertura de una nueva cohorte; sin embargo, se hará un último envío de información (FLEVO) a 4 interesadas que sostuvieron una reunión con la coordinación de la Maestría, a través de Meet. A la fecha se cuenta con un inscrito - seleccionado (WILMAR ROMÁN GONZÁLEZ - 18720064)

- **Áreas de Mejora Identificadas:**

Dentro de las acciones de mejora identificamos la pertinencia, luego de un análisis de competitividad - Benchmark e indagar en entornos de creativos, con directores creativos y agencias publicitarias, de una actualización curricular y metodológica; agregando al Plan de estudios cursos cómo: Redacción publicitaria, Publicidad creativa, Habilidades blandas, Presupuesto y plan de medios, Estrategias publicitarias y Comportamiento del consumidor; y pasando de ser una maestría en investigación a una maestría en profundización.

La integración de más experiencias prácticas y la profundización en las competencias técnicas y creativas, son aspectos fundamentales para la formación de un magíster en publicidad en la actualidad.

Tras la propuesta de modificación curricular concluimos:

- Los egresados estarán mejor preparados para las demandas del mercado laboral, donde se requieren profesionales con habilidades prácticas y actualizadas; esto les dará una mayor relevancia para el mercado laboral.
- Los magísteres en Publicidad desarrollarán las habilidades blandas necesarias para trabajar en equipo, gestionar proyectos creativos y comunicarse de manera efectiva.
- El plan de estudios permitirá a los estudiantes mantenerse actualizados y adaptarse a las nuevas tendencias del mercado publicitario.
- Los estudiantes desarrollarán nuevas habilidades para destacarse en un entorno creativo, dinámico y competitivo.

- El modificado plan de estudios busca el fortalecimiento del Pensamiento Creativo e Innovador: a través de la creatividad como una gran competencia en la industria publicitaria.
- Los egresados podrán desarrollar ideas originales y soluciones creativas a problemas de comunicación – comunicación gráfica publicitaria.
- Los graduados dominarán las herramientas y técnicas omnicanales necesarias para crear, gestionar y analizar campañas publicitarias.

● **Asuntos estudiantiles: Grados Cohorte 1.**

De acuerdo a la finalización de la primera cohorte de la Maestría en Publicidad:

Estudiantes matriculados	6
Estudiantes antiguos	0
Estudiantes totales	6
A la espera de grados	3

Los 6 estudiantes cumplieron con el 100% de los créditos del programa y cuentan con el 100% de la certificación de sus cursos; pasando del estado: Estudiante a Egresado. Solo tres estudiantes se encuentran en proceso de grados y los 3 restantes, a la espera de cumplir con los requisitos de grado para su graduación.

Actividades Académicas:

NOMBRE	TIPO DE EVENTO	IMPACTO
Coloquio: Una vida. Un propósito. Un sueño. Una historia.	Encuentro	<p>Socializar los proyectos de investigación de los y las estudiantes de los programas de posgrados de la facultad: Especialización en Relaciones Públicas y Maestría en Publicidad; y de esta forma, visibilizar la oferta de los programas y validar los resultados de aprendizaje de los futuros graduandos.</p> <p>Para el conversatorio tuvimos una invitada muy especial, Laura Yepes es la actual directora de comunicaciones del proyecto más grande que desarrolla hoy la ciudad: METRO DE LA 80, y nos compartió sus experiencias laborales y de vida.</p>

Curso: Marketing Digital para emprender	Curso por extensión	Ofrecer un conocimiento transversal, innovador y oportuno; para un público sin conocimiento posterior al curso pero que se siente interesado en gestionar y conocer las herramientas del entorno digital, para emprender o aplicar en un emprendimiento.
Visita	Invitado	<p>Se invitó a Ana María Arango, Comunicadora Social y directora de contenidos digitales de las cuentas: Parque Explora y El planetario; al curso Social Media.</p> <p>La invitación de Ana María Arango mejoró significativamente el aprendizaje de los estudiantes, proporcionando una visión práctica y actualizada del campo de la comunicación digital y los social media, además de fomentar una interacción directa y enriquecedora.</p>
MATCH: Un evento para creativos.	Evento	Logramos darle visibilización al programa de posgrado MAESTRÍA EN PUBLICIDAD, a través de la moderación del último panel de invitados, por parte de la coordinadora, de reconocidas Agencias de Medellín; y con la participación de una de las aspirantes a magíster en publicidad como speaker.

Especialización en Relaciones Públicas

El programa durante el primer semestre del año tuvo apertura de nueva cohorte con 11 estudiantes. Además de desarrollo del segundo nivel de la cohorte antigua con 9 estudiantes. Los procesos académicos-administrativos se desarrollaron sin novedad. El programa goza de estabilidad en cuanto a estudiantes y planta docente.

● Asuntos estudiantiles

Durante el periodo 1-2024 se tuvo la siguiente estadística de estudiantes en el programa:

Estudiantes nuevos	11
Estudiantes antiguos	9
Estudiantes totales	20
Graduados	0

● Asuntos docentes

Tiempo completo (indefinido, calendario y académico)	3
Tiempo completo semestre académico	4
Medio tiempo semestre académico	0
Cátedra	6
Total docentes	13

● Internacionalización y relacionamiento

Durante el periodo 1-2024, se realizaron tres actividades que apuntaban a los objetivos del programa en relación con el ejercicio de la internacionalización. Dos de las actividades fueron realizadas de manera directa por el programa en la organización o invitación de experto y la restante se realizó en conjunto con la Maestría en Publicidad. En la siguiente tabla se presenta la descripción de cada actividad:

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	EVIDENCIA
El poder del relacionamiento en el mundo laboral	Charla realizada el 24 de mayo de 2024 y dirigida a los graduados del Cesde. La actividad se realizó de manera presencial en el Auditorio Nelson Franco Parra de la sede principal del Cesde.	https://drive.google.com/file/d/1b3YjNZpiFMNibhwVx-YJ5jaFSnTFFqaw/view
Relaciones públicas y medios 2024: estrategias y desafíos en la era de la posverdad	El curso de Organización de Eventos y Relaciones Públicas realizó en conjunto un panel como ejercicio final del curso. Con invitados de las organizaciones Fiscalía General de la Nación y ATL QuotaMedia	https://drive.google.com/file/d/1OQoSSGIaGblUgaa6IxOdVlBiyITUC3BO/view?usp=sharing
COLOQUIO: UNA VIDA. UN PROPÓSITO. UN SUEÑO. UNA REALIDAD.	<p>Desde la Maestría se realizó, en conjunto con la Especialización en Relaciones Públicas, un conversatorio previo a la presentación de los resultados de trabajo de grado de los aspirantes a Magíster en Publicidad y a Especialistas en Relaciones Públicas.</p> <p>Para el conversatorio tuvimos una invitada muy especial, Laura Yepes es la actual directora de comunicaciones del proyecto más grande que desarrolla hoy la ciudad: METRO DE LA 80, y nos compartió sus experiencias laborales y de vida.</p>	https://drive.google.com/file/d/1O5FrvnM1Qfeh9W7ELKJyaCt9HO5n-tHn/view?usp=sharing

Maestría en Comunicación

Como se presentó en el informe de gestión 2-2023, desde noviembre de 2023 se tomó la decisión de realizar un proceso de desistimiento del programa. Para el semestre 1-2024 no se contó con horas de coordinación del mismo. Los esfuerzos se concentraron en los estudios previos para un nuevo programa que responda a las demandas del mercado.

Doctorado en Comunicación

Desde el mes de abril el Doctorado en Comunicación, en su dirección se encuentra acompañado por el Decano Alejandro Alzate, a razón del estudio previo realizado por el Comité Doctoral, en donde tomó la decisión de desistir de la operación administrativa (programación y promoción) del programa. Ahora se encuentra en manos de la Decanatura iniciar el proceso de modificación o desistimiento.

Desde ese momento, la dirección interina del programa ha revisado opciones para aperturar una cohorte de manera interuniversitaria con dos universidades más de la ciudad, que cuentan con el mismo programa. Se están realizando las gestiones administrativas para revisar la viabilidad del programa.

Regional Manizales



Foto: Docentes de los programas de Comunicación Social y Diseño Gráfico Manizales.

Programa de Comunicación Social Manizales

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

Sala de Medios S104: Es valioso mencionar que se logró la adecuación del espacio de la Sala de Medios contando con la infraestructura física y tecnológica para el desarrollo de los ejercicios prácticos de televisión, iluminación, fotografía y radio con los estudiantes en cada uno de los cursos y en la Semana de Comunicación, Publicidad y Diseño.



Foto: Sala de Medios programa Comunicación Social Manizales

Teniendo en cuenta lo anterior se plantean también, las siguientes estrategias:

1. Diseño del Técnico Laboral en Producción Audiovisual: Se realizó la formulación del Técnico Laboral por Competencias en Producción Audiovisual, se inició con la construcción del documento, agregando los ítems solicitados en el documento sugerido por la Secretaría de Educación y se seleccionaron las normas de competencias establecidas por las mesas sectoriales, que serán parte fundamental en la construcción del mapa curricular.

2. Sala de Medios como unidad estratégica de negocios: Se inició un proceso de exploración en el que se determinó el potencial que tiene la Sala de Medios (estudio de radio, fotografía y Tv) como unidad estratégica de negocios. Se hizo un listado con los posibles servicios que se podrían ofrecer. Se hicieron algunas reuniones con los gremios más importantes de empresarios de la región para prospectar posibles alianzas entre lo académico y el mundo laboral.

- Dada la capacidad instalada y el talento humano del programa de Comunicación Social Manizales, se planteó por parte de la coordinación del programa, la idea de convertir también la Sala de Medios en un punto de encuentro entre el saber y las demandas de los sectores productivos de nuestra sociedad.

- En conversaciones con los coordinadores de las Áreas relacionadas (radio, televisión y fotografía) se proyectan los siguientes servicios:

Servicios audiovisuales

- Videos institucionales
- Videos comerciales
- Registro de eventos
- Streaming
- Testimoniales

Servicios fotográficos

- Fotografía de producto
- Fotografía comercial
- Fotografía institucional
- Registro de eventos

Servicios radiofónicos

- Producción de podcast institucionales / comerciales
- Cuñas publicitarias
- Grabación de cuñas

Servicios radiofónicos

- Producción de podcast institucionales / comerciales
- Cuñas publicitarias
- Grabación de cuñas
- Grabación de voces en off: locución comercial profesional para productos audiovisuales

Nota: Cada uno de estos servicios contempla las 3 etapas del proceso audiovisual (preproducción, producción y postproducción)

3. Video mapping: es valioso mencionar que teniendo en cuenta la infraestructura física y tecnológica del programa de Comunicación Social, es importante destacar que se realizó un trabajo con los estudiantes y docentes quienes desarrollaron una video instalación performática denomina: “Nuevo ser, nuevo futuro: un viaje sensorial al nacimiento del diseño” que consiste en generar en los espectadores una experiencia audiovisual contemplativa a partir del uso de distintos tipos de tecnología”, esta actividad académica se presentó en el lanzamiento del programa de Diseño Gráfico, con el fin dar la bienvenida a los estudiantes de primer semestre.

A través de este ejercicio académico específicamente se tuvo la oportunidad de vivir una experiencia que lleva al origen de la carrera de Diseño en la Universidad Católica Luis Amigó a través de cuatro momentos artísticos y sensoriales:

- En el primero se dio una exploración sonora que evoca la metáfora del nacimiento del programa de Diseño.
- En segundo momento fue un baile que representa la mezcla de ideas, de ejecución y creatividad en la formación de la carrera.

- Luego, se dio una proyección de los rostros de los estudiantes y docentes donde se logra identificar la personalidad de la carrera.
- Y finalmente, se vio al diseñador en acción, es decir, creando.

Este proyecto de los estudiantes y docentes del programa de Comunicación Social Manizales mezcla tecnologías como el videomapping, la realidad virtual y sensores de movimiento.

Realización del proceso de Sistematización de la Maratón Audiovisual 1

PRIMERA MARATÓN AUDIOVISUAL 48 horas de inmersión creativa y trabajo colaborativo

Resumen:

Este ejercicio de sistematización de experiencias educativas, nace gracias a la convocatoria realizada por La Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño, de la Universidad Católica Luis Amigó, en su intención de realizar una publicación digital que recopile diferentes prácticas pedagógicas y metodológicas vividas por docentes de la institución en el aula de clase, en este caso, desde el centro regional Manizales realizamos la sistematización de la práctica académica Maratón Audiovisual, realizada en el año 2022 en el marco de la semana de la comunicación, publicidad y diseño. Es un ejercicio en el que participan estudiantes de todos los semestres del Programa de Comunicación Social, docentes, directivos y personas externas.

Con el proceso de sistematización queremos reflexionar de manera crítica y consciente el desarrollo de la actividad, identificar qué funcionó bien, qué no funcionó, buscando la mejora continua del proceso educativo, y así contribuir para el desarrollo de futuras versiones y proyectos similares.

Para finalizar, concluimos que cada uno de los objetivos que se plantearon desde el principio para la actividad se cumplieron satisfactoriamente, y con este procesos de sistematización logramos ratificar que la Maratón Audiovisual permite a los participantes adquirir y potencializar los conocimientos creativos, técnicos y artísticos en producción audiovisual, en el desarrollo de un trabajo práctico y autónomo, además fortalece aspectos personales como la resolución de problemas, el trabajo colaborativo y la comunicación efectiva.

Se realizó la sistematización de la Maratón Audiovisual 1 para la convocatoria: Publicación de Experiencias académicas en Comunicación, Publicidad y Diseño Gráfico.

El libro digital es el resultado de la sumatoria de reflexiones entregadas, atendiendo esta convocatoria, sobre la vivencia y el quehacer académico por parte de los autores -docentes de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño.

La sistematización se entregó el 29 de marzo y a la fecha se están esperando las respectivas

recomendaciones y correcciones que se realizan desde la sede Medellín y el fondo editorial de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño.

Actividades de Investigación e Internacionalización:

La Coordinadora de Investigación del programa de Comunicación Social, Johana Barreneche Corrales, y el doctorando Bruno Bertolossi de Carvalho, presentaron resultados de investigación sobre polarización y democracia, en la Pontificia Universidad Católica de São Paulo - Brasil (PUC-SP) @puc_sp.

La investigación, titulada “A atual centralidade do conceito de guerra cultural” (La centralidad actual del concepto de Guerra Cultural), permitió acercamientos significativos con diferentes profesores investigadores. Esta interacción resultó en una invitación para toda la comunidad académica de la Universidad Católica Luis



Amigó, para participar de futuras convocatorias de becas, fortaleciendo así la colaboración entre instituciones académicas.

En el siguiente link, en la página de la PUC, se encuentra información sobre la actividad:

<https://j.pucsp.br/noticia/comunicacao-e-multimeios-recebe-palestra-internacional>

Entrevista realizada a Luiz Felipe Pondé, en Sao Paulo, SP, en el marco de dos investigaciones

En el marco del proyecto de investigación: “Masculinidades contrapuestas: la disputa entre los PUA y los MGTOW en la machosfera” (2024), se realizó una entrevista en video al escritor y profesor de filosofía brasileño Luiz Felipe de Cerqueira e Silva Pondé, licenciado en Filosofía y Doctor por la Universidad de São Paulo. Actualmente Pondé se desempeña como profesor en la Fundación Armando Alvares Penteado y en la Pontificia Universidad Católica de São Paulo (PUC-SP). El acercamiento con el profesor Pondé es interesante académicamente porque es un personaje actual en el medio intelectual brasileño. La entrevista fue grabada en video, lo que permitirá su edición para diferentes productos comunicativos y resultados de investigación. Esta entrevista es un indicador de alianzas o creación de redes internacionales e interinstitucionales.

Semillero de Investigación Labcom

Invitado: investigador Bruno Bertolossi de Carvalho (Brasil). Durante el semestre se realizaron encuentros periódicos (clases) con los tres investigadores junto a los estudiantes del Semillero Labcom, aproximadamente uno semanal, para ampliar la comprensión de los conceptos fundamentales que transversalizan el proyecto.

A algunos de estos encuentros fue invitado el investigador Bruno Bertolossi de Carvalho (Brasil), quien compartió con profesores y estudiantes algunos conceptos fundamentales para el desarrollo de las investigaciones en curso tales como: guerra cultural, polarización, visión de mundo y método hermenéutico de investigación.

Postulación proyecto de Investigación

En el marco de la convocatoria interna de investigación, se realizó una alianza con el Programa Licenciatura en Lenguas extranjeras Manizales, para presentar un

proyecto de investigación que vincula a dos grupos de investigación y a dos programas.

Se considera como una actividad de proyección social porque se trata de redes internas que se fortalecen y se amplían. Cualitativamente es muy interesante sumar a cada uno de los programas, la perspectiva de campos epistemológicos diferentes.

Además es valioso mencionar la nacionalidad rusa de la profesora Alexandra Novozhenina y la experiencia internacional de la profesora Johana Barreneche, para considerar un proyecto de investigación en una segunda lengua.

Participación en I Congreso Internacional de Comunicación - Universidad Católica de Pereira

En el marco de una salida académica que se realizó con los estudiantes de dos cursos del programa de Comunicación Social Manizales al Bioparque Ukumari



de la ciudad de Pereira, se visitó también la Universidad Católica de Pereira, en donde se estaba llevando a cabo el I Congreso Internacional de Comunicación.

Fue posible participar como asistentes de la conferencia “Netflix en Colombia y su apuesta

en la producción de contenidos originales” y del lanzamiento del último libro del académico y experto en Comunicación Carlos Scolari, uno de los referentes en Narrativa Transmedial, quien habló sobre la revolución que representa la llegada de las IAs generativas al entorno de la comunicación.

Para los estudiantes resulta muy provechoso escuchar otras voces en relación al campo epistemológico del cual hacen parte. Así mismo, nutrirse de la experiencia de conocer otros escenarios académicos, se convierte en un aliciente académico y profesional.

Producción y edición de los podcasts Pluriversos.

El podcast Pluriversos es una propuesta de diálogo interdisciplinar sobre ciencia que se teje desde la Universidad Católica Luis Amigó, centro regional Manizales.

Este semestre se produjeron dos episodios: Neuro plasticidad mental y Inteligencias artificiales. Cada uno de estos episodios cuenta con un proceso de preproducción, producción y postproducción, en el que se hace investigación, se prepara el guión, se hace ejercicio de moderación, locución, edición y se sube a la red desde el programa de Comunicación Social Manizales.

Los episodios los pueden encontrar en el siguiente link:

<https://open.spotify.com/show/1wTDesRvKWY0qqsxwG91jQ>



Pluriversos

By Universidad Católica Luis Amigó - Centro Regional Manizales

Pluriversos es una producción de la Universidad Católica Luis Amigó que tiene como objetivo generar reflexiones desde la ciencia, frente a las perspectivas frente a los retos y desafíos de las sociedades modernas y sobre los individuos que la habitan

Escuchar en Spotify Send voice message

Estadísticas

Descripción general Audiencia Clasificación de episodios

Reproducciones ⓘ

172

En total

Reproducciones por episodio

18

En promedio

ⓘ Tamaño de la audiencia ⓘ

5

Últimos 7 días

Impresiones de Spotify ⓘ

1823

Últimos 30 días

Seguidores en Spotify ⓘ

35

Talleres con los estudiante de los grados décimos y once de los colegios de la ciudad de Manizales:

Se acompañó el proceso de los semilleros de décimo y once, los cuales se trabajaron en varios frentes: Se invitó a diferentes colegios a realizar una inmersión en radio y televisión. En dos jornadas de 3 horas los estudiantes pudieron conocer de primera mano los roles de la producción radiofónica y audiovisual, realizando un magazine televisivo y una radio novela. Se realizó en la Sala de Medios de la Universidad Católica Luis Amigó, sede Manizales.

También se acompañó la Feria Universitaria “ExpoU”, por solicitud de la oficina de Mercadeo y Comunicaciones de la sede Manizales. Allí se diseñó una experiencia interactiva en la que los estudiantes de los colegios podían sumergirse en sus películas favoritas.



Colaboración con la emisora de la Cárcel la Blanca de Manizales: “Voces de Libertad”

Durante la visita del Ministerio de Justicia a las cárceles del eje cafetero, se mostró el proyecto “Voces de libertad”, una emisora de interés público que emite desde la Cárcel Nacional de Varones de Manizales.

Durante la visita se apoyó el espacio y se generó un programa en directo. Dicha producción contó con el apoyo de un docente del programa de Derecho y el coordinador del componente de radio del programa de Comunicación Social Manizales también se vinculó a algunas Personas Privadas de la Libertad (PPL)

en la ejecución del programa. Este espacio contó con un juicioso ejercicio de preproducción, producción y postproducción.

Cabe resaltar que esta actividad se generó gracias a la invitación del programa de Derecho Manizales y además se prospecta la posibilidad de generar convenios con la institución penitenciaria.



Foto: Actividad realizada en la emisora de la Cárcel Nacional de Varones de Manizales

Taller de fotografía comercial y de producto con celulares



El docente formuló el taller de fotografía comercial y de producto con celulares, un taller que tiene como objetivo entregar a los participantes las herramientas necesarias para realizar producciones fotográficas en casa y así de manera competitiva, promocionar sus productos y marcas en el mercado digital. El taller se planeó para 4 fines de semana, 4 horas por sesión. Se promocionó por las diferentes redes de la institución.

Diseño Gráfico Manizales

Desarrollar habilidades desde la práctica y la construcción del portafolio profesional a partir del primer semestre, son algunos de los componentes de un programa estructurado para una formación de alta calidad.

La creatividad y el diseño se fusionan por medio de un modelo educativo que busca llegar a la esencia del ser humano, en este programa las personas apasionadas por las expresiones gráficas y el arte visual le podrán dar vida a sus ideas con formas, tipografías y colores, que hacen posible la comunicación visual.

Las herramientas digitales y análogas serán los elementos constantes para aprovechar al máximo las capacidades creativas de estos futuros profesionales.

El programa fue pensado teniendo en cuenta componentes educativos y pedagógicos de vanguardia en la educación superior. El proceso de formación apunta a la excelencia a través del conocimiento llevado a la práctica de manera constante, por eso es que la apuesta en infraestructura cuenta con avanzados métodos de estudio y equipos tecnológicos.

La Coordinación del programa de Diseño Gráfico Manizales, señala “tenemos como esencia ser un programa con enfoque social, respondemos a las necesidades y problemáticas que se encuentran en la sociedad, a través de nuestras imágenes, creatividad y conceptos, pero sobre todo buscamos tener un mensaje claro, oportuno e ir más allá, ir a la esencia del ser humano. Uno de los retos para el diseñador gráfico es la originalidad, y nosotros le apostamos a un diseño de autor, un diseño que nos hace diferentes uno del otro. Un segundo reto es la realidad aumentada y la inteligencia artificial, que nosotros integramos como aliados en nuestros procesos y hacen parte de nuestras herramientas”.

Con el programa de Diseño Gráfico se busca que el estudiante genere un contacto más directo con el público objetivo, fortaleciendo los procesos con Marketing digital y logrando actividades económicas efectivas. Además, podrá aprender y experimentar con realidad aumentada, Design Thinking, la generación de soluciones a partir de proyectos y trabajar con animación 2D y 3D como herramientas para su uso en los diferentes escenarios y desafíos.

El programa también cuenta con el aula taller, la sala de medios y las salas de sistemas, recursos con los que se busca alcanzar el potencial creativo y ampliar al máximo el perfil profesional de los estudiantes.

El pasado 31 de mayo, se realizó el evento de lanzamiento del programa, que contó con una conferencia sobre el rol del diseñador gráfico en la sociedad y sus diferentes áreas de aplicación profesional, una exposición de los trabajos de los estudiantes de primer semestre, quienes demostraron su talento y creatividad a través de composiciones basadas en el lenguaje de la forma, y para finalizar el evento, realizaron un video mapping, que consistió en generar en los espectadores una experiencia audiovisual contemplativa a partir del uso de distintos tipos de tecnologías.

Se realizó la adecuación del Aula Taller S204 con la dotación de los elementos necesarios para ponerla en funcionamiento, así:



Foto: Aula Taller programa Diseño Gráfico Manizales.

Trabajos realizados por los estudiantes de primer semestre del programa Diseño Gráfico Manizales.



Presentación de los trabajos de los estudiantes del programa de Diseño Gráfico Manizales, a los asesores externos profesionales en Diseño Gráfico.



Visita de los estudiantes de diferentes colegios al programa de Diseño Gráfico Manizales

En este espacio se realizó una exposición con los trabajos de los estudiantes de primer semestre del programa Diseño Gráfico Manizales y se socializó el plan de estudio del programa.

