

Medellín, 31 de enero de 2023

67511

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

Atento saludo.

El equipo de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño, anexa por este medio el Informe de Gestión de acuerdo con el comunicado No. 182 del 12 de diciembre de 2022, emanado desde la Secretaría General de la Universidad.

Cordialmente,



A handwritten signature in black ink, appearing to read "Alberto Alzate G.".

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

Anexo: informe de Gestión de la Facultad

Copia: Abogado Francisco Javier Acosta Gómez, Secretario General

Julieta T.



Universidad Católica Luis Amigó

Informe de Gestión 2022-2

Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño

Padre Carlos Enrique Cardona Quiceno
Rector

Alejandro Alzate Giraldo
Decano

Lina María Rendón López
Directora Programa de Comunicación Social

Paula Andrea Vargas Londoño
Directora (e) Programa de Diseño Gráfico
Jimena Isaza Álvarez

Directora Programa de Publicidad
Anlly Tatiana Flórez Ospina

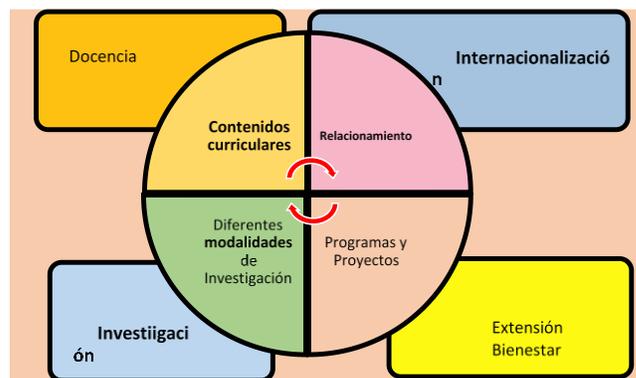
Coordinadora Programa de Comunicación Social - Manizales

1. Gestión Misional

La Facultad de Comunicación Publicidad y Diseño, en el periodo en el 2022_2 centro parte de su gestión misional en fortalecer valores inherentes a las funciones sustantivas tanto desde el proceso de comunicación interna y externa de la Facultad, como desde las relaciones que se establecen en el aula de clase entre educandos y educadores.



Para lo anterior se generan diferentes estrategias y proyectos de Facultad para fortalecer las funciones sustantivas, teniendo en cuenta el fortalecimiento de los contenidos, las diferentes modalidades de investigación, el relacionamiento nacional e internacional, generando programas y proyectos especiales que apunten al bienestar de la comunidad.



Dentro de la gestión de relacionamiento, la Facultad viene trabajando en una política para fomentar, estimular y practicar valores como:



1. Calidad de la Educación

La Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño trabajó en la actualización de las Cartas Descriptivas, los Resultados de Aprendizaje a tono con las cartas en mención; autoevaluación, Registros Calificados, Movilidad e Internacionalización, entre otras actividades, en la búsqueda de la calidad y el mejoramiento continuo. A continuación se desglosan por programas:

Resultados de aprendizaje			
Comunicación Social	Diseño Gráfico	Publicidad	Especialización en Relaciones Públicas

<p>Se formularon los resultados de aprendizaje y se hizo el perfil del egresado. Para la formulación de los resultados y del perfil definitivo, se compartió información con los coordinadores de Componente y los representantes de profesores, graduados y estudiantes. Se hizo la socialización en el Comité Curricular. Luego se realizó la presentación ante el Coordinador del Departamento de Innovación Didáctica, quien hizo los comentarios finales, los cuales fueron enviados para aprobación.</p>	<p>Diseño Gráfico actualizó sus resultados de aprendizaje en las Cartas Descriptivas presentadas al Ministerio de Educación Nacional, en el año 2021 para su segundo Registro Calificado. Fue aprobado y puesto en marcha de la mano del nuevo pensum académico que presenta una duración de nueve semestres. Los contenidos de estos resultados de aprendizaje, que acompañan a las cartas descriptivas, fueron socializados con los docentes en la jornada pedagógica y puesto en común con los estudiantes mediante correo electrónico y la página oficial de la Universidad. Desde el 2022 es fundamental para los desarrollos de aula el aprendizaje basado en proyectos.</p>	<p>Durante el segundo semestre, de acuerdo con las directrices Institucionales, se modificaron los resultados de aprendizaje. Se pasó de 12 a 5, después de un trabajo de análisis desde los aspectos curriculares, graduados y tendencias. Durante el proceso se tuvo en consideración la actualización de las cartas descriptivas del plan anterior con relación al actual para que estuvieran alineados a los estándares de los perfiles del programa. También se generó una metodología en la cual no solo se medirían los resultados de aprendizaje, sino que se apuntaría a generar motivación entre los estudiantes y docentes que ayuden a continuar en la mejora de la calidad académica.</p>	<p>Los resultados de aprendizajes están implementados y hacen parte de los ajustes de las Cartas Descriptivas, que va en un 60%.</p>
--	--	--	--

Cartas Descriptivas

Comunicación Social	Diseño Gráfico	Publicidad	Especialización en Relaciones Públicas	Maestría en Publicidad	Maestría en Comunicación
<p>En Comunicación Social se revisaron las Cartas Descriptivas por componente, con base en los objetivos transversales, resultados institucionales y resultados de programa. Falta revisión final y aprobación del Comité Curricular</p>	<p>Las Cartas Descriptivas se encuentran actualizadas con los resultados de aprendizaje y objetivos del curso con base en las metodologías de Aprendizaje Basadas en Proyecto (BP)</p>	<p>Durante el segundo semestre se realizó el análisis, actualización tanto de los contenidos como de la bibliografía y ajuste con relación de los resultados de aprendizaje de las cartas descriptivas del programa. Adicional se crearon nuevas electivas que surgen de la investigación en tendencias:</p>	<p>El proceso se va realizando y se encuentra en un 60%. Las Cartas Descriptivas tuvieron una revisión en el 2020 para el proceso de renovación del Registro Calificado</p>	<p>Se actualizaron en el periodo tres cartas descriptivas, debido a la entrada en vigencia de dichos cursos. La razón de actualización no obedece a Resultados de Aprendizaje</p>	<p>Se trabajó en la actualización del perfil del graduado; hubo participación en las capacitaciones del Decreto 1330. Se hizo revisión de Cartas Descriptivas del programa, en comparación con los cursos compartidos con la Maestría en Publicidad, con el propósito de alinear las propuestas.</p>

		<ul style="list-style-type: none"> -Comunicación Estratégica (Electiva) -De la práctica profesional a la vida laboral -Marca Global -Publicidad en la Cuarta Revolución Industrial - Responsabilidad social empresarial y relaciones públicas 			
Autoevaluación					
Comunicación Social	Diseño Gráfico	Maestría en Publicidad	Maestría en Comunicación		
<p>En 2022 se hizo parte del proceso de autoevaluación del Programa de Comunicación Social. Los profesores participaron en tres grupos focales y además diligenciaron la encuesta (al igual que directivos y estudiantes). Los estudiantes participaron en grupos focales. El informe debe entregarse en abril de 2023.</p>	<p>Durante el 2022 se avanzó en el proceso de autoevaluación del Programa de Diseño Gráfico. Se llevó a cabo un grupo focal con estudiantes y se adelantó una encuesta con empleadores. Se identificaron vacíos de información que se están subsanando con el apoyo del equipo de docentes. La entrega del informe final está programada para el 28 de abril de 2023.</p>	<p>Con radicado # 66936 del 21 de octubre de 2022, se oficializa ante las autoridades institucionales, el informe de autoevaluación con fines de mejoramiento continuo de la Maestría en Publicidad 2022.</p>	<p>Se ejecutó el Proceso de Autoevaluación. Radicado 66937, del 21 de octubre de 2022</p>		

}Registros Calificados - Apertura de Programas - Nuevos Programas

En cumplimiento de este aspecto, la Facultad registra:

1. El Programa de Especialización en Relaciones Públicas recibió en 2022 la renovación del Registro Calificado.
2. La Maestría en Publicidad abrió su primera cohorte en 2022.
3. Resolución 023357 del 12 de diciembre de 2022, el ministerio de Educación Nacional otorgó, por 7 años, el Registro Calificado para la oferta del nuevo programa de Diseño Gráfico, presencial, en el Centro Regional de Manizales. Esta tendrá una duración estimada de 9 semestres, con una duración de 148 créditos académicos, con admisión semestral y podrá recibir hasta 80 estudiantes para el primer periodo, otorgará el título de profesional en Diseño Gráfico.
4. La renovación de registros calificados del programa de Diseño Gráfico y Publicidad - Medellín, fueron otorgados en diciembre de 2021, sin embargo, los nuevos pensum inician sus actividades en el 2022-2.
5. d y Diseño logró lo siguiente en cuanto a la Internacionalización y Movilidad Académica:

Comunicación Social

3 estudiantes tuvieron movilidad académica hacia universidades de México y Argentina.

3 estudiantes llegaron a la Universidad procedentes de universidades regionales de Colombia y de Chile

Una ponencia (virtual) en España con publicación de capítulo de libro en el Congreso de Ciudades Creativas

Publicidad

Se tuvo invitación para Beca de Intercambio Universidad Católica de Salta - Argentina para el periodo I 2023. En este proceso participó una de las estudiantes del programa, proceso que fue direccionado por la OCRI.

5 estudiantes participaron en Odisea Publicidad, un espacio de creación con la Universidad Católica de Manizales y Universidad UNIVA de Guadalajara, en la ciudad de Manizales.

Diseño Gráfico

Dos docentes participaron en XIII Congreso Virtual Latinoamericano de Enseñanza del Diseño, con ponencia en la XVII Semana Virtual Internacional de Diseño en Palermo.

Dos docentes y una estudiante participaron en el VI Seminario Internacional de Investigación de Prácticas Artísticas Interdisciplinar.

Un docente participó en el 2do Plenario Virtual de XVI Foro de Escuelas de Diseño en la Semana Internacional de Diseño de Palermo el programa de Diseño Gráfico de la Universidad Católica Luis Amigó, sus fortalezas, cambios curriculares y proyecciones futuras dentro de la ciudad de Medellín.

Dos docentes participaron en el VIII Congreso de Comunicación Estratégica “Inspirar para crear, crear para inspirar” que se llevó a cabo en la Universidad de Medellín y Ponentes en la Mesa de Investigación + Creación en comunicación y artes

Especialización en Relaciones Públicas

Un docente participó, en calidad de conferencista en el Día Internacional de las Relaciones Públicas, evento organizado por Cecorp, en la Corporación Universitaria Salazar y Herrera de Medellín

Maestría en Comunicación

Hubo participación en las actividades formativas y de actualización (virtuales) de la Red Interuniversitaria Iberoamericana de Investigación sobre Competencias Mediáticas Maestría en Comunicación
 Hubo participación en las actividades formativas y de actualización (virtuales) de la Red Interuniversitaria Iberoamericana de Investigación sobre Competencias Mediáticas - Alfamed

Planes de mejoramiento (PMMCI)

En cuanto a este acápite, el Programa de Comunicación realizó el PMMCI. El Programa tiene el compromiso de fortalecer, de manera especial, los aspectos relacionados con extensión y graduados.	El Programa de Diseño Gráfico, para 2022 entregó las evidencias de las actividades del Plan de Mejoramiento en su totalidad; sin embargo, queda por completar desde el Factor 6 en adelante para la fecha límite propuesta desde el Departamento de Autoevaluación.	El Programa en Publicidad propuso una investigación dirigida a una campaña y banco de oportunidades investigativas. Con el objetivo de fortalecer la interacción entre la comunidad académica interna en los procesos investigati	Implementación de Estrategias para identificar el impacto de los graduados en el medio laboral. Así mismo se identifican nuevas dinámicas y tendencias del medio que son comentadas no solo por docentes sino también por estudiantes y egresados los cuales ayudan a	Se trabajó en el proceso de selección y admisión de estudiantes nuevos al pregrado de Publicidad de la Universidad Católica Luis Amigó, se contempla desde la articulación con lo propues	La Especialización en Relaciones Públicas realizó una evaluación del Plan de Mejoramiento, que resultó Satisfactorio, con una ejecución del 84,3% y una calificación de 4.2.	La Maestría en Publicidad entregó el PMMCI planteado para 2022, después de la revisión de los aspectos que aplican al ciclo de vida actual de la Maestría, revisadas todas las características y con las evidencias correspondientes.	La Maestría en Comunicación también hizo entrega del PMMCI planteado para 2022, con cumplimiento satisfactorio de los factores para el estado actual del programa (sin cohorte activa).
---	---	---	---	---	--	---	---

		vos de la Facultad.	tomar decisiones para mejorar los procesos de inserción al mundo laboral.	to en los perfiles y resultados de aprendizaje para el Programa.			
--	--	---------------------	---	--	--	--	--

2. Funciones Sustantivas

2.1. Investigación



En cumplimiento de esta función sustantiva, la Facultad ejecutó las siguientes acciones:

- ✓ Se revisaron los estados de los procesos de investigación adelantados por los docentes con entregas pendientes de productos investigativos con la Vicerrectoría de Investigaciones. Teniendo en cuenta este balance, tres docentes de la Facultad se pusieron al día con los compromisos que tenían pendientes de procesos anteriores.
- ✓ Se generó un espacio en la Facultad para las reuniones de investigación. El Comité de Investigación de la Facultad que formó parte de su grupo de investigación estructuró rutas de trabajo y políticas de investigación para la

Facultad, lo cuál incluye el trabajo de investigación creación. Este proceso se incluyó dentro del plan de Desarrollo de la Universidad.

- ✓ Se realizó un balance de productos para dar respuesta a la convocatoria Minciencias 2023 con el objetivo de emprender las acciones pertinentes con miras a continuar con la actual clasificación del grupo Urbanitas.
- ✓ Se hizo seguimiento de las actividades y planes de trabajo de los semilleros y sus procesos durante el año.
- ✓ Se realizó el Taller de Escribir para Publicar, donde participaron varios docentes de la Facultad y cuyo contenido estuvo dirigido a comprender las dinámicas de publicaciones científicas y cómo se prepara un *paper* para enviarse a revistas indexadas.
- ✓ Un total de 18 ponencias de los diferentes programas de la Facultad se presentó en el VIII Congreso Internacional de Comunicación Estratégica
- ✓ Se publicaron 6 artículos resultado de investigación en revistas indexadas en Scopus, lo cual es fundamental para aportar a los productos TOP de la Universidad. Así mismo fueron registradas dos obras de investigación creación certificadas por el congreso de comunicación estratégica en el cual se presentaron 18 ponencias por parte de la Facultad.
- ✓ Buscando el fortalecimiento de la investigación se generaron 4 grupos de interés que permiten abordar prácticas significativas en busca de la investigación creación. Grupos asociados a las narrativas de ficción y la prensa, los medios alternativos y los procesos de experimentación. Lo anterior fue consolidado en productos como ponencias que fortalecen al grupo de Investigación Urbanitas.

Urbanitas

Es el grupo de Investigación de la Facultad de Comunicación Publicidad y Diseño, que trabaja en cuatro Líneas de Investigación: Comunicación-Educación, Comunicación y Ciberculturas, Publicidad Social y Diseño Social. Su categoría en MinCiencias es A.

Ha tenido los siguientes resultados obtenidos brindados por el GrupLAC:

En la producción bibliográfica del grupo se puede evidenciar que, durante la ventana de observación analizada, los artículos publicados en	Por el lado de la producción técnica y tecnológica se evidencia una fortaleza en las innovaciones generadas en la gestión empresarial.	Desde la Formación de Recurso Humano, hay un claro indicador en los trabajos dirigidos, en especial, de pregrado. Sin embargo, hay una clara falta de cursos de corta duración dictados
--	--	---

revistas especializadas son los productos que más se han desarrollado; seguido de la traducción filológica y la edición de fuentes que indican la publicación de libros y capítulos de libro.	En cuanto a la apropiación social y divulgación pública del conocimiento, los eventos científicos y las consultorías científicas son los productos que más se desarrollaron durante el periodo 2020-2022.	por los investigadores vinculados al GrupLAC.
---	---	---

Su conformación es la siguiente:

Grupo de Investigación Urbanitas	
Categoría	A
Líneas de Investigación	Comunicación-Educación
	Comunicación y Ciberculturas
	Publicidad Social
	Diseño Social
Semilleros de Investigación	Mediáticos
	FormaDiseño
	Émico
	Liteperiodismo
	Estrategos
	E-Image

En términos generales, el Grupo de Investigación Urbanitas tiene un claro auge en la Producción Bibliográfica, sin embargo, debe consolidar las Actividades como Evaluador, incluyendo y gestando más proyectos de investigación y participación en comités de evaluación. Así mismo, es claro que se debe construir una cultura del registro investigativo, en donde los investigadores ingresan oportunamente todos los productos a su CvLAC para que estos sean vinculados al GrupLAC y se sistematice toda la información pertinente del grupo.

Sobre proyectos y actividades investigativas, la Facultad arroja el siguiente resultado:

Programa	Proyecto o actividad	Participantes
Diseño Gráfico	Proyecto: Elementos gráficos que caracterizan el consumo de productos generados en los migrantes de Venezuela	Universidad Pontificia Bolivariana y Universidad Católica Luis Amigó

<p>Publicidad</p> <p>Produjo 14 documentos o informes varios productos comunicativos</p>	<p>Proyecto: Propaganda y guerra. La comunicación y la publicidad en el escenario geopolítico.</p> <p>Consultoría: Realizada al Batallón de Inteligencia de Señales – Comando General de las Fuerzas Militares – Ejército Nacional de Colombia.</p> <p>Libro: Propaganda y Guerras de Quinta Generación: La comunicación y la publicidad en el escenario geopolítico y social del Siglo XXI</p> <p>Capítulo de libro producto de investigación titulado El humanismo en la construcción y consolidación de la nación, el territorio y la identidad colombiana. Se encuentra en proceso de edición para ser publicado. Fue evaluado por pares y el resultado es la satisfacción para ser publicado.</p> <p>Conferencia: La necesidad de la comprensión y el análisis sociopolítico y geopolítico en la comunicación y publicidad contemporánea. La ponencia hizo parte del XXV Encuentro Nacional de Investigación, realizado por la Universidad Católica Luis Amigó.</p>	<p>Escuela Superior de Guerra “Rafael Reyes Prieto” Universidad Católica Luis Amigó</p> <p>Escuela Superior de Guerra “Rafael Reyes Prieto” Universidad Católica Luis Amigó</p>
<p>Maestría en Comunicación</p>	<p>Finalizó la investigación Diagnóstico de la incidencia del proceso formativo de estudiantes de niveles avanzados del programa de Comunicación Social de la Universidad Católica Luis Amigó, sede Medellín, en las percepciones sobre la violencia simbólica audiovisual. Se identificaron asuntos de profundización en investigación e intervención.</p>	
<p>Comunicación Social</p>	<p>Finalizó la investigación Diagnóstico de la incidencia del proceso formativo de estudiantes de niveles avanzados del programa de Comunicación Social de la Universidad Católica Luis Amigó, sede Medellín, en las percepciones sobre la violencia simbólica audiovisual. Se identificaron asuntos de profundización en investigación e intervención.</p>	
<p>Comunicación Social</p>	<p>Mediaciones digitales de las bibliotecas públicas en Internet. Un análisis articulado de metamedios.</p>	

Comunicación Social	Incremento a la adicción a Facebook y Control de Redes Sociales en los jóvenes en tiempos de Covid-19	
----------------------------	---	--

Proyectos en desarrollo

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

Plazas de Investigación

Las plazas de investigación corresponden al proceso de formación del talento humano correspondiente a la formación de auxiliares en Maestría y el balance es el siguiente:

**Maestría en Publicidad
(2022 – 2)**

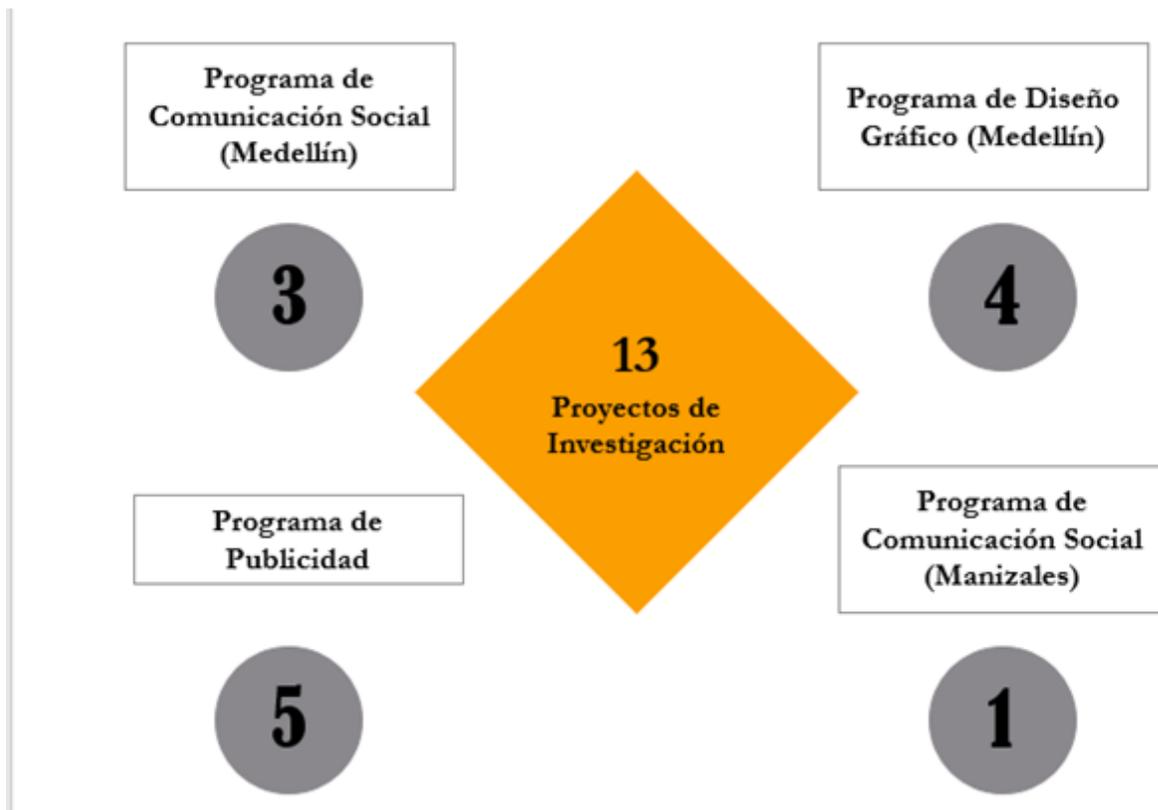
2

**Doctorado en Comunicación
(2023 – 1)**

12

Proyectos presentados para la convocatoria interna

A continuación se puede evidenciar el balance de proyectos presentados:



Proyectos de Investigación

Nombre del Proyecto
Construir Memoria: las vivencias durante las protestas sociales de 2021
La inteligencia artificial aplicada al periodismo de datos. Caso El Colombiano y El País (España)
Formatos libres para la publicación de libros en el ecosistema digital de las editoriales universitarias: de la producción al acceso
El sistema de creación gráfica de la pieza publicitaria desde los signos representativos de las artes plásticas de la primera mitad del siglo XX.
Memorias de la gráfica popular y la rotulación manual en el centro- norte de Medellín
El diseño gráfico como mediador en los procesos cognitivos que favorece la efectividad de las campañas de publicidad social en Medellín
Factores del Neurocolor en la Percepción de la Diversidad de los Estudiantes universitarios.
Filosofía, arte y publicidad. Contemplación, representación, interpretación y crítica paradójica.
Publicidad y Comunicación. Construcción de la identidad cultural en la zona norte de Antioquia. Caso San Pedro de los Milagros
Pertinencia de la SMPO como estrategia de Endomarketing en la organización colombiana.
Salud Mental Positiva en deportistas de alto rendimiento en su proceso de jubilación.
Elasticidades de los factores de la Publicidad que explican el consume en redes sociales: un enfoque econométrico
Polarización y democracia: formulación y distribución de fake news en redes sociales.

A continuación se presenta los indicadores con los cuales cumple y requiere el grupo para su medición en Minciencias

Categoría	Requerimiento	Estado final	Información registrada	Detalles de medición
Categoría A1	Tener un Indicador de Grupo que le permita estar en el Cuartil 1 (25% superior)	✓	1,4505526458648996	Ver detalle
	Tener un indicador de Productos TOP que le permita estar en el Cuartil 1 (25% superior)	✗	284,3200495930662	Ver detalle
	Tener un Indicador Productos de Apropiación Social del Conocimiento y Divulgación Pública de la Ciencia mayor que cero (0).	✓	Indicador Productos de Apropiación Social del Conocimiento y Divulgación Pública de la Ciencia: 5643,521208423089	Ver detalle
	Tener un indicador de Productos de actividades relacionadas con la Formación de Recurso Humano - Tipo A mayor que Cero (0)	✓	697,1312653845337	Ver detalle
	Tener un (1) Investigador emérito, sénior o asociado como integrante del Grupo, que esté vinculado de manera contractual en una institución que haga parte del SNCTI y que resida en Colombia.	✓	Investigador Sénior: (0) Investigador Emérito: (0) Investigador Asociado: (2)	Ver detalle
	Tener un (1) Indicador de Cohesión mayor que cero (0)	✓	,5	Ver detalle
	Tener al menos cinco (5) años de existencia	✓	Fecha de formación: 2002-Enero Edad declarada: 228 meses	Ver detalle
Categoría A	Tener un Indicador de Grupo que le permita estar en o por encima del Cuartil 2 (50% superior)	✓	1,4505526458648996	Ver detalle
	Tener un indicador de Productos TOP o de Productos A mayor que cero (0)	✓	Indicador de Productos TOP: 284,3200495930662 Indicador de Productos A: 1523,9543857033989	Ver detalle
	Tener un Indicador de Productos de Apropiación Social del Conocimiento y Divulgación Pública de la Ciencia mayor que cero (0).	✓	Indicador Productos de Apropiación Social del Conocimiento y Divulgación Pública de la Ciencia: 5643,521208423089	Ver detalle
	Tener un indicador de Productos de actividades relacionadas con la Formación de Recurso Humano - Tipo A mayor que Cero (0)	✓	697,1312653845337	Ver detalle
	Tener un (1) Investigador emérito, sénior o asociado como integrante del Grupo, que esté vinculado de manera contractual en una institución que haga parte del SNCTI y que resida en Colombia.	✓	Investigador Sénior: (0) Investigador Emérito: (0) Investigador Asociado: (2)	Ver detalle
	Tener un (1) Indicador de Cohesión mayor que cero	✓	,5	Ver detalle
	Tener al menos cinco (5) años de existencia	✓	Fecha de formación: 2002-Enero Edad declarada: 228 meses	Ver detalle

A continuación se presentan en detalle los artículos de Investigación publicados:

<p>icado en revista especializada: La construcción venezolana y la construcción en la andada pública en las conversaciones de ter en Suramérica 1-2019</p> <p>ombia, Colombia nacional ISSN: 1-5612, 2022 12 fasc: N/A págs: - 79, " 10.7440/colombiai 2.2022.03</p> <p>res: María Catalina z González, Juan d Cárdenas Ruiz</p>	<p>icado en revista especializada: cursos de er, stencia y os códigos el Paro onal en ombia: isis de la artística o está muy " aña, Arte, riduo y edad ISSN: 1-5598, 2022 4 fasc: 4 s: 1543 - 2, 10.5209/ari 497</p> <p>res: Carlos go Lopera, a Catalina z González</p>	<p>icado en revista especializada: La ensión unicativa de los tos: inarios y mas ólicos como iadores del erdo en la ra material aña, cinema ISSN: 2-0150, 2022 5 fasc: N/A s: 155 - 175, 10.24310/ cinema.2022.vi 4252</p> <p>res: Carlos go Lopera, a Catalina z González</p>	<p>icado en revista especializada: tional Intelligence a Predictor of ocial Behaviors in nish and mbian Older ts Based on Path els</p> <p>a, Healthcare tzerland) ISSN: 7-9032, 2022 0 fasc: 2 págs: - 300, 10.3390/healthca 020284</p> <p>res: Juan Diego incur Arias, os Andrés Trejos</p>	<p>icado en revista especializada: orama de gos por el uso a tecnología en érica Latina</p> <p>ombia, Trilogia N: 2145-4426, 2 vol:14 fasc: s: 1 - 40, :10.22430/2145 8.1833</p> <p>res: John Jairo es Londoño, een Sneyder as Diaz</p>	<p>icado en revista especializada: Alejandro ate Giraldo. (2022). ciones narrativas de la en la serie Narcos de ilix. Kepes, 19(26), 601- s://doi.org/10.17151/ke 2022.19.26.19</p> <p>ha Publicación: 2022- 01</p>
--	--	--	--	---	---

Trabajos de grado

Los distintos programas de la Facultad han trabajado para ajustar las propuestas de los estudiantes a los contextos investigativos de la región y el país y que logren impacto en las comunidades. Los trabajos fueron los siguientes

<p>Comunicación Social</p>

En el semestre 2022-1 se empezó la modalidad de Tema Sombrilla, es decir, un tema propuesto por los profesores y que se desarrolló en proyectos con los estudiantes durante el año (en los dos cursos correspondientes). Hubo aproximadamente 14 documentos o informes, además de varios productos comunicativos que pueden ser compartidos en repositorio y que pueden servir como materiales de clase y de trabajo. Los informes se enviaron a biblioteca (hay tres que aún se están editando) y los productos comunicativos se están clasificando para dejarlos en repositorio

Publicidad

En este Programa se realizaron y se vienen realizando 10 de proyectos de grado. Las temáticas de estos trabajos están relacionadas con influencias de marca, estudios de casos, marketing social, marketing digital, la banalidad en publicidad, publicidad y psicología, los mensajes en la publicidad, entomofagia gastronómica y publicidad, cuerpo positivo, impactos de plataformas educativas, consumo y publicidad, experiencias de marcas y agencias publicitarias, entre otros temas.

Especialización en Relaciones Públicas

En este aspecto se destaca el desarrollo del curso de Trabajo de Grado 1, el proceso durante el semestre fue satisfactorio con 10 trabajos de grado en desarrollo de la primera etapa.

Maestría en Publicidad

Se avanzó en el trabajo de los estudiantes, 4 en investigación dirigida (3 urbanitas – 1 Estudios Psicosociales) 2 en institucional (Urbanitas). Se hace revisión de la ejecución metodológica de trabajo de grado con los 4 cursos asociados (Taller de Línea 1 y 2 Trabajo de Grado 1 y 2), a la luz del Acuerdo 01 de Investigación y el documento Maestro del programa. Se deja una ruta planteada para darle continuidad a la asignación de tutores a la cohorte vigente y para las cohortes venideras se sumarían a lo estipulado en el Acuerdo durante el segundo año.

Semilleros de Investigación

Los semilleros de la Facultad participaron en diversas actividades:

Programa	Semillero	Actividad
-----------------	------------------	------------------

Comunicación Social	Liteperiodismo	<p>Participación del Semillero Liteperiodismo, adscrito al Programa de Comunicación Social, en el IV Encuentro Nacional Red Colombiana de Periodismo Universitario desarrollado en Uniminuto Bogotá el 5 y 6 de octubre de 2022, con la ponencia “Memorias de los procesos de fortalecimiento del tejido social: crónicas de resiliencias colectivas e individuales – (Comisión de la Verdad)”</p> <p>De esta participación se escribirá un capítulo en el 4º Volumen del libro Periodismo Universitario</p>
		<p>Participación en XXV Encuentro Nacional de Investigación, Innovación, Creación Artística y Cultural, llevado a cabo en la Universidad Católica Luis Amigó</p>
	Estrategos	<p>Participación en XXV Encuentro Nacional de Investigación, Innovación, Creación Artística y Cultural, llevado a cabo en la Universidad Católica Luis Amigó</p> <p>Artículo en de divulgación</p>
	Mediáticos	<p>Participación con propuesta de investigación en el Encuentro Nacional de Semilleros en la Universidad Católica Luis Amigó.</p> <p>Participación en Encuentro Nacional de semilleros de investigación.</p> <p>Exposición de obra en Muestra académica de semilleros de arte, diseño y comunicación.</p> <p>Producción de relato digital interactivo <i>LIBROSCOPIO</i>, programado en plataforma Twine.</p> <p>Intervención en conversatorio <i>Bullet Journal: jóvenes investigadores</i>. Semana de la Comunicación, la Publicidad y el Diseño.</p> <p>Generación de contenido con estrategias transmediales. Fanzine El joven del loto</p>

<p>Diseño Gráfico</p>	<p>Forma Diseño</p>	<p>Para el 2022 el Programa cuenta con el semillero Forma Diseño dirigido y desde la Vicerrectoría de Investigaciones se aprueba.</p> <p>Dentro de las actividades que realizaron en el 2022, se cuenta la participación en el XVIII Foro Académico Internacional en Diseño y Creación, dentro del 21º Festival Internacional de la Imagen / 21st International Image Festival, con la ponencia La lectura significativa como recurso pedagógico para sistematizar la creación de la pieza publicitaria desde los elementos compositivos de las artes plásticas, evento que se llevó a cabo en la Universidad de Caldas, organizado por la Facultad de Artes y Humanidades.</p> <p>También participaron en el XIII Congreso Virtual Latinoamericano de Enseñanza del Diseño - Semana Internacional de Diseño en la Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina, con la ponencia ISMOS: Movimientos que enlazan pasado y futuro.</p>
<p>Publicidad</p>	<p>Émico</p>	<p>El proyecto “Transformación y construcción en la reputación de restaurantes de hamburguesas artesanales en la ciudad de Medellín durante el aislamiento por COVID-19” del semillero Émico obtuvo un reconocimiento por ser uno de los mejores proyectos de investigación en el IV Encuentro Nacional de Semilleros de Investigación de la Universidad Católica Luis Amigó.</p> <p>Los estudiantes participaron en el VIII Congreso Internacional de Comunicación Estratégica y en el Congreso Internacional en Innovación, Emprendimiento y Dirección para la sostenibilidad.</p>

2.2. Extensión

Para cumplir con esta función sustantiva, la Facultad adelantó trabajos en los siguientes proyectos

Diseño Gráfico	Proyecto
Proyecto Rio Gráfico	Se desarrolla curaduría de fotos y desarrollo de plataformas digitales que permita soportar los procesos que se han dado dentro de los talleres e impacto a la comunidad.
En Sala	Creación de la segunda convocatoria del Espacio Cultural En Sala – Muestra Artística se realiza la Muestra de Fotografía - Paisajes Urbanos mediante plataformas digitales
Publicidad	Proyecto
Seminario de la práctica profesional a la Vida Laboral	Se desarrolló con el objetivo de darle a los estudiantes que están próximos a las prácticas, herramientas que les faciliten la transición entre lo académico en la aplicación de la vida laboral.
Ciclo de conferencias ADS LIVE	Conferencias con invitados nacionales e internacionales que le brindaban a los estudiantes herramientas y visión de la actualidad en los procesos en la publicidad.
Trend / Evento Internacional de innovación en marketing y publicidad	Este evento es realizado por los estudiantes para la comunidad académica en donde se tuvieron invitados internacionales que hablaban sobre su trayectoria y experticia en el marketing y la publicidad.
Adobe Educa Tour 2022	Se realizó junto con Adobe Latinoamérica, un evento de actualización de la herramientas de la Suite de Adobe para la Universidad.
Panel Design Thinking	El objetivo de este seminario, fue realizar un panel con 4 expertos en el pensamiento estratégico y resolución de problemas en la evolución de los procesos creativos.
Especialización en Relaciones Públicas Maestría en Publicidad	Proyecto
Hablemos de cultura, marketing y audiencias.	Evento de proyección, desarrollado en conjunto con la Maestría en Publicidad, con invitados externos, expertos en temáticas de interculturalidad y en Marketing y audiencias. Dirigido a los estudiantes de posgrados de la Facultad de Comunicación, Publicidad y

Maestría en Publicidad Maestría en Comunicación	Proyecto
Diplomado	Comunicación Digital: Caja de herramientas para comunicadores y emprendedores.
Evento	Herramientas de SEO para periodistas y comunicadores. Apoyo en conceptualización y divulgación. Estrategia de captación de prospectos para la maestría. 28 asistentes: 14 asistentes presenciales, 14 asistentes virtuales.
Maestría en Comunicación	Proyecto
Educación Digital	Se adelantó una articulación con Colanta para desarrollar, con el Pregrado en Comunicación Social, un proyecto de educación digital con los asociados productores de la Cooperativa.
Maestría en Comunicación Doctorado en Comunicación	Proyecto
Encuentros	En conjunto con el Doctorado en Comunicación, se desarrollaron dos encuentros formativos con el Centro de Innovación del Maestro, - MOVA, articulados con la línea de investigación en Comunicación Educación, que es transversal entre ambos programas.

2.3. Docencia

2.3.1 Asuntos estudiantiles

El panorama de la Facultad en cuanto al ingreso, retención y deserción en el periodo 2022_2, es el siguiente:

Comunicación Social			
Estudiantes nuevos 82	Matrícula total 1497	Graduados 45	Tasa de deserción 9,57%
Diseño Gráfico			
Estudiantes nuevos	Matrícula total 890	Graduados 24	Tasa de deserción 8 solicitudes de

			cancelaciones de matrículas.
Publicidad			
Estudiantes nuevos 26	Matrícula total 325	Graduados 17	Tasa de deserción 0
Especialización en Relaciones Públicas			
Estudiantes nuevos 12, Cohorte 9	Matrícula total 12	Graduados Graduados: 10, Cohorte 8	Tasa de deserción 0
Maestría en Publicidad			
Inicio de Cohorte – 2022_1 6 estudiantes.			

Informe de Prácticas

Publicidad

El programa de Publicidad de La Universidad Católica Luis Amigó, a través del ejercicio de la práctica profesional de sus estudiantes, presenta en este informe los avances y logros obtenidos. La información recogida permite identificar fortalezas y oportunidades de mejora, con el único fin de mejorar el proceso de prácticas profesionales de los estudiantes. El informe o reporte gráfico es, además, una aproximación a las diferentes percepciones, sentires y objetivos tanto de los cooperadores en las empresas, instituciones y organizaciones, como de los estudiantes, directivas y actores involucrados en el acompañamiento de estos, al igual que, un referente importante en el alcance de los objetivos del curso, para proponer y mantener una actualización constante. Para construir el

dato se aplicaron varias encuestas, una emanada desde

La Dirección y Extensión de Servicios a la Comunidad y otra desde el programa mismo. En ambos casos se buscó acercarse a las percepciones tanto de los empleadores como de los estudiantes. El objetivo se trazó siguiendo un parámetro de (4) cuatro niveles de aproximación a la experiencia de prácticas: estando en el primer nivel, todo lo concerniente a la realidad actual de las actividades de práctica en los entornos laborales. En segundo lugar, conocer aspectos importantes para el desarrollo de la práctica desde lo técnico y el manejo de destrezas o habilidades; en tercer lugar, verificar el acompañamiento al proceso y, finalmente la autoevaluación al mismo+

En el ámbito de los practicantes, se obtuvieron 35 respuestas de 50 posibles, equivalentes al 70% de los estudiantes. Y por el lado de los cooperadores se obtuvieron 23 respuestas de 50 posibles, equivalentes a un 46%. Dentro de las respuestas más relevantes por parte de los cooperadores están:

El acompañamiento al estudiante por parte de la Universidad ha sido excepcionalmente bueno	Excelente relación laboral con el estudiante	Los estudiantes deben mejorar las habilidades en redacción y ortografía.	Se destaca el buen acompañamiento durante el proceso de la práctica por parte del asesor de prácticas asignado por la Universidad.	Los estudiantes de la Universidad Católica Luis Amigó muy creativos, dispuestos y empáticos	La buena disposición del estudiante a la hora de emprender el trabajo, comunicación asertiva y retroalimentación en cada entrega
--	--	--	--	---	--

Comunicación Social

<ul style="list-style-type: none"> ➤ 256 estudiantes estuvieron matriculados en cursos de prácticas de Comunicación Social (CSP01 – CSP02) para el semestre 2-2022. La mayoría de ellos (242) en la modalidad de Práctica Empresarial, trece de ellos en por Proyecto Aplicado, dos en la modalidad de Emprendimiento y ninguno en las modalidades Investigativa, Social Comunitaria e Internacional.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Esto último debe ser un factor a mejorar en próximos semestres, pero requiere de la articulación del proceso con las posibilidades que brinda a los estudiantes la Vicerrectoría de Investigaciones, la Oficina de Cooperación Institucional y Relaciones Internacionales y los programas sociales que desarrolla y apoya la Universidad con la población.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Por otro lado, 143 agencias de prácticas estuvieron activas durante el semestre. Organizaciones que ofrecieron los siguientes tipos de vínculos formativos a los practicantes de Comunicación Social: 136 por contrato de aprendizaje tipo Sena; 74 por convenio administrativo; 46 por acuerdos de voluntades y contratos laborales. Asimismo, en 214 de las prácticas los estudiantes recibieron algún auxilio económico por el ejercicio de la profesión.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dentro de los objetivos académicos de los cursos de prácticas –y como estrategia para divulgar lo que hacen los jóvenes en las empresas– se desarrolló una estrategia de redes, de los que se destacan:
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mateo Arroyave y su aporte en comunicaciones a la marca Eafit:
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Producción de contenidos audiovisuales y gestión de la comunicación digital son algunos de los apoyos en comunicaciones que Mateo Arroyave realiza en su práctica para Eafit. Un ejercicio de la comunicación social en el que, además, ha logrado mejorar sus habilidades en escritura. Un proceso que evidencia el

desarrollo de aprendizajes significativos y acordes al quehacer de un comunicador social hoy.
➤ Sara Villa y una práctica llena aprendizajes en la Universidad Cooperativa de Colombia (UCC):
➤ Conoce esta práctica que, a través de estrategias de comunicación, busca despertar la pasión por el conocimiento en la Universidad Cooperativa de Colombia.
➤ https://www.youtube.com/watch?v=tHp19jtLgYw
➤ Mariana Pérez y su Práctica de Excelencia en la Secretaría de Innovación Digital de Medellín:
➤ Mariana destaca el trabajo en equipo y la experiencia de trabajar en el sector público como lo más significativo de su práctica en la Alcaldía de Medellín. Su video de socialización de prácticas es una invitación a desarrollar aprendizajes complementarios a la profesión y una recomendación de la Secretaría como agencia de práctica.
➤ https://www.youtube.com/watch?v=r1ZhAb32-Ro
➤ Los estudiantes cuentan cómo es hacer prácticas en la misma Universidad en la que estudian:
➤ Actualmente, nueve estudiantes de Comunicación Social desarrollan procesos de prácticas en diferentes áreas de la Universidad Católica Luis Amigó. En este video ellos cuentan de las funciones comunicacionales que realizan para las facultades y demás dependencias, de la aplicación de la comunicación-educación en su quehacer diario y de los retos que implica hacer prácticas en la misma universidad en la que estudian su pregrado.

Diseño Gráfico.

➤ Encuentro Empresarial es por medio de llamadas, visita y correos se entrega el perfil de los Diseñadores Gráficos de nuestra universidad y se informa los diferentes tipos de contratos que podemos tener para que nuestros futuros practicantes. También se realiza la entrega de los requisitos para hacer entablar un convenio de prácticas con la universidad Nuestra base de datos va creciendo poco a poco, se puede decir que tenemos un listado de 130 empresas que constantemente nos envían convocatorias.
➤ Envío portafolios y hojas de vida para la participación de las convocatorias empresariales en Diseño Gráfico. Se realizó el envío de portafolios y hojas de vida a las diferentes convocatorias que llegaba o se buscaban desde la coordinación de prácticas Se enviaron 44 portafolios de futuros practicantes del nivel 1 y 2 a las diferentes empresas del área metropolitana que están en nuestra base de datos y convocatorias que llegan al correo de la coordinación.
➤ Divulgación de las ofertas de prácticas con los estudiantes Cada correo que da respuesta a las convocatorias con el anexo, de los portafolios y

<p>hojas de vida, también se hace la gestión que los estudiantes, tengan claro los datos, de donde se les envía y donde posiblemente les llaman, para tener el primer encuentro o entrevistas. En un promedio de 75 empresas se les enviaron los portafolios y hojas de vida, esto hace que los estudiantes de primera y segunda etapa de la práctica puedan participar en diferentes convocatorias 2023- 01 a la vez.</p>
<p>➤ Comités de Prácticas de Diseño Gráfico La realización de comités, es de suma importancia porque allí se genera un análisis, más profundo en los diferentes procesos que tiene la coordinación y el buen desarrollo de las prácticas de nuestro estudiante. En cada una de las reuniones, participan los Docentes asesores, el Director del programa y el Decano como representante auditor, del equipo principal. Se realizaron cuatro comités durante el semestre, donde se abarcan los siguientes puntos por fecha.</p>
<p>➤ En este periodo de 2022-01 el total de estudiantes matriculados en prácticas son:</p>
<p>➤ Prácticas # 1 = 38 y Prácticas #2 = 34 Para un total 72.</p>

2.3.2. Asuntos Docentes

Capacitación

Comunicación Social
<p>De acuerdo con los datos entregados por el Departamento de Gestión Humana, en el semestre 2022-1, cinco (5) profesores del programa de Comunicación Social hicieron el curso Disciplinas que aportan principios pedagógicos, estrategias didácticas y criterios curriculares y evaluativos al enfoque-modelo pedagógico institucional. Otros cuatro (4) recibieron capacitación en resultados de aprendizaje y cambios de microcurrículo. Cuatro profesores participaron en el semillero Fundamentos Básicos de Investigación, realizado por la Vicerrectoría de Investigaciones. Además, tres (3) hicieron cursos de inglés en diferentes niveles. Los datos de capacitación docente de 2022-2 aún no han sido entregados.</p>

Diseño Gráfico
<p>Desde la Dirección del Programa de Diseño Gráfico se lidera la 1ra Jornada Pedagógica para docentes, la cual tiene como finalidad reconocer las fortalezas y aspectos de mejora, compartiendo las experiencias administrativas y docentes, conectando la realidad administrativa de la Universidad con las particularidades de Diseño Gráfico en función de mejorar el desempeño dentro de la institución.</p> <p>Dentro de este espacio se trataron 22 temas con los docentes</p> <p>De igual manera en el 2022 los docentes participan en actividades de formación investigativa lo que les permite presentar proyectos de investigación acompañados de</p>

la tutoría de la vicerrectoría de investigaciones y actualizarse en herramientas de trabajo para el mejoramiento de sus cualidades

Publicidad

Teniendo en cuenta que para el segundo semestre de 2022, ingresaron al programa 3 docentes nuevos, el 23 de agosto se realizó una capacitación enfocada especialmente en los procesos administrativos, sistema académico y procesos docentes. También, dentro de la oferta de capacitación Institucional, los docentes participaron en:

- Curso de inglés para docentes A2-1
- Curso de inglés para docentes B2-1
- Curso de identidad amigoniana Nivel III
- Seminario: panel de design thinking o pensamiento de diseño en la evolución de los procesos creativos
- Adobe Educa Tour 2022

Maestría en Comunicación

Hubo participación en capacitación en curso institucional: Disciplinas que aportan principios pedagógicos, estrategias didácticas y criterios curriculares y evaluativos al enfoque-modelo pedagógico institucional

Clases espejos

Comunicación Social	
Curso	Universidad
Fundamentos de la Música	Universidad San Ignacio de Loyola, Perú.
Comunicación oral y escrita I	Universidad de Colima
Diseño Gráfico	
Docentes	Universidad
2	La Universidad Don Bosco

Evaluación docente

Diseño Gráfico

- ✓ En el año 2022 se llevan a cabo las evaluaciones de desempeño docente, dando un resultado satisfactorio frente a la percepción estudiantil, y de directivo del

<p>programa. A la fecha el programa ningún docente de Diseño Gráfico requiere plan de mejoramiento</p>
<p>Publicidad</p>
<p>✓ El promedio de la evaluación docente del programa fue de 4.5. Solo en 3 casos particulares se evidenció una baja en la evaluación docente, en donde se realizarán los planes de mejoramiento respectivos.</p>
<p>Comunicación Social El promedio de la evaluación de los docentes del Programa es de 4,35. Solo cuatro docentes presentaron una evaluación por debajo de 4,0. En estos casos se realizará el plan de mejora.</p>
<p>Especialización en Relaciones Públicas</p>
<p>✓ Los docentes son evaluados de buena manera por los estudiantes y se hace seguimiento a la evaluación por parte de la coordinación del Programa.</p>
<p>Maestría en Publicidad</p>
<p>✓ Todos los docentes tienen una evaluación satisfactoria por parte de los estudiantes del programa.</p>
<p>Maestría en Comunicación</p>
<p>✓ Se cumplió con la evaluación de los docentes que participaron en los procesos de autoevaluación y mejoramiento del programa. Proceso sistematizado en PMMCI.</p>

Doctorado en Comunicación

Para el segundo semestre del 2022 se llevaron a cabo las siguientes actividades con miras a abrir la cohorte del programa:

<p>Fueron contactados los aspirantes internos inscritos para el primer semestre; se les explicó lo que se había programado para la apertura de cohorte, y se avanzó en la aprobación del crédito condonable otorgado</p>	<p>Se llevó a cabo reunión con la doctora en Comunicación Organizacional Agrivalca Canelón, a quien se solicitó asesoría para replantear la línea de Comunicación Organizacional, como</p>	<p>Se adelantaron conversaciones con la Universidad Tecnológica del Chocó, a fin de establecer un convenio de docencia con dicha universidad para que los docentes del programa de Comunicación Social</p>	<p>En conjunto con la Maestría en Comunicación se llevaron a cabo dos encuentros con profesores de colegios públicos en el Centro de Formación del Maestro MOVA</p>
--	--	--	---

<p>por la universidad para cubrir el 40% del costo del doctorado que cursarían estos aspirantes.</p>	<p>línea de investigación del programa; la doctora Canelón hizo revisión de carta descriptiva y de la línea en general</p>	<p>cursen el Doctorado en Comunicación. Si bien no fue posible avanzar en este propósito durante 2022 debido, en gran medida, a problemas de orden público en la región, las conversaciones continúan con la intención de que pueda consolidarse una propuesta para el 2023</p>	
<p>Se realizaron dos reuniones con la profesora Roxana Fantin, directora del Centro de Investigación COMUNIA, en la ciudad de Buenos Aires, Argentina, con miras a que la doctora Fantin participe del evento internacional que se coordina desde el año pasado con los otros tres coordinadores de posgrado de la Facultad</p>	<p>Con la dirección de la Escuela de Posgrados, y en compañía de los doctorados en Educación y Psicología, se realizó el In Situ Doctoral, en el que se discutió sobre lo que implica la formación doctoral y lo que supone ser doctor en el entorno académico</p>	<p>En el mes de noviembre se realizó la “encerrona del reglamento doctoral”, actividad programada por la Escuela de Posgrados, y en la que los directores de los tres programas de doctorado, en compañía de otros docentes de la universidad, participaron en la consolidación del documento final del Reglamento de Doctorados</p>	<p>Fueron planteados, con apoyo de la Dirección de Innovación, los resultados de aprendizaje y el perfil del graduado del programa</p>

Regional Manizales

Comunicación Social - Manizales



El programa de Comunicación Social de la Universidad Católica Luis Amigó se fortalece en la consolidación de su pensum académico con la aprobación de la licencia y los diseños para la implementación de los Colaboratorios Audiovisuales, un espacio de 400 metros cuadrados, con infraestructura moderna, pensado para el desarrollo práctico de los estudiantes y la profundización en radio, prensa, fotografía, televisión, gestión de la comunicación organizacional y planeación de las diferentes actividades académicas.

El enfoque en los procesos de comunicación digital y el impacto con sentido de servicio social son factores distintivos del programa que, en su desarrollo, establece un diálogo de apertura constante con las nuevas perspectivas para narrar los territorios a través de diferentes formatos y plataformas que están en sintonía con la actualidad.

La arquitectura del espacio propone un entorno de dos pisos en el que confluyen más de ocho ambientes que funcionarán como centro de creación constante de trabajo colaborativo entre estudiantes de todos los semestres del programa de Comunicación Social y de otras carreras, con el fin de potenciar la dinámica interdisciplinar de la institución.

Las inversiones y adecuación del espacio obedecen a un compromiso que la institución asume con seriedad y pasión desde que pensó en abrir el programa, con el propósito de seguir fortaleciendo la rigurosidad académica que nos caracteriza, se asumen unas inversiones significativas en infraestructura física y tecnológica por parte de la institución.

Diseños

Un estudio de televisión con tecnología de última generación en grabación, iluminación y fotografía, máster de televisión, cabina y máster de radio, sofisticadas salas de edición, mesas para consejos de redacción, ambiente para la producción de textos escritos, zona de coworking, espacio para la planeación y gestión de la comunicación organizacional, oficinas

administrativas y ambientes para compartir, serán algunos de los ecosistemas de aprendizaje que facilitarán en los estudiantes la experimentación y la creación en la práctica profesional, a través de un conocimiento guiado por la ética y la rigurosidad, pensada en la excelencia integral.

Este escenario no solo está ligado al desarrollo profesional de los futuros comunicadores sociales, también tiene como propósito el fortalecimiento de la cultura audiovisual de la ciudad y de la región, a partir de una oferta de espacios de acompañamiento y de actualización constante.

Buscamos formar comunicadores con sensibilidad social, que desarrollen su labor en múltiples escenarios de medios masivos, institucionales, comunitarios y comerciales, teniendo como eje propuestas de educación y el interés por investigar y reconocer las identidades culturales, a través de producciones audiovisuales, que abarcan los diferentes géneros periodísticos, convirtiéndonos en agentes de cambio en el proceso de transformación de la sociedad.

Así, al ser parte de una institución que tiene en su ADN la vocación de servicio, los Colaboratorios Audiovisuales ofrecerán asesorías en comunicación organizacional (gestión de comunicación interna y externa) a pequeñas y medianas empresas, comprometiéndose con el emprendimiento y el desarrollo de la economía local y regional.

Habitar estos ambientes permitirá a los estudiantes vivir una experiencia dinámica e interactiva, en donde el conocimiento y la práctica se conjugan para ampliar la visión de mundo e impactar con mayor fuerza en el mundo laboral actual.

Proceso de práctica profesional

Actualmente se logró gestionar 10 convenios de práctica profesional para los estudiantes del programa de Comunicación Social en Manizales, desde diferentes áreas, radio, prensa, televisión y comunicación organizacional, firmando en la mayoría de los casos a un año, que corresponde a práctica I y práctica II. Es valioso mencionar que la mayoría de las prácticas tiene remuneración económica.

Experimentación periodística

Azul Naranja:

El programa cuenta con el medio de comunicación universitario Azul Naranja, un espacio polifónico para el desarrollo de nuevas narrativas en el oficio periodístico en el que la academia

establece un diálogo abierto con la sociedad, y los estudiantes fortalecen sus competencias prácticas en redacción y comunicación digital. El medio tuvo su relanzamiento durante la Semana de la Comunicación, Publicidad y Diseño, el 25 de octubre de 2022, y contó con la participación de la directora de La Cola de Rata, medio de periodismo de investigación de la ciudad de Pereira, Maritza Palma Lozano.

Maratón Audiovisual

Uno de los rasgos distintivos que tiene el programa es el de creación y experimentación audiovisual, en ese sentido, se realizó en el marco de la Semana de la Comunicación, Publicidad y Diseño la primera edición de la Maratón Audiovisual, un ejercicio práctico en el que los estudiantes debían producir un documental de 5 a 10 minutos en un tiempo límite de 48 horas. Esta dinámica busca fortalecer en el perfil de los comunicadores el olfato por las buenas historias, la agilidad en el trabajo bajo presión y el desarrollo del pensamiento crítico y propositivo en el ejercicio de producción en los formatos multimediales.

Inmersión Académica de Producción Audiovisual

Entre el 6 y el 10 de junio de 2022, los estudiantes de séptimo semestre y quienes obtuvieron los mejores promedios en producción audiovisual de primero, tercero y quinto vivieron una inmersión académica en Medellín. Además de obtener conocimientos en la sede de esta ciudad de la Universidad Católica Luis Amigó, hicieron un recorrido por reconocidos medios como Telemedellín, Teleantioquia y la emisora comunitaria Zona Radio. Fue una semana de fortalecimiento del rol profesional con talleres prácticos y de conocimientos en radio, fotografía, iluminación, producción audiovisual y televisión. En todos los semestres se realizan salidas académicas locales y nacionales a medios de radio, prensa, televisión y comunicación organizacional.

Periódico Sextante:

Sextante es el periódico universitario del Programa de Comunicación Social de la Universidad Católica Luis Amigó, cuya investigación y realización depende del proyecto de aula del curso Producción de Prensa.

El nombre del medio hace alusión al instrumento que permitía a los navegantes trazar la línea del horizonte a fin de poder orientarse y marcar el rumbo en altamar.

El objetivo central del proyecto de aula es promover las condiciones formativas necesarias para que el estudiante se enfrente a la dinámica de una empresa periodística real, la cual exige el desarrollo de habilidades de investigación y construcción informativas, diseño, diagramación y gerenciamiento.

Objetivo del periódico Construir, publicar e informar a la comunidad universitaria y a la ciudadanía, a través de un medio de comunicación escrito, información de interés general con un enfoque académico, tendiente a generar opinión y análisis de diversos temas sociales y humanísticos.

Sextante tiene un tiraje de 5.000 ejemplares y es leído, principalmente, por los diferentes miembros de la comunidad universitaria de la región, entre los que se destacan estudiantes, docentes y directivos.

Así mismo, pertenece a la Red Colombiana de Periodismo Universitario, lo que le da una amplia cobertura en el campo académico y proyección en la consolidación de alianzas en el campo del periodismo universitario.

En este ejercicio participan los estudiantes de cuarto semestre del programa de Comunicación Social.





Diseño Gráfico - Manizales

Resolución MEN 023357 del 12 de diciembre de 2022, el Ministerio de Educación Nacional, otorgó por 7 años, el registro calificado, para la oferta del nuevo programa de Diseño Gráfico, presencial, para ser ofrecido en nuestro Centro Regional de Manizales.

Esta tendrá una duración estimada de 9 semestres, con una duración de 148 créditos académicos, con admisión semestral y podrá recibir hasta 80 estudiantes para el primer periodo, otorgará el título de profesional en Diseño Gráfico.

Otros aspectos de la gestión

Informe de Laboratorio

- ✓ En el Laboratorio de Comunicación se continuó con la atención a docentes y estudiantes de los tres programas de la Facultad para facilitar servicios y recursos audiovisuales durante las actividades académicas este semestre.
- ✓ Adicionalmente, se siguieron prestando servicios a otras dependencias de la institución como los departamentos de Graduados, Bienestar Institucional, Mediaciones Virtuales y la oficina de Comunicaciones para el registro de eventos o la grabación de contenidos audiovisuales (videos y podcast institucionales).

✓ Se llevó a cabo el mantenimiento correctivo y preventivo semestral de equipos y espacios del Laboratorio para la calidad del servicio.
✓ También este segundo semestre se presentó la propuesta de compra de equipos de fotografía y televisión para mayor cobertura en la atención.
✓ Se asesoró el proyecto de Colaboratorios para el Programa de Comunicación Social de Manizales y se iniciaron reuniones para el proyecto Hiperlab que incluye la proyección de los nuevos espacios del Laboratorio de Comunicación en la antigua capilla de la Universidad.
✓ El Programa de Diseño Gráfico está sujeto a la disposición de uso y mejora de los laboratorios dispuestos por la Facultad de Comunicación y Diseño.

Participación y organización de eventos

Comunicación Social							
Periodismo hispano en Estados Unidos, la experiencia de un egresado amigoniano.	Experiencias de investigación periodística a propósito de los Premios Cipa, Círculo de Periodistas y Comunicadores Sociales de Antioquia, otorgados a Sextante	Palabras al Oído, La amabilidad como herramienta de transformación	IV Encuentro Nacional Red Colombiana de Periodismo Universitario desarrollado en Uniminuto, Bogotá	Participación en calidad de jurados del XIII Premio de Periodismo Alcaldía de Medellín	9.a edición de Expo Sextante, feria de periodismo universitario	Evento de presentación de la 43.a edición del periódico Sextante	18 ponencias de los diferentes programas de la Facultad se presentaron en el VIII Congreso Internacional de Comunicación Estratégica
Participación en IV Congreso Nacional de Comunicación AFACOM. Santa Marta Universidad Sergio Arboleda.	Coordinación de la Mesa 14. Investigación Formativa, conjuntamente con el programa de Comunicación Social de la Universidad Católica de Oriente.	Conferencia: Las narrativas Vallenatas, en el Auditorio Santa Rita	Participación en la Fiesta del Libro de los Municipios de Medellín y de Itagüí	Participación en la Cumbre de Salud de Medellín	Asesoría al Metro de Medellín para los problemas de salud mental	Participación virtual en el Congreso Ciudades Creativas en Madrid, España	Participación en la conferencia sobre el Arte en la Calle sobre el Carnaval de la Comuna 13
Publicidad							
Conferencia La necesidad de la comprensión y el análisis sociopolítico y geopolítico en la comunicación y publicidad contemporánea. La ponencia hizo parte del	Conferencia Comunicación, propaganda y opinión pública. La ponencia se realizó en la Institución Universitaria Salazar y Herrera y tuvo	Ponencia en el Primer foro municipal: Habilidades y competencias sociales para la sana convivencia. Municipio de Envigado	Ponencias en el Congreso de Comunicación Estratégica en la Universidad de Medellín	1er Congreso Internacional de Comunicaciones Estratégicas para la Seguridad Multidimensional en Colombia. El evento está en proceso para ser realizado	Nuevas narrativas a través del Podcast. Evento realizado por la Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad		Pulso Creativo Fest 5.0. Evento realizado el día 26 de octubre de 2022 en el marco de la Semana de la Comunicación, Publicidad y Diseño

XXV Encuentro Nacional de Investigación, realizado por la Universidad Católica Luis Amigó	como público objetivo la facultad de Publicidad.			con la Escuela Superior de Guerra	de Caldas en conjunto con la Universidad Católica Luis Amigó sede Manizales el día 4 de octubre de 2022.	
Diseño Gráfico						
Pulso Creativo organizado por el curso Administración y Promoción de Eventos. es un evento que busca hacer del diseño gráfico un espacio para todos.	XIII Congreso Virtual Latinoamericano de Enseñanza del Diseño y tienen una ponencia en la XVII Semana Virtual Internacional de Diseño en Palermo.	VI Seminario Internacional de Investigación de Prácticas Artísticas Interdisciplinar	XVI Foro de Escuelas de Diseño en la Semana Internacional de Diseño de Palermo (Argentina)	VIII Congreso de Comunicación Estratégica "Inspirar para crear, crear para inspirar" que se llevó a cabo en la Universidad de Medellín.		
Maestría en Comunicación						
VIII Congreso Internacional de Comunicación Estratégica (Comunicación Pública y Marketing Electoral, Universidad de Medellín. Ponencia: Medellín me cuida. El control del Covid 19 y las tensiones políticas en la web	Charla taller: Producción de Podcast para comunicadores y no comunicadores, con el apoyo de la Coordinación de Graduados.	Primer encuentro: diálogo, recepción crítica y opinión pública en la escuela.	Segundo encuentro: Herramientas de comunicación para la mediación y la investigación escolar.	Herramientas de SEO para periodistas y comunicadores y vía Zoom (con el apoyo de la Coordinación de Graduados)	De las grietas nace la vida. Reflexiones sobre entornos de ciudad y vegetación espontánea. Conversación sobre comunicación - educación y mediaciones socio - ecológicas, a partir de la pregunta ¿mal - eza?.	

Reuniones Internas Institucionales

Diseño Gráfico

El programa de Diseño Gráfico celebra 4 comités curricular por semestre, liderado por el director del programa, donde se discuten temas tales como:

Asuntos Docentes	Asuntos Estudiantiles	Programación Académica y Pre Matrícula e Inscripciones para el 2022-02	Autoevaluación - PMMCI	Prácticas del Programa	Investigación
------------------	-----------------------	--	------------------------	------------------------	---------------

Para estas reuniones se convoca a los coordinadores de los diferentes componentes, representante estudiantil y representante de egresados.

Comunicación Social

El programa realiza 4 Comités curriculares al semestre. En estos espacios se discutieron aspectos de la autoevaluación, del PMMCI, se estudiaron casos de estudiantes y se planean las actividades para las distintas funciones sustantivas.

Publicidad

- ✓ En el programa de publicidad en el trabajo colaborativo con los docentes coordinadores de los componentes / áreas, se estableció un Plan de Acción por componente, en donde se especifican las actividades, reuniones, aportes y estrategias para las diferentes funciones sustantivas del programa. Además, de que es un espacio de socialización de las diferentes directrices, acciones, solicitudes, casos de estudiantes, entre otros temas, para la mejora continua del programa.

Especialización en Relaciones Públicas

- ✓ El programa participa periódicamente del Comité Curricular del Área de Comunicaciones de la Escuela de Posgrados. Ese comité tiene una reunión mensual.

Maestría en Publicidad

El Programa está vinculado activamente en el Comité Curricular de Posgrados Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño. Así mismo, asiste como invitado al Consejo de Facultad de la misma área.

Maestría en Comunicación

- ✓ Se dio una participación activa del programa en los espacios convocados conforme al calendario institucional.

Premios y Reconocimientos		
Premio CIPA a la Excelencia Periodística categoría Periodismo Político para Sextante Digital por el especial Las huellas de la pólvora. Auditorio IDEA.	Premio CIPA a la Excelencia Periodística (reconocimiento especial) categoría Periodismo Político para Sextante Digital por el especial Las huellas de la pólvora. Auditorio IDEA.	Premio CIPA a la Excelencia Periodística categoría Periodismo ecológico para el periódico Sextante edición 41 por el artículo de páginas centrales Presente y futuro en los territorios, la emergencia del Acuerdo de Escazú. Auditorio IDEA.

Proyectos Especiales

Durante 2022_II se ejecutó la segunda fase del proyecto piloto del Plan de Integración Curricular del Programa de Comunicación Social, una apuesta pedagógica alrededor de Sextante y sus eventos que articuló los esfuerzos de los componentes Multimedia, Producción Audiovisual, Periodismo y Comunicación Organizacional. Los siguientes fueron los aportes de cada curso y/o componente a necesidad del proceso y según las competencias que aborda las correspondientes cartas descriptivas:

Curso Comunicación Hipermedia (componente Multimedia): producción de los promocionales animados para la entrega del Premio Sextante. Evento de lanzamiento de la 43.a edición del periódico Sextante.	Curso Edición y Producción (componente Producción Audiovisual): producción y posproducción de pieza audiovisual (video de sistematización de la experiencia Sextante) La vinculación de este curso permitió también la producción del streaming y el cubrimiento audiovisual de la 9.a edición de Expo Sextante.	Curso Diseño y Diagramación (componente Producción Audiovisual): Diagramación del periódico Sextante en su edición 43.	Curso Fotografía (componente Producción Audiovisual): reportería gráfica para la edición 43 del periódico Sextante (fotografías de los artículos).	Curso Comunicación Corporativa (componente Comunicación Organizacional): plan de medios y free press para la 9.a edición de Expo Sextante y el evento de lanzamiento de la edición 43 del periódico.
---	--	--	--	--

Aspectos críticos de la Gestión

De la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño

La Universidad y la Facultad han tenido un crecimiento exponencial, el cual requiere un crecimiento en personal docente. Un caso puntual es el de Diseño Gráfico el cual cuenta con más de 800 estudiantes y muy pocos docentes para cubrir las funciones sustantivas del programa y de la Facultad. Así mismo el crecimiento requiere un crecimiento en equipamiento tecnológico que permita cubrir las áreas disciplinares trabajadas por la Facultad. De forma detallada se enuncia a continuación cada uno de los programas:

Comunicación Social

- La permanencia de los estudiantes con la elaboración de cursos, talleres y eventos que fortalezcan su formación en el campo del diseño y lo digital, permitiendo la proyección a futuro de sus nuevas necesidades- empresa- sociedad.
- Incentivar a los docentes a presentar propuestas de investigación en la convocatoria institucional. Además, de establecer estrategias efectivas para el cumplimiento de compromisos pendientes con la investigación.
- Buscar estrategias para que un mayor número de docentes puedan cumplir los requisitos para la presentación a la convocatoria interna de investigación.
- Establecer contactos con instituciones internacionales para elaborar nuevos proyectos de extensión o investigación.
- Trabajar conjuntamente con Bienestar Universitario para identificar y tratar a los estudiantes con discapacidad y generar espacios y metodologías para esta población académica.
- Motivar a los docentes para que de acuerdo a su perfil profesional, gustos y preferencias investigativas propongan proyectos de impacto social y cultural fomentando el trabajo interdisciplinar.
-
- Diagnosticar y definir las necesidades de los egresados del programa, su ubicación y trayectoria para plantear acciones de comunicación y retorno a la Universidad.

Diseño Gráfico

- Es prioridad en el Programa aumentar la planta docente para atender los cursos programados ante el aumento en la demanda del Programa.
- Así mismo es necesario aumentar los recursos físicos y de software para dar respuesta a la programación de grupos y la atención a las funciones sustantivas del Programa.

Publicidad:

- ✓ Se deben mejorar las acciones y acercamiento en el diálogo con los graduados del programa, se debe realizar un diagnóstico de reconocimiento de las necesidades y oportunidades que la Universidad puede brindar.
- ✓ Motivar a los docentes en el campo de la investigación para que el programa pueda aumentar su participación en la producción científica.

- ✓ La necesidad de contar con un profesional en publicidad con formación en doctorado, para fortalecer la función sustantiva de la investigación y el direccionamiento de la línea de publicidad social de una forma más estratégica.
- ✓ Es importante que el programa de publicidad cuente con un laboratorio propio, ya que las dinámicas del medio exigen un acercamiento propio a las habilidades del profesional en la disciplina.

Maestría en Publicidad:

- ✓ La apertura anual según lo consignado en el registro calificado, dificulta la conversación y unificación con la Maestría en Comunicación.
- ✓ La conversación entre el Documento Maestro y el Acuerdo 01 de Investigaciones dificulta la operación y ejecución de la ruta metodológica frente a los trabajos de grado en sus distintos niveles. Se llegó a un acuerdo de operación junto con la Vicerrectoría de Investigaciones.
- ✓ Es necesario fortalecer las acciones de Mercadeo para la consecución de prospectos para la Maestría.
- ✓ El déficit presupuestal que tiene el programa, lo que dificulta la contratación de invitados y/o docentes catedráticos externos.

Maestría en Comunicación;

- ✓ Se insiste en la necesidad de fortalecer las acciones de Mercadeo Institucional para la apertura del programa, específicamente en gestión de pauta y comunicación digital.
- ✓ Se considera pertinente y prioritaria la gestión de un descuento especial para la apertura del programa. Considerando los costos y diferenciadores de otras instituciones de la ciudad, esta necesidad es prioritaria.

