

Información Importante

La Universidad de La Sabana informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad de La Sabana.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento para todos los usos que tengan finalidad académica, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le de crédito al documento y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, La Universidad de La Sabana informa que los derechos sobre los documentos son propiedad de los autores y tienen sobre su obra, entre otros, los derechos morales a que hacen referencia los mencionados artículos.

BIBLIOTECA OCTAVIO ARIZMENDI POSADA
UNIVERSIDAD DE LA SABANA
Chía - Cundinamarca

Propuesta de comunicación del Proyecto Educativo Institucional, Proyecto Educativo de Programa y Reglamento Estudiantil, como complemento a los procesos realizados por el programa de pregrado de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana

Plan Estratégico de Comunicación presentada para obtener el título de
Comunicación Social y Periodismo

Angélica Bernal

Sofía Paniagua

Silvana Valcárcel

Dirigido por:

Juan Carlos Gómez

Universidad de La Sabana

Bogotá, Colombia

Julio de 2015

Índice general

1. Introducción	8
2. Definición del problema	10
3. Justificación	11
4. Objetivos.....	13
4.1. Objetivo general	13
5. Marco teórico	15
5.1. Definiciones y significados	15
5.2. Ajuste curricular	16
5.3. Acreditación Internacional.....	17
5.4. Acreditación nacional.....	18
5.5. Proyecto Educativo Institucional.....	19
5.5.1. Identidad	22
5.5.2. Misión	23
5.5.3. Principios	25
5.5.4. Visión	26
5.5.5. Propósitos	27
5.6. Proyecto Educativo de Programa	27
5.6.1. Proyecto Educativo de Programa de Comunicación Social y Periodismo	28
5.6.1.1. Misión	28
5.6.1.2. Visión.....	29
5.6.1.3. Principios.....	29
5.6.1.4. Objetivos.....	30
5.6.1.5. Perfil.....	32
5.6.1.5.1. Perfil Profesional	33
5.6.1.5.2. Perfil Ocupacional.....	34
5.6. Reglamento Estudiantil.....	35
5.7. Ciclo Deming PHVA.....	36
6. Marco Conceptual.....	38
Tabla 1: Resumen conceptual de autores	38
7. Marco Contextual	41
8. Metodología.....	44
8.1. Análisis del problema	45
8.1.1. ¿Qué es el problema?	45
8.1.2. ¿Cuáles son los procesos involucrados en el problema?	45
8.1.3. ¿Quiénes son las personas involucradas en el problema?	46
8.1.4. ¿Cómo se presenta el problema?	47
8.1.5. ¿Por qué se presenta el problema? (causas del problema)	47

8.2. Definición de la solución	49
8.2.1. ¿Cuál es la solución?.....	49
8.2.2. ¿Cuáles son los procesos involucrados con la solución?	49
8.2.3. ¿Quiénes están involucrados con la solución?.....	50
8.2.3.1. Análisis de los públicos de la facultad de comunicación.....	50
8.2.3.1.1. Estudiantes.....	51
8.2.3.1.2. Profesores de planta	54
8.2.3.1.3. Profesores de cátedra	55
8.2.3.1.4. Administrativos	55
8.2.4. ¿Cuándo se aplica la solución?	56
8.2.5. ¿Cuáles son los beneficios de la solución?.....	56
8.2.6. ¿Cómo se presenta la solución?	57
8.2.6.1. Estrategias de comunicación.....	57
8.2.6.1.1. Planes para la socialización del Proyecto Educativo Institucional, Proyecto Educativo De Programa y Reglamento Estudiantil a estudiantes de primer semestre durante la semana de inducción estudiantes.....	58
8.2.6.1.1.1. Descripción.....	59
8.2.6.1.1.2. Justificación.....	59
8.2.6.1.1.3. Objetivo	60
8.2.6.1.1.4. Cronograma	60
8.2.6.1.1.5. Actividad específica de socialización Proyecto Educativo Institucional y Proyecto Educativo de Programa	60
8.2.6.1.1.5.1. Descripción.....	61
8.2.6.1.1.5.2. Justificación	61
8.2.6.1.1.5.3. Objetivo	62
8.2.6.1.1.5.4. Temas	62
8.2.6.1.1.6. Actividad específica del Reglamento Estudiantil.....	66
8.2.6.1.1.6.1. Descripción.....	66
8.2.6.1.1.6.2. Justificación.....	67
8.2.6.1.1.6.3. Objetivo.....	67
8.2.6.1.1.6.4. Temas	68
8.2.6.1.2. Planes para la socialización del Proyecto Educativo Institucional, Proyecto Educativo de Programa y Reglamento Estudiantil a estudiantes de primer semestre a noveno semestre.....	71
8.2.6.1.2.1. Descripción.....	72
8.2.6.1.2.2. Justificación.....	73
8.2.6.1.2.3. Objetivo	74
8.2.6.1.2.4. Actividad específica de socialización Proyecto Educativo Institucional y Proyecto Educativo de Programa	74
8.2.6.1.2.4.1. Descripción.....	74
8.2.6.1.2.4.2. Justificación.....	75
8.2.6.1.2.4.3. Objetivo	76
8.2.6.1.2.4.4. Cronograma	76
8.2.6.1.2.5. Actividad específica de socialización del Reglamento Estudiantil.....	77
8.2.6.1.2.5.1. Descripción.....	77
8.2.6.1.2.5.2. Justificación.....	78
8.2.6.1.2.5.3. Objetivo	78
8.2.6.1.2.5.4. Cronograma	79

8.2.6.1.3. Planes para la socialización del Proyecto Educativo Institucional, Proyecto Educativo de Programa y Reglamento Estudiantil para profesores de cátedra de la facultad de comunicación.....	79
8.2.6.1.3.1. Descripción.....	80
8.2.6.1.3.2. Justificación.....	80
8.2.6.1.3.3. Objetivo	81
8.2.6.1.3.4. Actividad específica de socialización Proyecto Educativo Institucional, Proyecto Educativo de Programa y Reglamento Estudiantil	81
8.2.6.1.3.4.1. Descripción.....	81
8.2.6.1.3.4.2. Justificación.....	82
8.2.6.1.3.4.3. Objetivo	82
8.2.6.1.3.4.4. Cronograma	82
8.2.6.1.4. Planes para la socialización del Proyecto Educativo Institucional, Proyecto Educativo de Programa y Reglamento Estudiantil para profesores de planta de la Facultad de Comunicación	83
8.2.6.1.4.1. Descripción.....	83
8.2.6.1.4.2. Justificación.....	84
8.2.6.1.4.3. Objetivo	84
8.2.6.1.4.4. Actividad específica de socialización Proyecto Educativo Institucional y Proyecto Educativo de Programa	85
8.2.6.1.4.4.1. Descripción.....	85
8.2.6.1.4.4.2. Justificación.....	85
8.2.6.1.4.4.3. Objetivo	86
8.2.6.1.4.4.4. Cronograma	86
8.2.6.1.4.5. Actividad específica de socialización del Reglamento Estudiantil.....	86
8.2.6.1.4.5.1. Descripción.....	86
8.2.6.1.4.5.2. Justificación.....	87
8.2.6.1.4.5.3. Objetivo	87
8.2.6.1.4.5.4. Cronograma	88
8.2.6.1.5. Planes para la socialización del Proyecto Educativo Institucional, Proyecto Educativo de Programa y Reglamento Estudiantil para el personal administrativo de la Facultad de Comunicación.....	88
8.2.6.1.5.1. Descripción.....	88
8.2.6.1.5.2. Justificación.....	89
8.2.6.1.5.3. Objetivo	89
8.2.6.1.5.4. Actividad de socialización Proyecto Educativo Institucional y Proyecto Educativo de Programa	90
8.2.6.1.5.4.1. Descripción.....	90
8.2.6.1.5.4.2. Justificación.....	91
8.2.6.1.5.4.3. Objetivo	91
8.2.6.1.5.4.4. Cronograma	91
8.2.6.1.5.5. Actividad Reglamento Estudiantil.....	92
8.2.6.1.5.5.1. Descripción.....	92
8.2.6.1.5.5.2. Justificación.....	92
8.2.6.1.5.5.3. Objetivo	93
8.2.6.1.5.4.4. Cronograma	93
8.2.7. ¿Cuánto vale la solución?.....	94

9. Conclusiones	95
10. Recomendaciones.....	97
11. Lista de referencias	98
12. Anexos	103
12.1. Juego “Quién quiere ser universitario”	103
12.2. Powtoons.....	105
12.3. Presentaciones en Prezi.....	106
12.4. Presentaciones en PowerPoint	107
12.5. Infografías	109

Lista de tablas

TABLA 1. Resumen conceptual de autores.....**33**

TABLA 2. Costos de actividades de socialización.....**77**

Lista de figuras

FIGURA 1. Ciclo Deming PHVA.....33

1. Introducción

En el presente proyecto, se exponen las estrategias de comunicación establecidas luego de un análisis de la situación actual de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Sabana, dentro del proceso de autoevaluación realizada a los públicos involucrados con la misma para la Re-Acreditación internacional.

Actualmente, la Facultad de Comunicación se encuentra en procesos de cambios asociados a el Ajuste Curricular, la Acreditación Nacional del programa de Comunicación Audiovisual y Multimedia y la Re-Acreditación Internacional del programa de Comunicación Social y Periodismo. Por esta razón, se establece la necesidad de realizar una socialización de cada uno de los documentos institucionales como el Proyecto Educativo Institucional, Proyecto Educativo de Programa y el Reglamento Estudiantil de manera adecuada con cada uno de los públicos involucrados: estudiantes, profesores, administrativos, entre otros, para dar a conocer elementos que constituyen cada uno de estos procesos.

Por consiguiente, es importante integrar un análisis y una respectiva ejecución de estrategias de comunicación poniendo en conocimiento a todo el público el Proyecto Educativo Institucional, el Proyecto Educativo de Programa, el Reglamento Estudiantil y los documentos pertinentes al ajuste curricular acercando a cada uno de los integrantes de la Facultad al proceso de cambio.

Asimismo, crear un sentido de pertenencia hacia la Facultad por medio de piezas visuales y audiovisuales con el fin de involucrar al público objetivo a dichos procesos de una manera más conjunta, más pertinente y más apropiada.

En conclusión, se deduce que el objetivo del proyecto será informar a la comunidad universitaria los temas relacionados con cada uno de los procesos que enfrenta el programa de Comunicación Social y Periodismo, por medio de la enseñanza de los pilares tanto de la Universidad como de la Facultad. Para llegar a cumplir estos objetivos se parte de algunos mecanismos que nos garanticen llevar a cabo el propósito, tales como:

1. Análisis de la autoevaluación realizada en la Facultad de Comunicación
2. Análisis de los públicos objetivos
3. Elaboración de ayudas visuales con las cuales se pretende hacer una socialización de la información pertinente
4. Medición del alcance obtenido con el fin de establecer la aceptación de la información que complementa los procesos de la Facultad.

2. Definición del problema

Se puede establecer, que el principal problema es la falta de conocimiento y relación de contenidos de los documentos institucionales como el Proyecto Educativo Institucional, el Proyecto Educativo de Programa y el Reglamento estudiantil por parte de los públicos componen el programa de Comunicación Social y periodismo de la Universidad de La Sabana. Por tal motivo, se hace necesaria la comprensión de estos para entender cada uno de los procesos por los que la misma está atravesando. De ahí, que sea de gran importancia definir cada uno de estos procesos y determinar qué debe hacer cada uno de ellos para darle un manejo efectivo a las piezas de comunicación a socializar.

3. Justificación

La ejecución de este proyecto permitirá llegar de manera mas efectiva a cada uno de los diferentes *stakeholders*, y así aportar soluciones que faciliten la socialización para cada uno de los procesos, para que sean utilizadas en el ajuste a los lineamientos de la Facultad.

Por esta razón, se considera de vital importancia el desarrollo del proyecto, puesto que al ser estudiantes de la Facultad, conocemos a profundidad uno de los públicos al que va dirigido la investigación. Asimismo, las necesidades que posee el proyecto, que serán resueltas a partir de estrategias de comunicación basadas en la utilización de las diferentes formas comunicativas de manera óptima.

Debido a el momento que está viviendo la Universidad en sus procesos de acreditación y Re-Acreditación, es indispensable que todos los públicos vinculados al programa de Comunicación Social y Periodismo conozcan los documentos y elementos relacionados. Para lograr esto, es necesario desarrollar un Plan Estratégico de Comunicaciones en la cual se pueda establecer la mejor estrategia para comunicar asertivamente la información, y así mismo, que sea sencilla, ágil y dinámica.

Es así, que se deben establecer prioridades a corto, mediano y largo plazo, con el fin de tener una metodología clara frente a los públicos a los que está dirigido el proceso, entendiéndose como “corto plazo” las actividades a realizar en los próximos dos meses. Las prioridades de “mediano plazo” son las que tienen que estar terminadas en los siguientes cuatro meses; y finalmente, las de “largo plazo”, a los seis meses, una vez culminada la propuesta objeto del proyecto.

4. Objetivos

El objetivo principal del proyecto es identificar, establecer y ejecutar estrategias de comunicación que cubran las necesidades de socialización que tiene el programa de Comunicación Social y Periodismo partiendo de la situación actual.

Las soluciones se implementarán llevando a cabo una difusión efectiva y adecuada del Proyecto Educativo de Programa (PEP), el Proyecto Educativo Institucional (PEI), y otros documentos institucionales de suma importancia para el desarrollo de la acreditación nacional e internacional. Con esto se pretende ampliar el área de conocimiento e interés de cada uno de los *stakeholders*.

4.1. Objetivo general

- Comunicar a los *stakeholders* de la Facultad de Comunicación, a través de distintas técnicas y metodologías basadas en la investigación, la información completa y necesaria que hace parte de los procesos de acreditación y re acreditación que está llevando a cabo la Universidad durante el final del periodo académico 2015 – 1 y el inicio del periodo académico 2015 – 2.

4.2. Objetivos específicos

- Analizar las brechas de conocimiento de cada uno de los *stakeholders* para determinar una estrategia de difusión apropiada para cada uno de ellos.
- Diseñar un plan que incorpore distintos medios de comunicación efectivos que apoyen la difusión de información.
- Ejecutar los planes de trabajo con el fin de comunicar a todos los públicos implicados los procesos de cambio de la Facultad de Comunicación.
- Lograr que los públicos tengan dominio sobre los proyectos y programas anteriormente mencionados.

5. Marco teórico

Con el fin de establecer las estrategias de comunicación más acertadas para el proceso de cambio de la Facultad de Comunicación, es importante tener en cuenta los antecedentes de la Facultad en cada uno de los procesos y las definiciones de los conceptos incluidos en ellos, con el fin de comprenderlos.

5.1. Definiciones y significados

Estrategias de comunicación: método de coordinación de recursos dentro de una organización con el objetivo de generar una ventaja competitiva. De esta manera, las estrategias de comunicación son la unión de conceptos y técnicas que aportarán a varios niveles de la organización como la cultura organizacional, en procesos prácticos y en procesos teóricos. (Arellano, 1998).

Según Rafael Alberto Pérez (2006) las estrategias de comunicación son la anticipación a momentos específicos, sean de crecimiento o de crisis. Estas estrategias van de la mano con lo denominado “Management narrativo” que constituye la unión de los procesos elaborados desde la ingeniería con los procesos comunicativos logrando así unas respuestas contributivas con el objetivo final.

Stakeholders o públicos: el término “*stakeholders*” fue introducido al lenguaje de las estrategias comunicativas por Edward Freeman en el año 1984. A través de los años se ha ido modificando su definición. En 2004, Freeman introduce una nueva definición de *stakeholders* “grupos que pueden afectar o ser afectados por el propósito de la organización”, lo cual es complementado con los niveles de asociación que el individuo tiene con la organización. (Paterson, 2004)

Míguez (2007) cita a Clarke (1997) el cual define el “*stakeholding*” como el interés de una persona en tener algo específico de la organización pero esta misma tiene la posibilidad de aceptarlo o negarlo.

Análisis de públicos o *stakeholders*: con el fin de ejecutar las estrategias de comunicación dentro de un público o *stakeholder* específico se debe llevar a cabo un análisis del rol que cada uno de ellos cumple dentro de una organización. Es por esta razón que se debe establecer una relación entre organización y *stakeholder* para desempeñar los procesos.

5.2. Ajuste curricular

Según el Ministerio de Educación Nacional de Colombia (2005), el **Ajuste Curricular** consiste en las reformas educativas que ayudan al mejoramiento de la educación, así como la calidad de vida de los colombianos. Este tipo de proceso va ligado directamente con el desarrollo social, político, tecnológico y económico

de la sociedad, puesto que estos factores determinan las nuevas necesidades a las que se enfrentan los estudiantes de cada programa.

Actualmente, se está efectuando un nuevo ajuste curricular que abarcará a los estudiantes desde primer semestre lo que se considera de gran trascendencia la socialización de los cambios estructurales del plan de estudios. Por esta misma razón, es necesario establecer estrategias de comunicación acordes con la situación actual de la Facultad, sin olvidar las posibilidades tecnológicas que se pueden utilizar.

5.3. Acreditación Internacional

La Acreditación Internacional es definida por el Consejo Nacional de Acreditación en Colombia (2008) como la constitución de los programas nacionales dentro de una evolución global que exige programas académicos una excelencia y alta calidad. De esta manera, es que la Acreditación Internacional es uno de los elementos más importantes actualmente para los programas académicos, puesto que certifica a nivel internacional las cualidades que ofrece otorgando un sello de calidad.

En el caso específico de los programas de Periodismo, estos son acreditados por el Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Educación en Periodismo (CLAEP), el cual tiene como objetivo principal la excelencia académica en los programas de periodismo. Centrándose en la Facultad de Comunicación, el

CLAEP otorgó la Acreditación Internacional en el año 2009 durante 6 años, razón por la cual durante el mes de septiembre del periodo académico 2015 -2 se realizará el proceso de re-acreditación del programa de Comunicación Social y Periodismo.

5.4. Acreditación nacional

El Ministerio de Educación Nacional y el Consejo Nacional de Acreditación son los encargados de otorgar la acreditación de Alta Calidad a los programas académicos de las Universidades del país. Según el artículo 53 de la ley 30 de 1992, el **Sistema Nacional de Acreditación en Colombia** es el conjunto de procesos y políticas que tienen como único objetivo garantizar a la sociedad que se cumplan los más altos requisitos de calidad en las Instituciones de Educación Superior que hacen parte del sistema. Para esto existe una Acreditación, la cual es la prueba que da el Estado sobre la calidad de una institución o de un programa como resultado de un proceso de evaluación.

La Acreditación Institucional permite valorar el cumplimiento de la visión y su impacto social, además de ser un requisito para la Acreditación de programas. Pues en resumen la Acreditación Institucional distingue los diversos niveles de autonomía que manejan las distintas Universidades.

El programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad tiene la Acreditación Nacional que le fue otorgada en el periodo 2007 - 2011 por cumplir con los requisitos y altos niveles de calidad en el programa. Según resolución **No. 4000 del 18 de abril del 2012**, el Ministerio de Educación Nacional y el Consejo Nacional de Acreditación, le otorgaron la renovación de la acreditación al programa de Comunicación Social y Periodismo por un periodo de 6 años.

La renovación se concede con base en los altos niveles de calidad y resultados que se han logrado en el programa, teniendo en cuenta los aspectos positivos que se han hecho evidentes como lo son: superar los niveles de calidad de la primera acreditación (2007), incremento del nivel académico de profesores, la renovación de la Acreditación Internacional, la disminución de la tasa de deserción de los estudiantes, el importante papel que cumplen los graduados en el medio y la ampliación de los recursos tecnológicos que se han llevado a cabo (Edificio K).

5.5. Proyecto Educativo Institucional

Para la socialización en la Universidad de La Sabana de cada uno de los documentos anteriormente mencionados, se establece la necesidad de definir cada uno de ellos, en este caso el **Proyecto Educativo Institucional (PEI)** y el **Proyecto Educativo de Programa (PEP)**.

En el caso del Proyecto Educativo Institucional se establece que de acuerdo el Artículo 14 del decreto 1860 de 1994 las instituciones educativas están en el deber de elaborar y efectuar un plan educativo participativo, conocido como el Proyecto Educativo Institucional o PEI. Por consiguiente, la Universidad de Sabana, siguiendo dicho lineamiento, posee un Proyecto Educativo Institucional que funciona como un principio de identidad.

El Ministerio de Educación Nacional de Colombia, entiende al Proyecto Educativo Institucional como “la carta de navegación de las instituciones educativas, en donde se especifican entre otros aspectos los principios y fines del establecimiento, los recursos docentes y didácticos disponibles y necesarios...”. Asimismo, el PEI debe ser útil y factible, sirviendo además como instrumento para resolver situaciones y necesidades de las personas involucradas en la institución y su entorno más cercano.

En lo que concierne al PEI de la Universidad de La Sabana, este consta de varios puntos que soportan la razón de ser la institución: misión, visión, principios y propósitos. Con relación a estos, está la constante lucha por la búsqueda de la verdad, la libertad, la apertura a lo positivo, el servicio, la autonomía, entre otros ejes. De igual manera, bajo el PEI, se exige una acción eficiente por parte del área

administrativa, para que así se logre conducir dicha gestión de acuerdo a los fines de la Universidad.

Cada estudiante de la Universidad de La Sabana debe conocer el PEI a la perfección, pues los principios y propósitos que ahí se explican son los que cada estudiante debe conocer, cumplir, respetar y comunicar. En muchos de los casos, los alumnos cumplen lo establecido en el PEI inconscientemente, es decir, sin conocer a ciencia cierta qué está descrito allí. Lo mencionado anteriormente podría ser considerado un problema, pues cuando una aspirante entra a una institución es por el deseo de crecer como profesional y como persona, logrando así un crecimiento y una formación integral. Por tal motivo, se hace necesario tener bases que complementen lo aprendido en el hogar y en el colegio. “En el marco del PEI se establece el tipo de persona que se quiere formar. Desde allí se debe dar respuesta a esa información desde lo pedagógico, en lo social, en lo político y en lo cultural. Se debe tener claridad el tipo de ser humano que se quiere formar para que se vea reflejado en todas las actividades al interior de la institución”, así afirma Ginger María Torres de Torres, Magister en Educación Psicopedagogía, en su blog Educación y contexto, donde cuenta la experiencia en este caso de la Universidad del Atlántico. (Torres, 2010)

5.5.1. Identidad

Según el Diccionario de la Real Academia Española, la palabra “identidad” es entendida como el “conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás”. Dicha definición, está directamente relacionada con lo que la Universidad de La Sabana pretende y promueve con relación a sus públicos involucrados. La identidad es un concepto con mucha relevancia cuando se habla de el Proyecto Educativo Institucional pues según Agulló (1997) “la identidad deviene construcción social; ésta surge, crece, se modifica merced a la interacción social, gracias a la existencia de relaciones sociales”.

Para ser más específicos, la identidad estudiantil se crea, se forja y se modifica en el espacio académico de cada persona, “las diversas maneras de ser o de sentirse estudiante, se relacionan con las propias condiciones de existencia: el origen social, los vínculos con la familia, los compromisos económicos, la relación con la cultura y la relación simbólica conferida a su actividad” (Bourdieu, 1978). En este caso pertenecer a la comunidad de la Universidad de La Sabana es motivo de orgullo. Cada miembro, a pesar de tener una personalidad y características arraigadas a su persona, ha desarrollado una distinción con respecto a las demás instituciones como consecuencia de su pertenencia a cada uno de los propósitos que tiene la universidad. Es así, como se aplica la tesis de la

búsqueda de la identidad en los jóvenes de Carlota Guzmán (1991) “la búsqueda de identidad, característica de los jóvenes, presenta algunas especificaciones dentro del grupo estudiantil, ya que ahí inciden algunos factores de elección profesional, al tiempo que el contexto universitario permea la construcción de ciertos perfiles” El orgullo de estudiar en la Universidad de La Sabana es un incentivo para cumplir día a día los propósitos que la universidad tiene.

Asimismo, las personas que conforman la comunidad, están en el deber de incentivar y participar de manera activa en la misma. Si bien, la institución promueva una experiencia de pertenencia a través de distintos procesos y actividades, la autonomía de cada miembro se convierte también en un momento clave, pues cada uno debe ser capaz de alcanzar sus metas y objetivos obteniendo así un alto grado de identidad manifestado en un buen proceso académico conforme con los estándares de la Universidad.

5.5.2. Misión

La misión de la Universidad es la razón de ser de la misma, con los propósitos y fines quiere lograr. Siendo así, la Universidad describe la misión como un compromiso libre de estudiantes, maestros y miembros que rodean la comunidad de “buscar, descubrir, comunicar y conservar la verdad, en todos los campos del

conocimiento, con fundamento en una concepción cristiana del hombre y del mundo, como contribución al progreso de la sociedad”. Siempre queriendo fomentar el trabajo como servicio y medio para seguir construyendo una sociedad con valores más estructurados, por ejemplo: La justicia, la solidaridad y la paz. (Universidad de La Sabana, Ct).

Además de tener como puntos claves la tolerancia y el respeto por los demás, la Universidad de La Sabana se refiere al tema asegurando que “se relaciona con todos los sectores de la sociedad (...) mediante un trabajo interdisciplinario, competente y solidario, resultado de la acción articulada de investigación y docencia, que mira al bien común, a la convivencia y cooperación entre los hombres, sin discriminación alguna, y al reconocimiento incondicionado de la vida humana, de la persona y de la familia en la sociedad”.

La “verdad” es un término clave que se manifiesta en la misión de la Universidad. Por ende, este debería ser adoptado en cada una de las acciones y procesos que los involucrados han de desarrollar en la vida académica, y de ser posible, en los demás escenarios. Es así, que el conocimiento hacia el PEI, plasma en la comunidad un código conductual que fortalece la conducta de la persona y sus relaciones interpersonales.

5.5.3. Principios

El proyecto Educativo Institucional se basa en ciertos principios que son la base para el buen desarrollo de la comunidad que gira entorno a la universidad. La búsqueda, comunicación y conservación de verdad sigue siendo el pilar de los valores.

El primero es la articulación entre Razón y Fe, donde se explica que hay una libertad de enseñanza, aprendizaje y cátedra mientras se mantengan los valores y la identidad que maneja la universidad. “La pluralidad de las personas y la diversidad de los saberes se articulan en torno al conocimiento de la realidad”. Así mismo, siempre existe el apoyo de los medios de investigación más avanzados y de proyección social.

El segundo principio se basa en que la inspiración cristiana del hombre y del mundo deberá velar por: el respeto a las personas, la defensa de la vida humana, por el fomento del ejercicio de la libertad responsable, la justicia, el respeto hacia la naturaleza, mantener una actitud positiva y optimista ante el mundo y la familia como institución primaria de la sociedad.

Del mismo modo, se complementa con el tercer principio en el cual la Universidad declara su calidad de institución civil y su condición de obra del

apostolado corporativo del Opus Dei. Para lograr el principio anteriormente mencionado, la universidad se basa en un principio de autonomía, es decir, la capacidad de gobernarse con base a las normas que se dio a sí misma. La universidad debe garantizar la consecución de sus fines, para esto debe proveerse de los medios necesarios para lograrlo teniendo en cuenta su estructura y sus reglamentos.

5.5.4. Visión

La visión de La Sabana está enfocada a la formación de hombres y mujeres a través del sentido cristiano de la vida. Siendo así, la Universidad describe la visión como un complemento de cada uno de los elementos que la componen, como sus públicos, sus instalaciones y sus creencias para lograrlo. Con un enfoque humanista, la Universidad de La Sabana pretende una educación de alta calidad que involucre a los estudiantes, profesores y administrativos. La concepción cristiana del hombre y del mundo va de la mano con la visión ya que es esta concepción la que permite establecer las metas a corto, mediano y largo plazo.

Sin embargo, la institución tiene en cuenta que los agentes externos ejercen gran influencia sobre la realidad interna, por lo cual intenta fortalecer las conductas y procesos básicos, para así evitar que los fuerzas ajenas afecten negativamente.

Por esta razón, es que las pretensiones de la Universidad son, en cierta manera, “ambiciosas” pues tienen como objetivo que la comunidad establezca un vínculo indestructible con la institución.

5.5.5. Propósitos

Los propósitos establecidos en el Proyecto Educativo Institucional están ligados a la visión de la Universidad, y así mismo, con la concepción cristiana de la vida como fin específico la calidad educativa acorde al desarrollo de los agentes externos a la misma. Acorde a esto, ha dividido los propósitos con relación a: la investigación, la docencia, la proyección social y el bienestar universitario.

5.6. Proyecto Educativo de Programa

De la misma manera, el Programa Educativo del Programa o PEP, se compone de una misión, una visión y unos principios, pero, se le añaden seis objetivos estratégicos y una descripción del perfil que se busca en los aspirantes a la carrera. Así como su perfil profesional y ocupacional.

Según Tejeiro de la Universidad Nacional (2012) el Proyecto Educativo del Programa es el documento que contiene cada uno de los contenidos que rigen el desarrollo de un programa académico. Es de suma importancia que este documento está directamente relacionado con el Proyecto Educativo Institucional explicando los objetivos principales del proceso de aprendizaje a través de los programas curriculares.

5.6.1. Proyecto Educativo de Programa de Comunicación Social y Periodismo

En el caso específico del programa de Comunicación Social y Periodismo dentro de su documento tiene contemplados la misión, visión, principios, objetivos y perfiles a los cuales los estudiantes pueden acceder después de llevar a cabo la carrera. (Universidad de La Sabana, Ct).

5.6.1.1. Misión

La carrera de Comunicación Social y Periodismo tiene como misión formar profesionales integrales a través de fundamentos teóricos y éticos, para que así, puedan desarrollar su trabajos en las diferentes áreas de la comunicación:

Periodismo, comunicación organizacional, comunicación para el desarrollo y comunicación política.

La búsqueda de la verdad y del bien común, son pilares que a los que el profesional se compromete, a partir de una visión cristiana del hombre y del mundo. De esta manera, el comunicador social y periodista de la Universidad de La Sabana, es constructor de una sociedad más justa, solidaria y libre.

5.6.1.2. Visión

El Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana tiene como visión el ser reconocido como el mejor en Hispanoamérica por su contribución en la formación de comunicadores sociales y periodistas humanistas con criterios académico, y así, actuar a favor de la consolidación de una sociedad más justa y libre.

5.6.1.3. Principios

**“La verdad como fundamento para el correcto ejercicio de la profesión
del comunicador social y periodista”**

De esta manera, la búsqueda de la verdad es el cimiento a partir del cual se generan los demás hábitos que ha de tener el universitario. Los principios del comunicador social y periodista de La Sabana, se desarrollan bajo los siguientes ejes: la inspiración cristiana del hombre y del mundo, el ejercicio de la libertad de expresión y del derecho a la información, la configuración de la ética en la acción del comunicador social y periodista y la Comunicación Social y el Periodismo como al servicio de la justicia, la solidaridad y la paz.

5.6.1.4. Objetivos

El programa de Comunicación Social y Periodismo cuenta con seis objetivos estratégicos para el desarrollo del mismo.

1. Asegurar la calidad en los procesos académicos

Crecer y consolidar los programas de pregrado y posgrado, involucrando a los estudiantes, profesores y a las nuevas tecnologías, para que se desarrolle de manera satisfactoria la carrera de Comunicación Social y Periodismo.

2. Consolidar el cuerpo profesoral

Conformar un grupo de profesores con funciones concretas y en concordancia, quienes, además participan en la investigación de temas coyunturales para la Universidad.

3. Consolidación de áreas estratégicas de investigación

Fortalecer los grupos de investigación de la Facultad, promoviendo recursos humanos y financieros que así lo permitan. Asimismo que estos semilleros tengan visibilidad en la Facultad de Comunicación.

4. Consolidación de la proyección social

Establecimiento de una cultura adecuada para la proyección social

5. Fortalecimiento del vínculo con los graduados

Mantenimiento del vínculo con los graduados y retroalimentación de la información

6. Implementación de nuevos modelos de gestión universitaria

Lograr disponibilidad en los recursos físicos. Asimismo, alcanzar la cultura de la calidad de gestión, soportada por un buen equipo administrativo.

5.6.1.5. Perfil

El aspirante a ser comunicador social y periodista de la Universidad de La Sabana es una persona para quien el estudio de las ciencias sociales y las humanidades es de vital importancia, integrándose a la realidad actual a través de la comunicación. Es, además, una persona que valora y entiende el papel de la comunicación desde dos perspectivas diferentes: medios masivos y periodismo y desde los entornos organizacionales, sociales y políticos.

El aspirante a ingresar al Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana se distinguirá por tener:

- Una adecuada capacidad de comprensión lectora.
- Un adecuado manejo del idioma español, tanto el parte oral como escrita, y que se evidencia en la elaboración de un discurso coherente y lógico en que cual exista un empleo adecuado de las normas gramaticales y ortográficas.
- Una buena trayectoria académica: adecuado desempeño en las pruebas de Estado y óptimos resultados proceso de admisión de la Facultad.
- Competencias básicas en inglés que le permitan acceder a fuentes de información en dicho idioma y que lo habiliten a desarrollar competencias a futuro.

- Una apertura y disposición permanente a la información y formación que brinda la Universidad.

5.6.1.5.1. Perfil Profesional

El graduado de la carrera de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana contribuye con su acción comunicativa, prudente, responsable y profesional a la búsqueda de la verdad y el bien común en cualquier entorno social.

Cuenta con una formación humanística y con conocimientos básicos de las ciencias sociales que le permiten desarrollar un ejercicio profesional contextualizado, acorde con la realidad y sustentado en el conocimiento y respeto de las dimensiones propias del ser humano.

Tiene formación en investigación que le permite indagar las causas y entenderlas logrando con ello adquirir elementos necesarios para orientar a la opinión pública y ser un promotor del diálogo en público.

Conoce los fundamentos conceptuales de su profesión y las dinámicas propias de la comunicación en sus diferentes contextos laborales, lo cual le permite hacer parte de equipos de trabajo interdisciplinarios, generando valor agregado desde el área de su experticia.

Desarrolla contenidos para medios impresos, audiovisuales y digitales, usando diferentes formatos y géneros, tanto narrativos como periodísticos, con sentido ético, estético y creativo.

Diseña e implementa estrategias de difusión de contenidos para públicos masivos, corporativos o focalizados y por lo tanto puede desarrollar su profesión desde el periodismo, la comunicación en las organizaciones, la comunicación política y la comunicación para el desarrollo.

Conoce las herramientas y recursos tecnológicos propios del ambiente comunicativo contemporáneo y los emplea con suficiencia en el desarrollo de sus labores profesionales.

Tiene la capacidad de aprovechar los escenarios multimediales y los escenarios de comunicación colaborativa y las redes sociales, para el desarrollo y fortalecimiento de su profesión y para promover la verdad y el bien común.

Tiene un conocimiento del inglés que lo habilita para ser usuario de ese idioma en ambientes académicos, sociales y profesionales.

5.6.1.5.2. Perfil Ocupacional

El Comunicador Social y Periodista graduado de la Universidad de La Sabana puede desempeñarse como productor o editor de contenidos en medios impresos,

radio, televisión y medios digitales, asumiendo una función informativa y de orientador de la opinión pública.

Está en capacidad de gestionar procesos de comunicación interna o externa en organizaciones públicas o privadas.

Está habilitado para formular, implementar y evaluar el impacto de proyectos de comunicación para el desarrollo, ya sea desde organizaciones estatales, entidades no gubernamentales o desde la propia comunidad.

Puede participar en la formulación, implementación y evaluación de campañas de comunicación política y de asesorar en comunicaciones a personajes públicos.

Asimismo tiene la formación básica necesaria para desarrollar proyectos empresariales de comunicación y para participar en procesos de investigación sobre comunicación y opinión pública.

5.6. Reglamento Estudiantil

El Ministerio de Educación de Colombia decreta en el artículo 28, *De los convenios para ofrecer y desarrollar programas*, del Decreto 2566 del 2005 que “cuando un programa académico vaya a ser ofrecido en convenio por dos o más instituciones de educación superior, dicho convenio deberá incluir las cláusulas que garanticen las condiciones mínimas de calidad y los derechos de la comunidad hacia la cual va dirigido. En consecuencia, sin perjuicio de la

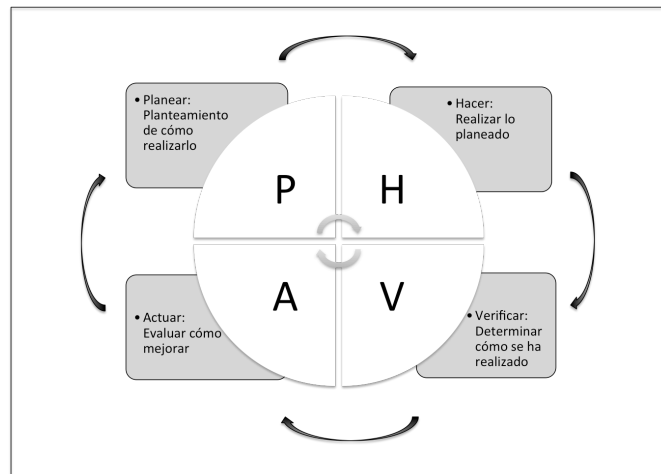
autonomía de las partes para determinar las cláusulas que estimen pertinentes a efectos de dar desarrollo del acuerdo, en él que se deberá contemplar como mínimo lo siguiente (...) 4. El reglamento estudiantil y docente aplicable a los estudiantes y docentes del programa”.

El Reglamento Estudiantil de la Universidad de La Sabana cuenta con veintidós capítulos, cada uno de ellos referentes a un tema específico. Cada uno de estos temas abarcan el comportamiento dentro del campus, las sanciones disciplinarias y académicas, elementos como la matrícula, entre otros. Este es uno de los documentos principales de la Universidad, debido a que en ello se contienen los elementos primordiales para la buena convivencia dentro de la misma.

5.7. Ciclo Deming PHVA

El ingeniero Hugo González (2012) define el ciclo de Edward Deming como un proceso de mejora continua que contribuye a la eficiencia y la competitividad de los procesos. Cada una de las siglas equivale a cada parte del proceso comenzando por la P de planeación, H de hacer, V de verificar y A de actuar.

Figura 1. Ciclo Deming PHVA



En este contexto, el ciclo Deming PHVA permite entonces un análisis de cada uno de los procesos involucrados. El ingeniero Carlos Bernal (2011) explica que este ciclo da la posibilidad de conocer cuál es el problema, quiénes están involucrados con el problema, las razones del problema con el fin de determinar las soluciones adecuadas al problema. De esta manera, se puede realizar un diagnóstico más acertado de la situación del problema y así mismo, un acercamiento a la solución adecuada a desarrollar.

6. Marco Conceptual

Tabla 1: Resumen conceptual de autores

Autor	Tema de la referencia	Aplicación en la investigación	Para qué se implemento
Arellano Enrique C	Estrategias de Comunicación	Procesos prácticos y procesos teóricos	Para las bases teóricas de las estrategias de comunicación
Argullo Tomás	Identidad	De dónde viene el concepto de identidad	Para las bases teóricas del Proyecto Educativo Institucional (PEI)
Bourdieu Pierre	Sentido de pertenecer a una institución	Ser y sentirse estudiante	Para las bases teóricas del Proyecto Educativo Institucional (PEI)
Clarke Thomas	Stakeholding	Grupos que influyen y afectan las organizaciones	Para las bases teóricas de las estrategias de comunicación
Consejo Nacional de Acreditación en Colombia	Acreditación Internacional	Qué es y quién otorga las acreditaciones internacionales	Para las bases teóricas de las acreditaciones internacionales
Curto Víctor, Rey Juan y Sabaté Joan	Texto publicitario	Nueva sociedad mediática y nuevas formas de comunicación	Para las bases es teóricas de las estrategias de comunicación

De Haro Juan José	Redes sociales	Aporte de las redes sociales a la enseñanza	Para las bases es teóricas de las estrategias de comunicación
Freeman Edward	<i>Stakeholders</i>	Grupos que influyen y afectan las organizaciones	Para las bases teóricas de las estrategias de comunicación
Gómez Marisol, Roses Sergio y Farias Pedro	Redes sociales	Aporte de las redes sociales a la enseñanza	Para las bases es teóricas de las estrategias de comunicación
González Hugo	Ciclo Deming PHVA	Análisis del problema y la solución de la investigación	Para la implementación de las estrategias de comunicación
León Liliana, Salas Seidy, Salazar Sandra, Cruz Juan Pablo	Estrategias de Comunicación	Diseño participativo para las estrategias de comunicación	Para las bases es teóricas de las estrategias de comunicación
Miguez María Isabel	Stakeholding	Grupos que influyen y afectan las organizaciones	Para las bases teóricas de las estrategias de comunicación
Ministerio de Educación en Colombia	Programa Académico	Fundaciones del reglamento estudiantil	Para las bases teóricas del Proyecto Educativo de Programa (PEP)
Ministerio Nacional de Colombia	Cambio Curricular	Qué es el cambio curricular	Para las bases teóricas del cambio curricular

Ministerio Nacional de Colombia	Proyecto Educativo Institucional	Qué es el PEI	Para las bases teóricas del Proyecto Educativo Institucional (PEI)
Página de la Universidad de La Sabana	Proyecto Educativo Institucional	Documento	Para las bases teóricas del Proyecto Educativo Institucional (PEI)
Página de la Universidad de La Sabana	Proyecto Educativo Programa	Documento	Para las bases teóricas del Proyecto Educativo de Programa (PEP)
Paterson	<i>Stakeholders</i>	Grupos que influyen y afectan las organizaciones	Para las bases teóricas de las estrategias de comunicación
Pérez Rafael Alberto	Management Narrativo	Estrategias de Comunicación	Para las bases teóricas de las estrategias de comunicación
Prieto Sonia Cristina	Era digital	Nueva sociedad mediática y nuevas formas de comunicación	Para las bases es teóricas de las estrategias de comunicación
Real Academia Española	Identidad	Definición de Identidad	Para las bases teóricas del Proyecto Educativo Institucional (PEI)
Torres de Torres Ginger María	Proyecto Educativo Institucional	Para qué y por qué es necesario el Proyecto Educativo Institucional (PEI)	Para las bases teóricas del Proyecto Educativo Institucional (PEI)
Universidad Nacional	Proyecto Educativo Institucional	Qué es el programa Educativo de Programa (PEP)	Para las bases teóricas del Proyecto Educativo de Programa (PEP)

7. Marco Contextual

Nos enfrentamos a una época donde la importancia del contenido del mensaje puede variar por la forma en que se comunica. Hay mensajes que, por ejemplo, no llegan al público objetivo porque la forma en que les comunicó no fue la adecuada.

La era digital y tecnológica que estamos enfrentando, ha traído consigo uno de los que podrían ser los males del siglo XXI: la desviación en la atención o la distracción. Tal como afirma Sonia Cristina Prieto, directora de Calidad Educativa de Preescolar, Básica y Media del Ministerio de Educación, “estamos en una sociedad mediática donde nos encontramos con unas nuevas formas de comunicación y con un mayor número de mensajes. En ese sentido, todo el sistema educativo debe orientarse hacia una mejor comprensión de estos lenguajes y hacia la incorporación de estos medios”. Esta, por ejemplo, es una de las razones y motivaciones por las que se deben encontrar innovadoras y dinámicas de manera de comunicar.

Para acertar en el proceso de comunicación, es necesario tener claro dos cosas: el público objetivo (cómo funciona este) y qué resultado se espera (qué queremos que pase), para que al momento de construir la pieza que va a comunicar dicho mensaje, contemos con las herramientas correctas y sepamos darles sentido. En la actualidad se habla de la simplicidad del mensaje; entre

menos información, menos esfuerzo hace el receptor cuando recibe el mensaje. Así lo afirman Curto, Rey y Sabaté (2008), en el libro *Redacción publicitaria* “El texto publicitario debe hacerse entender, debe apoderarse de un receptor que acostumbra a hacer un mínimo esfuerzo de atención y comprensión. Por eso, hay que ser sencillo”. (pg 19)

Además de simplificar el mensaje, tener claro el objetivo y el público al que se le va a comunicar el mensaje, hay muchas herramientas que se pueden usar para ayudar a que el receptor entienda el mensaje con éxito. Uno de estos mecanismos son las redes sociales, en la Revista Científica de Comunicación y Educación; Gómez, Roses y Farias (2012) citan a De Haro (2010) se habla sobre algunos beneficios que aportan las redes sociales a la enseñanza, “los medios sociales, en general, y las redes sociales, en particular, proporcionan varias maneras de hacer frente a los desafíos de la enseñanza superior, tanto desde el punto de vista técnico como pedagógico”.

Esto se relaciona directamente con el momento que esta viviendo la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Sabana puesto que se encuentra una necesidad comunicativa frente a los procesos de acreditación nacional e internacional y el ajuste curricular. Según León, Salas, Salazar y Cruz (2001) en el *Manual para el diseño participativo de estrategias de comunicación*, las estrategias de comunicación son el inicio de un proceso comunicativo, el cual debe ser desarrollado por personas para un público específico. En el caso de la

Facultad, se establecen cuales son los públicos a trabajar para así desarrollar unas estrategias de comunicación que serán desempeñadas dentro de unos tiempos y espacios que permitan una comunicación efectiva.

Uno de los ejes principales de todo el proceso es el manejo adecuado de piezas de comunicación asertivas y elaboradas para cada uno de los públicos teniendo en cuenta las características propias de cada uno y así mismo, los factores que cada uno de estos puede presentar según los espacios habilitados para la socialización.

En los trabajos realizados se determinaron los públicos correspondientes a los que les debería llegar el mensaje. Se usaron las diferentes herramientas como redes sociales institucionales (Facebook, Twitter e Instagram), piezas visuales (fotografías, infografías), videos (Videos institucionales, video con miembros del programa de Comunicación Social y Periodismo y Powtoons) y piezas en papel (Volantes, cartillas institucionales y brochures). Cada una tiene una intención distinta y está construida diferente con el único fin de lograr su cometido en todos y cada uno de los públicos objetivos.

8. Metodología

El proceso de socialización se llevará a cabo por medio del ciclo Deming PHVA (planear, hacer, verificar, actuar) del cual se desarrolla solamente la P, dado que la aplicación del proyecto se dará en una fase subsiguiente. Dentro de la P se establece un ciclo interno PHVA el cual contiene los siguientes puntos:

1. Definición del problema de investigación (La gente no relaciona el contenido de cada documento con cada uno de los conceptos PEI, el PEP y el Reglamento Estudiantil en su cotidianidad)
2. Determinación de los procesos involucrados en el proyecto (La gente que está involucrada en el proceso. Recolección de información)
3. Determinación de los responsables en dichos procesos (Quiénes llevan a cabo el proceso - los que van a impartir el conocimiento)
4. Definición ¿desde cuándo el problema se viene presentando?
5. ¿Por qué se presenta el problema?

8.1. Análisis del problema

8.1.1. ¿Qué es el problema?

El problema principal es el desconocimiento de los diferentes públicos involucrados con la Facultad de Comunicación con los documentos principales de la Universidad. Del mismo modo, existe una falta de relación de los conceptos Proyecto Educativo Institucional, Proyecto Educativo de Programa y el Reglamento Estudiantil con el diario vivir de los estudiantes, profesores, directivos y administrativos, puesto que se puede considerar que los públicos conocen el contenido de cada uno de ellos pero no lo relacionan directamente con cada uno de sus nombres.

En este caso, la oportunidad de mejoramiento está relacionada con la identidad que cada uno de los miembros de la Facultad puede tener al conocer los pilares de la misma. De esta manera, la socialización de los contenidos de una manera moderna, en la cual se abarquen puentes de comunicación efectivos para cada público.

8.1.2. ¿Cuáles son los procesos involucrados en el problema?

Se establece que los procesos involucrados al problema tiene unos lugares y momentos específicos en los cuales se deben ejecutar. En la Facultad de

Comunicación se deben integrar cada uno de los *stakeholders* con el fin de generar un acompañamiento asertivo durante los procesos de acreditación nacional e internacional.

Por esta razón, que se debe hacer un trabajo conjunto en cada uno de los ejes de la Facultad, para así cubrir cada uno de los públicos establecidos para la socialización del Proyecto Educativo Institucional y el Proyecto Educativo de Programa.

En este punto es importante tener en cuenta los procesos anteriores de la Facultad frente a la socialización, puesto que permitirá conocer los métodos anteriormente implementados para generar un mejoramiento aprovechando el desarrollo tecnológico actual. De la misma manera, la autoevaluación interna de la Facultad permite establecer las necesidades actuales para así responder de manera efectiva a las mismas y ejecutar las estrategias de comunicación.

8.1.3. ¿Quiénes son las personas involucradas en el problema?

Las personas directamente involucradas en el problema a resolver son cada uno de los miembros de la comunidad académica, puesto que son ellos quienes deberían conocer a profundidad los fundamentos de la misma; y así mismo, pueden aportar al desarrollo de la acreditación de manera efectiva. Cada uno de

ellos, basados en sus enfoques específicos, pueden hacer un aporte positivo en el proceso.

Cada uno de los públicos definidos como: estudiantes, profesores de planta, profesores de cátedra y administrativos deben estar completamente involucrados en el plan de socialización puesto que son ellos los que deben conocer cada uno de los documentos, llegando a asociarlos con su día a día en la Facultad.

8.1.4. ¿Cómo se presenta el problema?

El problema se presenta en el desconocimiento de la comunidad de la Facultad de Comunicación frente a cada uno de los documentos que representan a la misma. Este desconocimiento debe ser resuelto para los procesos de acreditación Nacional e internacional por los que atravesará la Facultad durante el 2015. El conocimiento de estos documentos permitirá el desarrollo de un sentido de pertenencia que se verá reflejado directamente en los procesos anteriormente mencionados.

8.1.5. ¿Por qué se presenta el problema? (causas del problema)

La falta de conocimiento del Proyecto Educativo Institucional, del Proyecto Educativo de Programa y el Reglamento de Estudiantes se presenta debido a la

falta de asociación entre los nombres y los contenidos. La encuesta de análisis de audiencias de la Facultad de Comunicación realizado por la Dirección de Planeación de la Universidad de La Sabana arrojó que existe una falta de relación entre los nombres y los contenidos.

En los resultado arrojados por la encuesta, se determina entonces que el 52,8% de los estudiantes encuestados no conoce la Misión del PEI y el PEP. De la misma manera, al preguntarles si conocen el Proyecto Educativo Institucional, el 40% respondió no. De esta manera, se pudo observar una tendencia hacia el desconocimiento de los documentos.

De esta manera, se puede determinar entonces que la causa principal del desconocimiento de estos contenidos es la falta de información en todos los públicos de la Facultad y así mismo, la falta de asociación de los conceptos lo cual puede resultar en una falta de identidad hacia los contenidos y a los principios de Facultad de Comunicación y la Universidad de La Sabana.

Es por esta razón que consideramos que ser estudiantes de la Facultad nos permite conocer de primera mano la manera en que se transmite la información de manera interna, considerando la principal razón por la cual, consideramos tenemos las capacidades para solventar el problema principal.

8.2. Definición de la solución

8.2.1. ¿Cuál es la solución?

De acuerdo a las causas mencionadas y sustentadas en el numeral 8.1.5, se establece como solución principal del problema generar en cada uno de los públicos identidad hacia la Universidad de La Sabana y la Facultad de Comunicación por medio de la socialización del Proyecto Educativo Institucional, el Proyecto Educativo de Programa y el Reglamento Estudiantil. Con esto se logrará una apropiación adecuada de los temas durante los procesos de acreditación y ajuste curricular; mediante mecanismos de comunicación efectiva con cada uno de los *stakeholders* mencionados en el análisis del problema y verificación del nivel de comprensión de los conceptos socializados.

8.2.2. ¿Cuáles son los procesos involucrados con la solución?

Los procesos involucrados con la solución son aquellos que están relacionados con cada uno de los eventos que se llevarán a cabo en la Facultad y la Universidad con el fin de establecer un contacto directo con cada uno de los públicos involucrados. Por esta razón, se establecen actividades específicas para

cada uno de ellos, de acuerdo con las oportunidades de encuentro que brinde la Facultad y la Universidad.

8.2.3. ¿Quiénes están involucrados con la solución?

En el proceso se encuentran involucrados cada uno de los públicos de la Facultad de Comunicación establecidos dentro del análisis, en los cuales se abarcan los estudiantes, profesores de planta, profesores de cátedra y administrativos. Cada uno de estos públicos están relacionados, puesto que son ellos quienes se deben enterar de los contenidos de los documentos, para así tener la información durante los procesos de acreditación y ajuste curricular.

Es por esta razón que se lleva a cabo un análisis de cada uno de los públicos para así establecer cuáles son las actividades y piezas efectivas para cada uno de ellos.

8.2.3.1. Análisis de los públicos de la facultad de comunicación

El programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana se divide en siete tipos de poblaciones de acuerdo a el rol que cumple

dentro de la misma. Para el periodo académico 2015- 1 la población total constaba de 1076 personas, incluyendo las directivas, divididas en:

- Estudiantes: 927 personas
- Profesores de planta: 19 personas
- Profesores docencia planta: 6 personas
- Profesores junior: 2
- Profesores de cátedra: 97 personas
- Administrativos: 20 personas
- Directivas: 5 personas

Para poder ejecutar las propuestas de comunicación, se realiza un análisis de los públicos involucrados al proceso y se determina las poblaciones adecuadas para la elaboración y ejecución de las piezas visuales y audiovisuales.

Puesto que los Directivos al tener un acceso directo a la información de manera constante se excluye de las estrategias de comunicación.

8.2.3.1.1. Estudiantes

La mayoría de la población total de la Facultad de Comunicación son los estudiantes siendo aproximadamente el 86% de la población de la Facultad. Se

considera de suma importancia este público puesto que se deben manejar varios campos de acción para la socialización efectiva con ellos.

Uno de los sub públicos más importantes de esta población son los estudiantes de primer semestre, exactamente los que iniciaran sus estudios durante el periodo académico 2015 -2, razón por la cual se establece que al ser estudiantes nuevos, se necesita unas actividades específicas de enseñanza de los contenidos del Proyecto Educativo Institucional, Proyecto Educativo de Programa y el Reglamento Estudiantil.

Para esta población la utilización de actividades de integración es de suma importancia, puesto que durante la semana de inducción comienza a afianzar los lazos de amistad y por medio de dichas actividades se puede prestar para facilitar la interacción entre estudiantes. Del mismo modo, estas actividades pueden formar un pensamiento crítico frente a los diferentes contenidos de la Facultad y de la Universidad por lo que puede tener una influencia positiva para el diario vivir de los estudiantes durante su carrera universitaria.

Del mismo modo, se abarcan los estudiantes desde primer semestre hasta noveno semestre como la población objetivo de tácticas de comunicación encaminadas a piezas digitales que permitan una comprensión de los contenidos más eficaz.

Estas actividades deben ser completamente interactivas por la facilidad que presta en el momento en que la presencialidad de los estudiantes no sea fácil de concretar. La posibilidad de realizar todo de manera tecnológica permite la comunicación masiva que permiten los correo electrónicos y los boletines digitales.

La innovación es uno de los elementos primordiales para la ejecución de estas actividades ya que es importante captar la atención de los estudiantes en la cotidianidad de su vida universitaria y personal y así lograr el objetivo propuesto que es el aprendizaje de los contenidos a socializar.

Una de las características principales de los estudiantes es que debido a que por la naturaleza de sus clases y las prácticas sociales y profesionales la presencia en el campus de la Universidad es relativa, lo que hace necesario un acceso distinto a los estudiantes.

Por esta razón se determina que la utilización de recursos digitales es la forma más precisa de llegar a los estudiantes. Las herramientas web 2.0 facilitan de esta manera la socialización efectiva y eficaz siendo la característica principal la innovación en los contenidos, además por la facilidad que permite la medición de estas características con el fin de saber su utilidad. Se considera importante establecer mensajes claros y concisos con el fin de generar una comunicación asertiva de los contenidos.

8.2.3.1.2. Profesores de planta

Los profesores de planta reúne todas las modalidades de profesores que permanezcan en jornada completa en las instalaciones de la Universidad, es decir, los profesores de docencia de planta y los profesores júnior de planta están incluidos dentro de esta población. Dentro del porcentaje de la Facultad, los profesores de planta equivalen al 2,4 % de la población total de la Facultad de Comunicación. Se determina que es una de las poblaciones con mayor posibilidad de trabajo debido a la permanente presencia en la Universidad de La Sabana.

Se considera una de las poblaciones más importantes debido a la influencia que este público ejerce en los demás públicos, en especial el de los estudiantes, por lo que se considera un público facilitador. Por esta razón se determina que las actividades o piezas a realizar con este público específico deben estar marcadas por la accesibilidad constante a la información para que esta pueda ser difundida efectivamente por ellos también.

Además, la integración a los demás públicos es una de las prioridades con el fin de que se establezcan unos lazos adecuados para finalmente llegar a una identidad frente al Proyecto Educativo Institucional, Proyecto Educativo de Programa y el Reglamento Estudiantil. Por esta misma razón, se determina que la actividad debe hacerse de manera conjunta con otras de las poblaciones a tratar.

8.2.3.1.3. Profesores de cátedra

Uno de los públicos que deben ser prioridad en este proceso de socialización son los profesores de cátedra, los cuales equivalen aproximadamente al 9% de la población de la Facultad. Se determina dicha importancia debido al tiempo que se dispone para trabajar con ellos, por la poca presencia de los mismos en el campus universitario. Es por esta razón que la socialización del Proyecto Educativo Institucional, Proyecto Educativo de Programa y el Reglamento Estudiantil debe llevarse a cabo por medio de un conocimiento más eficaz de los contenidos para su aplicación durante la impartición de sus clases en la Universidad.

Se determina entonces, que los profesores de cátedra deben tener una actividad de socialización como una presentación concreta en la cual se socializa de manera eficaz cada uno de los contenidos.

8.2.3.1.4. Administrativos

La última población es la integración de los administrativos de la Facultad de Comunicación, los cuales equivalen al 1,8% de la población total de la Facultad. Al igual que los profesores de planta, esta población tiene la facilidad de presencia en la Universidad de La Sabana por lo que se proponen actividades en las cuales

se pueda establecer un contacto directo con los mismos y una integración alrededor de una identidad frente a la Facultad y la Universidad.

8.2.4. ¿Cuándo se aplica la solución?

La realización del Plan Estratégico se llevará a cabo durante el periodo académico 2015 - 1 y la socialización durante el periodo académico 2015 – 2 abarcando cada uno de los públicos de acuerdo con el calendario académico propuesto por la Facultad y la Universidad.

8.2.5. ¿Cuáles son los beneficios de la solución?

El principal beneficio de la socialización efectiva de los documentos es la creación de una identidad frente a la Universidad de La Sabana y la Facultad de Comunicación de cada uno de los públicos anteriormente establecidos, logrando así un conocimiento asertivo de los mismos y un acercamiento positivo a los procesos a los que se enfrentará la Facultad con la Acreditación Nacional, Acreditación Internacional y el ajuste curricular.

8.2.6. ¿Cómo se presenta la solución?

La solución se presenta a través de unas estrategias de comunicación establecidas a cada uno de los públicos anteriormente mencionados las cuales tienen actividades y piezas para la socialización efectiva de los contenidos de acuerdo al análisis realizado.

8.2.6.1. Estrategias de comunicación

La difusión de los conceptos Proyecto Educativo Institucional, Proyecto Educativo de Programa y Reglamento Estudiantil son el objetivo principal a desarrollar piezas visuales y audiovisuales, y actividades que permitan la socialización efectiva de los contenidos. Por esta razón, se propone la entrega digital y física de un cuadernillo en el cual haya un resumen ejecutivo de cada uno de los documentos resaltando la misión, la visión y la identidad. Esto con el fin de que cada una de las personas que accedan a él tengan un conocimiento básico de los conceptos.

Adicionalmente, se establece la necesidad de unas estrategias específicas para cada uno de los públicos determinados con el fin de hacer un refuerzo de la información anteriormente entregada en el cuadernillo. Para esto se determinan

cuales son los métodos efectivos con los que se pueda llegar a un mayor número de personas y así lograr una socialización con alta cobertura. Estas piezas fueron previamente aprobadas por la Comisión de Facultad durante el desarrollo del proceso de realización del Plan Estratégico de Comunicación y están a disposición de cambios de acuerdo a las sugerencias a plantear.

8.2.6.1.1. Planes para la socialización del Proyecto Educativo

Institucional, Proyecto Educativo De Programa y Reglamento Estudiantil a estudiantes de primer semestre durante la semana de inducción estudiantes

Se considera de gran importancia la ejecución de la socialización del Proyecto Educativo Institucional, el Proyecto Educativo de Programa y el Reglamento Estudiantil con los estudiantes de primer semestre, debido a que puede facilitar la experiencia universitaria de los estudiantes en la Universidad de La Sabana. Al ser los nuevos integrantes de la Facultad de Comunicación, se facilita la introducción a temas de vivencias diarias y de las situaciones a las cuales se pueden enfrentar en la cotidianidad creando en ellos una conciencia frente a los contenidos.

8.2.6.1.1.1. Descripción

El desarrollo práctico de la socialización a los estudiantes de primer semestre se llevará a cabo en tres actividades en las cuales la Facultad comparte y presenta a los estudiantes los principios del Proyecto Educativo Institucional, Proyecto Educativo de Programa y el Reglamento Estudiantil.

8.2.6.1.1.2. Justificación

Las planes propuestos en este documento se llevarán a cabo con el fin de socializar de manera innovadora los documentos de la Universidad de La Sabana: Proyecto Educativo Institucional y Reglamento Estudiantil, así como los documentos de la Facultad de Comunicación: Proyecto Educativo del Programa (de las dos carreras), con la intención de generar una recordación en los estudiantes que cursan primer semestre actualmente, y colaborar al buen desarrollo de su vida universitaria. Se van a emplear métodos dinámicos e interactivos en dicha socialización, con las cuales se espera causar un mayor impacto en los estudiantes, obteniendo una recepción favorable de su parte, para así reducir las situaciones o casos en que argumentan no tener conocimiento de estos documentos.

8.2.6.1.1.3. Objetivo

El objetivo principal es lograr una socialización efectiva de cada uno de los documentos principales de la Universidad de La Sabana y de la Facultad de Comunicación, con los estudiantes de primer semestre facilitando así su vida académica durante su carrera universitaria.

8.2.6.1.1.4. Cronograma

Se determinan unas actividades específicas del cronograma de las inducciones del periodo académico 2015 – 2, en las cuales se puede ver reflejado los conceptos a socializar.

8.2.6.1.1.5. Actividad específica de socialización Proyecto Educativo Institucional y Proyecto Educativo de Programa

- 16 grupos de 15 estudiantes cada uno (250 estudiantes)
- 13 grupos de 15 estudiantes cada uno (200 estudiantes)
- 15 grupos de 10 estudiantes cada uno (150 estudiantes)

8.2.6.1.1.5.1. Descripción

Para esta actividad, se deberán conformar grupos y tomar mínimo 3 fotos y máximo 4, contando una historia. El primer día de la actividad se distribuirán los temas y se conformarán los grupos. Tendrán un día para tomar las fotos y el último día de la inducción será la socialización y premiación de la actividad.

Cada grupo debe escribir un tuit (en la red social Twitter) con las fotos teniendo en cuenta los siguientes lineamientos:

1. Subir las fotos tomadas para la actividad
2. Mencionar la cuenta de Twitter de la Universidad:
@comsabana
3. Poner el número del grupo (Ejemplo: Grupo 1)
4. El tuit debe tener el siguiente *hashtag*: #induccioncomsabana

8.2.6.1.1.5.2. Justificación

La justificación de realizar este juego durante la semana de inducción es la socialización del Proyecto Educativo Institucional y el Proyecto Educativo de Programa de una manera novedosa, integrando la cámara como un elemento importante para los estudiantes. De igual forma, la posibilidad de conocer la

universidad durante la actividad, permitirá a los estudiantes que entran a primer semestre tener un acercamiento al campus y a los documentos.

8.2.7.1.1.5.3. Objetivo

El objetivo principal del juego es la socialización de los documentos por medio de una actividad que les permita a los estudiantes sentir la experiencia a través del recorrido por la Universidad, pero cumpliendo unos retos específicos. Cada uno de los grupos tendrá asignado un tema del PEI o del PEP por lo que se desarrollará un acercamiento a los conceptos.

8.2.6.1.1.5.4. Temas

PEP - VALORES

Tema 1

- La verdad como fundamento para el correcto ejercicio de la profesión del comunicador social y periodista

Tema 2

- La inspiración cristiana del hombre y del mundo

Tema 3

- Ejercicio responsable de la libertad de expresión y del derecho a la información

Tema 4

- La ética configura la acción del comunicador social y periodista

PEP - OBJETIVOS Y PERFILES**Tema 5**

- Ser sabana vale la pena

Tema 6

- Ser Sabana vale la pena

Tema 7

- Perfil de aspirante de la carrera de Comunicación social y periodismo

Tema 8

- Perfil Profesional de la carrera de Comunicación social y periodismo

PEI**Tema 1**

- Misión

Tema 2

- Visión

Tema 3

- Identidad

Tema 4

- Búsqueda y comunicación de la verdad

PEI**Tema 5**

- Respeto como principio fundamental

Tema 6

- Ser sabana vale la pena

Tema 7

- La tecnología como medio de aprendizaje

Tema 8

- Desarrollo del perfil profesional de acuerdo a los principios de la Facultad

-

REQUISITOS

- Las fotos deben contar una historia
- Mínimo 3 fotos - Máximo 4 fotos
- En una foto deben salir todos los miembros del grupo
- Cada foto debe tener una descripción
- Cada historia debe tener un título
- Poner el número del grupo, el hashtag (crearlo)

#induccionsabana

- Tienen que mencionar la cuenta de Twitter de la universidad

8.2.6.1.1.6. Actividad específica del Reglamento Estudiantil

8.2.7.1.1.6.1. Descripción

Para esta actividad, los estudiantes se encontrarán en el auditorio David Mejía en la charla del Director de Estudiantes Juan Carlos Campo acerca del Reglamento Estudiantil, razón por la cual se desarrollará la actividad inmediatamente después de la charla.

Se llevará a cabo un juego llamado “Quien quiere ser universitario” (anexo 12.1.) en el cual pasarán 10 voluntarios del público, cada uno deberá escoger un puntaje para la pregunta que desea responder. Habrá de 10 puntos, 20 puntos y 50 puntos; entre más puntos, más dificultad en la pregunta. Estas serán de opción múltiple y tendrán una única respuesta. Cada estudiante pasará y responderá la pregunta sin ningún tipo de ayuda, en el caso de acertar en la respuesta tendrá un premio que otorga la Facultad. En caso de responder incorrectamente, la pregunta será nuevamente formulada con el fin de que otro participante tendrá la opción de responder.

8.2.6.1.1.6.2. Justificación

La razón por la cual se realizará el concurso, es abarcar el tema de manera participativa y dinámica. Debido a que antes del concurso Juan Carlos Campo presentó los puntos más importantes del Reglamento Estudiantil, el concurso tiene como objetivos involucrar a los estudiantes a los contenidos y así con los conocimientos adquiridos relacionen casos y situaciones reales dentro del Campus. Con la realización de esta actividad, se facilitará la comprensión de los conceptos y se materializan para proceder a una conducta universitaria adecuada.

Es importante recalcar a los estudiantes, que el reglamento de estudiantes es uno de los documentos más importantes que tiene la Universidad de La Sabana, y todo estudiante debe conocerlo para evitar tener fallas y errores que podrían haber sido prevenidos. Entre más se conozca el reglamento, menos posibilidades hay de romperlo.

8.2.6.1.1.6.3. Objetivo

El objetivo es la ratificación de la información por medio de una actividad que permita una recordación de los elementos más importantes del Reglamento Estudiantil para su diario vivir en la Universidad. Por medio de preguntas de

definición y situaciones aplicadas, los estudiantes podrán tener una mejor comprensión del Reglamento y la aplicación.

8.2.6.1.1.6.4. Temas

1. Si usted quiere aplazar el próximo semestre, usted debe:

- a. Avisar con anticipación a la secretaría de la facultad y esperar que se acabe el semestre
- b. Comunicar por escrito a la facultad, llenar un formato y cancelar el porcentaje del valor de la matrícula que señale la Universidad.
- c. Esperar que se acabe el semestre y no matricularse el próximo

2. En el caso que usted pierda una asignatura que es pre - requisito de otra, usted deberá:

- a. Cursarla en el periodo académico inmediatamente siguiente
- b. Hacerla en curso de vacaciones
- c. Cursarla cuando el estudiante lo considere pertinente

3. Uno de los motivos por los que usted puede perder el semestre es:

- a. No presentar un examen importante

- b. Llegar tarde a clase 3 o más veces
 - c. Perder 3 o más materias en el semestre
4. Si usted decide retirar una materia, debe hacerlo antes de:
- a. La mitad del respectivo periodo académico
 - b. Que comience el siguiente periodo académico q2fdsv
 - c. El mismo día le entreguen notas del último corte
5. Si Valentina superó el 15% de inasistencia en una de sus asignaturas, esta será calificada al finalizar el periodo académico así:
- a. 0,0
 - b. 3,0
 - c. La nota que obtuvo después de sumar los tres cortes
6. Si Valentina no asistió a clase y presenta una excusa médica, sucede:
- a. A Valentina le permiten presentar los trabajos elaborados en esa fecha, más no se le quita la falla
 - b. A Valentina le quitan la falla
 - c. A Valentina le permiten presentar los trabajos elaborados en esa fecha y se le quita la falla
7. Cuántos días tiene un estudiante para solicitar una prueba supletoria:
- a. 3 días hábiles desde la fecha en que no lo presentó

- b. 5 días hábiles desde la fecha en que no lo presentó
- c. cuando el estudiante decida que es justo presentarlo

8. Si usted saca 2.0 o menos en el final, su nota definitiva será:

- a. La nota que obtuvo a lo largo de los cortes
- b. No pasa nada
- c. **La nota obtuvo en su examen final**

9. La comprobación de fraude o intento de fraude en cualquier tipo de prueba, se considera como:

- a. Una falta grave y la calificación será de 3,0
- b. **Una falta grave y la calificación será de 0.0**
- c. Una falta leve y trae consecuencias de menor grado

10. Para los estudiantes que cursan el primer periodo académico, el promedio exigido para poder continuar deberá ser igual o superior a:

- a. 3.5
- b. **3,0**
- c. 3,8

11. A partir del segundo período académico cursado en el programa, el promedio acumulado mínimo, exigido para poder continuar deberá ser igual o superior a :

- a. 3,8
- b. 3,0
- c. 3,25

12. Cuáles son las causales de perder el derecho de permanencia como estudiante regular de un programa de pregrado de la universidad:

- a. Pérdida de 3 o más materias en un mismo periodo académico o no haber obtenido el promedio acumulado mínimo exigido
- b. Pérdida de 2 materias en un mismo semestre
- c. Pérdida de más de 5 materias a lo largo de la carrera

13. A cuánto equivale cada corte del periodo académico?

- a. 30% - 40% - 30%
- b. 30% - 30% - 40%
- c. 40% - 30% - 30%

8.2.6.1.2. Planes para la socialización del Proyecto Educativo Institucional, Proyecto Educativo de Programa y Reglamento Estudiantil a estudiantes de primer semestre a noveno semestre

De acuerdo al análisis realizado a este público en específico, estudiantes de primero a noveno semestre, se les abordará en la cotidianidad de sus clases como

un facilitador para el acceso a ellos y así impartir la información. Adicionalmente, se tendrá en cuenta la utilización de medios digitales para facilitar la difusión de los contenidos y de esta manera asegurar la recepción de los documentos.

Se tendrá en cuenta a los estudiantes de primer semestre por la necesidad de reforzar la actividad llevada a cabo durante la semana de inducción.

8.2.6.1.2.1. Descripción

El desarrollo práctico de la socialización a los estudiantes de primero a noveno semestre se llevará a cabo por medio de actividades y piezas audiovisuales en los cuales la Facultad recordará de manera innovadora a los estudiantes, los principios del Proyecto Educativo Institucional, Proyecto Educativo de Programa y el Reglamento Estudiantil.

Cada una de ellas tiene unas actividades y piezas específicas que facilitarán el conocimiento y la comprensión de los contenidos logrando así el objetivo principal de la socialización que es la identidad frente a los conceptos y el Facultad.

Por esta razón, se hace una propuesta de las actividades de acuerdo al cronograma establecido por la Universidad dentro de las 16 semanas académicas del semestre 2015 - 2.

8.2.6.1.2.2. Justificación

Las actividades y piezas audiovisuales propuestas en este documento se realizarán con el fin de socializar de manera innovadora los documentos de la Universidad de La Sabana, Proyecto Educativo Institucional y Reglamento Estudiantil, y los documentos de la Facultad de Comunicación, Proyecto Educativo de Programa de cada uno de los programas, con el fin de lograr una recordación en los estudiantes de primer segundo a noveno semestre.

Una de las fallas que se detectó y que ocurre constantemente, es que los estudiantes dicen no conocer sobre el tema porque nunca fueron informados al respecto, lo cual es falso, como fue evidenciado en la encuesta de análisis de medios de la Facultad de Comunicación. Frente a esto, se encontró que no ha existido un alta recordación de lo dicho en la inducción, los estudiantes no leyeron al material o no prestaron atención al tema. Para este caso en específico, se quiere alcanzar una buena recordación sobre los principales puntos de cada uno de los documentos por parte de los estudiantes en los semestres más altos con la utilización de las piezas audiovisuales y demás herramientas, evitando así afirmaciones como “nunca nos dijeron eso” o “yo no sabía”.

8.2.6.1.2.3. Objetivo

El principal objetivo que se pretende responder con este tipo de actividades y piezas comunicativas es lograr una socialización efectiva con los estudiantes de primero a noveno semestre de cada uno de los documentos principales para su diario vivir en la Universidad de La Sabana y la Facultad de Comunicación. Estas actividades involucran la innovación como eje principal de captación de atención por parte de los estudiantes.

8.2.6.1.2.4. Actividad específica de socialización Proyecto Educativo Institucional y Proyecto Educativo de Programa

8.2.6.1.2.4.1. Descripción

La actividad se llevará a cabo a través de la presentación de vídeos realizados en la herramienta 2.0 llamada *Powtoon* (anexo 12.2.) con los conceptos básicos del Proyecto Educativo Institucional de la Universidad de La Sabana y el Proyecto

Educativo de Programas de la Facultad de Comunicación. Esta actividad se llevará a cabo durante clases de acuerdo con el programa académico y tendrá una duración máxima de cinco minutos en cada clase, esto con el fin de hacer una socialización interactiva de los contenidos. De igual forma, estos videos serán enviados a través de correo electrónico con el fin de garantizar la recepción de la información por parte de los estudiantes que se encuentran realizando sus prácticas sociales y profesionales.

De igual forma, se llevarán a cabo dos presentaciones en *Prezi* (anexo 12.3.) en las cuales se hará una síntesis de la información del Proyecto Educativo Institucional y del Proyecto Educativo de Programa. Adicionalmente, estas presentaciones se encuentran disponibles en PowerPoint. (anexo 12.4.)

Cada una de estas presentaciones responderán las preguntas: Qué es, para qué sirven, los perfiles institucionales y académicos de acuerdo a la presentación y finalmente una descripción del concepto “Todos somos Sabana” resaltando la Misión, Visión y Principios.

8.2.6.1.2.4.2. Justificación

La justificación de realizar la socialización del vídeo durante las horas académicas es la socialización del Proyecto Educativo Institucional y el Proyecto

Educativo de Programa de una manera innovadora y en un espacio en el cual se facilite la interacción con los estudiantes. Por otro lado, se hace uso de los recursos web como el correo electrónico debido a la facilidad brinda para los procesos de difusión de la información.

8.2.6.1.2.4.3. Objetivo

El objetivo principal de la actividad es la socialización de los documentos por medio de un vídeo que permite a los estudiantes la comprensión de los contenidos de una manera eficaz y sencilla. Además, la integración de los conceptos dentro de una pieza específica como son las presentaciones en *Prezi* permite que los estudiantes tengan un medio concreto de consulta constante.

8.2.6.1.2.4.4. Cronograma

El video se socializará en la semana segunda semana académica del periodo 2015 -2 durante clases específicas, por lo que se ve la necesidad de hablar con los profesores de las clases para interrumpirlas y así mismo, hacer la presentación de la pieza visual. Del mismo modo, las a través del conocido boletín institucional “La Brujula” será enviado el link del video de *Youtube* para que los estudiantes

accedan a él. De igual forma, se hará una socialización de ese link por medio de las redes sociales institucionales para el acceso de más públicos de la Facultad.

8.2.6.1.2.5. Actividad específica de socialización del Reglamento Estudiantil

8.2.6.1.2.5.1. Descripción

El Reglamento Estudiantil se socializará por medio de piezas visuales en las cuales se invite a los estudiantes a ir a la página web de la Universidad de La Sabana y conocer el Reglamento Estudiantil, esto con el objetivo de hacer una campaña para la consulta de la página institucional y el reconocimiento de los pasos que deben recorrer en la página para la consulta de este contenido. Además, contendrá elementos que llamen la atención del público específico como preguntas en las que se ilustran situaciones de la vida real en el campus.

Para materializar dichas piezas, se hará uso de una herramienta 2.0. en línea que permite crear Infografías: *Piktochart* (anexo 12.5.). Gracias a esta, la información que será compartida puede visualizarse a través de contenidos multimedia como imágenes y vídeos; asimismo, distintos colores, tamaños y fuentes en la tipografía, todo en un mismo documento. La razón esencial por la que utilizamos esta herramienta, es la facilidad con la que se puede generar la

información de distintas maneras, cada una con un propósito y trabajando en conjunto.

8.2.6.1.2.5.2. Justificación

La razón por la que se llevará a cabo la socialización del Reglamento Estudiantil por medio de estas piezas visuales es generar una campaña que incentive la búsqueda de elementos importantes para la cotidianidad en su vida académica. Adicionalmente, una recordación a los estudiantes de un concepto como es el Reglamento Estudiantil y la forma en que pueden acceder a él. Al contener las piezas casos específicos, los estudiantes podrán reconocer el Reglamento Estudiantil, aplicarlo en lo que podrían ser futuras situaciones en el campus de la Universidad.

8.2.6.1.2.5.3. Objetivo

El objetivo de este tipo de socialización determinada a este público, es la ratificación de la información ya impartida en el pasado, generando una recordación de los elementos más importantes del Reglamento Estudiantil para su diario vivir en la Universidad. Por medio de las situaciones aplicadas, los

estudiantes podrán tener una mejor comprensión del Reglamento y podrán actuar de manera coherente frente a una circunstancia de carácter académico.

8.2.6.1.2.5.4. Cronograma

La entrega de estos folletos se llevará a cabo durante la muestra de los videos durante las clases que puedan ser pactadas con los profesores. De igual forma, este contenido será enviado a través de las redes sociales puesto que a ser una pieza visual se facilita la difusión de la misma por este medio.

8.2.6.1.3. Planes para la socialización del Proyecto Educativo Institucional, Proyecto Educativo de Programa y Reglamento Estudiantil para profesores de cátedra de la facultad de comunicación

Dentro de los públicos a socializar el Proyecto Educativo Institucional, Proyecto Educativo de Programa y el Reglamento Estudiantil se considera de gran importancia los profesores de cátedra, ya que al tener un horario reducido dentro del campus de la Universidad de La Sabana, se hace necesario un conocimiento más eficaz de los contenidos para su aplicación.

8.2.6.1.3.1. Descripción

El desarrollo práctico de la socialización a los profesores de cátedra vinculados con la Facultad de Comunicación, se llevará a cabo por medio de una actividad central en la cual la Facultad difundirá a los docentes los principios del Proyecto Educativo Institucional, Proyecto Educativo de Programa y el Reglamento Estudiantil.

8.2.6.1.3.2. Justificación

El grupo de profesores de cátedra es uno de los públicos más grandes de la Facultad de Comunicación. Por tal motivo, se hace imprescindible su participación y vinculación activa a las actividades a realizar, ya que, siendo un gran número de docentes, pueden ejercer una influencia positiva hacia el resto de los públicos, teniendo la posibilidad de comunicar de manera asertiva los diferentes proyectos. Las actividades propuestas en este documento se realizarán con el fin de socializar de manera innovadora cada uno de los documentos anteriormente mencionados, con el fin de lograr que los profesores de cátedra de la Facultad conozcan y apliquen estos conceptos en la cotidianidad de sus clases y así

mismo, lograr facilitar sus actividades en su corta presencia en la Universidad de La Sabana alrededor de estos conceptos.

8.2.6.1.3.3. Objetivo

El objetivo principal es lograr una socialización efectiva con los profesores de cátedra, de cada uno de los documentos principales para su diario vivir en la Universidad de La Sabana y la Facultad de Comunicación.

8.2.6.1.3.4. Actividad específica de socialización Proyecto Educativo Institucional, Proyecto Educativo de Programa y Reglamento Estudiantil

8.2.6.1.3.4.1. Descripción

La actividad que se llevará a cabo con los profesores de cátedra estará centrada en una actividad en la cual se presentan los tres contenidos a socializar. Esta presentación se llevará a cabo por medio de videos (anexo 12.2.) y una exposición en *Prezi* (anexo 12.3.) en los cuales se dé a conocer los contenidos más trascendentes de cada uno y como aplicarlo a sus clases. Esta exposición también se encuentra disponible en PowerPoint. (anexo 12.4.)

8.2.6.1.3.4.2. Justificación

La razón por la que se llevará a cabo una sola actividad enfocada a los profesores de cátedra es la socialización efectiva de los contenidos a través de presentaciones y videos que permitan una recordación de la información. Se considera el hecho de hacer una sola reunión con todas las actividades por la dificultad de realizar más de una actividad con este público debido a su ausencia en la Universidad.

8.2.6.1.3.4.3. Objetivo

Por medio de esta actividad se pretende que los profesores de cátedra generen un conocimiento básico de los contenidos y así mismo, una identidad hacia la Universidad de La Sabana y la Facultad de Comunicación.

8.2.6.1.3.4.4. Cronograma

De manera previa, los contenidos serán enviados a los correos electrónicos de los profesores para así acercarlos al proceso de socialización. El día 25 de julio,

durante la reunión general de profesores de inicio de semestre se llevará a cabo la socialización de las piezas.

8.2.6.1.4. Planes para la socialización del Proyecto Educativo Institucional, Proyecto Educativo de Programa y Reglamento Estudiantil para profesores de planta de la Facultad de Comunicación

Los profesores de planta, al igual que los administrativos, se puede catalogar como el público que más tiempo permanece en la Universidad de La Sabana, razón por la cual se puede hacer un trabajo conjunto y más prolongado con este público para generar una influencia apta para abarcar a los demás públicos.

8.2.6.1.4.1. Descripción

El desarrollo práctico de la socialización a los profesores de planta se llevará a cabo por medio actividades en las cuales la Facultad relaciona al público mencionado con los principios del Proyecto Educativo Institucional, Proyecto Educativo de Programa y el Reglamento Estudiantil.

Estas actividades tendrán un enfoque especial, puesto que los profesores facilitarán la difusión de la información con los demás públicos debido a la transversalidad que tienen dentro de la Facultad de Comunicación.

8.2.6.1.4.2. Justificación

Las actividades propuestas en este documento se realizará con el fin de socializar de manera innovadora los documentos de la Universidad y de la Facultad de Comunicación, de cada uno de los programas, con el fin de lograr una recordación en los profesores de planta logrando así un manejo adecuado de la información dentro de la Facultad y de las clases que cada uno de ellos imparte a los estudiantes de todos los semestres.

8.2.6.1.4.3. Objetivo

El principal objetivo que se pretende responder con este tipo de actividades es lograr una socialización efectiva con los profesores de planta de cada uno de los documentos principales para su diario vivir en la Universidad de La Sabana y la Facultad de Comunicación.

8.2.6.1.4.4. Actividad específica de socialización Proyecto Educativo Institucional y Proyecto Educativo de Programa

8.2.6.1.4.4.1. Descripción

El desarrollo de las actividades de socialización del Proyecto Educativo Institucional y el Proyecto Educativo de Programa estarán enfocadas a la enseñanza de estos contenidos para que de igual forma ellos puedan transmitirlo a sus estudiantes por medio de contenidos visuales que permitan un acceso constante a la información y un desarrollo de la misma. Por esta razón se propone la socialización de infografías (anexo 12.5.), digitales y físicos, en los cuales se difunda de manera concreta los contenidos de los dos documentos.

8.2.6.1.4.4.2. Justificación

La razón de llevar a cabo esta socialización a través de boletines digitales y físicos a los profesores de planta es la facilidad que puede tener acceder a la información en el momento que ellos la necesiten. Además, porque los documentos facilitarán a los profesores la difusión del Proyecto Educativo Institucional y el Proyecto Educativo de Programa con los estudiantes.

8.2.6.1.4.4.3. Objetivo

El objetivo principal de los boletines es la socialización de los documentos por medio de un documento de fácil acceso para los profesores que les permita generar un conocimiento y una socialización efectiva de la información.

8.2.6.1.4.4.4. Cronograma

El envío de estas piezas visuales se harán durante la semana del 27 al 31 de julio y del 3 al 6 de agosto de 2015, de manera conjunta a la realización de la otra actividad planteada con este público.

8.2.6.1.4.5. Actividad específica de socialización del Reglamento

Estudiantil

8.2.6.1.4.5.1. Descripción

De manera complementaria al video a realizar con el personal administrativo y directivo de la Facultad sobre el Proyecto Educativo Institucional y el Proyecto

Educativo de Programa, con los profesores de planta se llevará a cabo el desarrollo del vídeo con la temática del Reglamento Estudiantil.

8.2.6.1.4.5.2. Justificación

La razón por la que se llevará a cabo el video es lograr la integración de los profesores de planta a la información que contiene el Reglamento Estudiantil para así, aplicarlo en situaciones tentativas y aplicarlo a su diario vivir en la Universidad. Al ser parte del proyecto del video facilitará que se genere una recordación de los contenidos.

8.2.6.1.4.5.3. Objetivo

El objetivo principal de las actividades propuestas es la socialización de los documentos por medio de formas novedosas y visuales que permitan a los profesores de planta, vivirlos y recordarlos a través de las piezas. Se intentará que todos los profesores de planta tengan presencia en el video diciendo alguna frase corta para que todos participen de la actividad.

8.2.6.1.4.5.4. Cronograma

La grabación del video se llevará a cabo durante los días 7 y 8 de julio, con el 6 como oportunidad para avisarle a los profesores de la realización del mismo. La edición se llevará a cabo durante el 9 y 10 de julio.

8.2.6.1.5. Planes para la socialización del Proyecto Educativo Institucional, Proyecto Educativo de Programa y Reglamento Estudiantil para el personal administrativo de la Facultad de Comunicación

8.2.6.1.5.1. Descripción

El desarrollo práctico de la socialización con el personal administrativo de la Facultad de Comunicación, se llevará a cabo principalmente por medio de piezas en papel, en las cuales la Facultad difundirá los principios del Proyecto Educativo Institucional, Proyecto Educativo de Programa y el Reglamento Estudiantil. Así mismo, se realizará un video teniendo al personal administrativo como parte del reparto, esto logrará que se interesen más por verlo y cause mayor recordación.

Por esta razón, se hace una propuesta de las actividades de acuerdo al cronograma establecido por la Universidad dentro de las 16 semanas académicas del semestre 2015 - 2.

8.2.6.1.5.2. Justificación

Las actividades propuestas en este documento se realizarán con el fin de socializar de manera innovadora los documentos de la Universidad de La Sabana, Proyecto Educativo Institucional y Reglamento Estudiantil, y los documentos de la Facultad de Comunicación, Proyecto Educativo de Programa de cada uno de los programas, con el fin de lograr que las personas que trabajan en el área administrativa de la Facultad, estén enteradas y apliquen estos conceptos en la cotidianidad de su trabajo.

8.2.6.1.5.3. Objetivo

El objetivo principal es lograr que cada persona que trabaja en el área mencionada anteriormente tenga conocimiento de los principales documentos que maneja la Universidad y la Facultad de Comunicación. Esta actividad involucra la innovación, la información clara y concisa como eje principal de captación de atención. Es claro que las personas del área administrativa no manejan un contacto directo y constante con los estudiantes para resolución de sus dudas, pero si es necesario que conozcan y estén enterados de los cambios que está realizando la Universidad y aún más el Reglamento de Estudiantes.

8.2.6.1.5.4. Actividad de socialización Proyecto Educativo Institucional y Proyecto Educativo de Programa

8.2.6.1.5.4.1. Descripción

Se propone la realización de un video en el que el personal administrativo se expresa mediante palabras sobre el Proyecto Educativo Institucional y el Proyecto Educativo de Programa, conformando así frases coherentes y relevantes relacionadas a dichos documentos. Siendo que el propósito es involucrar de manera directa al público anteriormente relacionado, ellos serán no sólo los protagonistas del video, también serán partícipes en la elaboración del mismo, haciendo el guión. De esta manera, el producto audiovisual será el resultado de un trabajo en conjunto que funcionará como un incentivo para que esta área lo visualice. Siendo que ellos se verán a sí mismos y a sus compañeros en la pieza comunicativa, se logrará un efecto de recordación mucho mayor al de ver a personas desconocidas como protagonistas.

8.2.6.1.5.4.2. Justificación

Esa actividad tiene como justificación la socialización del Proyecto Educativo Institucional y el Proyecto Educativo de Programa abarcando de una manera novedosa. De igual forma, la posibilidad de verse en un video hablando sobre los documentos, les permitirá tener un mayor acercamiento a los contenidos.

8.2.6.1.5.4.3. Objetivo

El objetivo principal de las actividades propuestas es la socialización de los documentos por medio de formas novedosas y visuales que permitan al personal del área administrativa conocerlos, vivirlos y recordarlos a través de las piezas. Se intentará que cada miembro del área administrativa tenga presencia en el video diciendo alguna frase corta para que todos participen de la actividad.

8.2.6.1.5.4.4. Cronograma

La grabación del vídeo se llevará a cabo el 7 y 8 de julio y la edición el 9 y 10 de julio, siendo el 6 de julio la fecha en la que se entregaran las frases al personal.

8.2.6.1.5.5. Actividad Reglamento Estudiantil

8.2.6.1.5.5.1. Descripción

La socialización del Reglamento Estudiantil se llevará a cabo por medio de folletos donde se explique el proceso para acceder al Reglamento Estudiantil a través de la página web. Para el público que se está manejando es de vital importancia conocer estos conceptos y es importante que tengan un acceso rápido estos contenidos por su relación con los estudiantes frente a esta temática. Será un folleto con los pasos a seguir siendo la característica principal la sencillez para su comprensión, pero tendrá gran contenido visual, manejando colores vivos y llamativos, así como imágenes que captarán la atención de nuestro grupo focal.

8.2.6.1.5.5.2. Justificación

La razón por la que se llevará a cabo la realización del folleto es la socialización de los pasos a seguir para acceder al Reglamento Estudiantil por parte de las personas del área administrativa de La Universidad de La Sabana. Es necesario que cada persona conozca las normas bajo las cuales se rige la Universidad y los estudiantes que en ella están. El folleto facilitará la ruta de

acceso para el Reglamento Estudiantil lo que finalizará en la comprensión de los conceptos y logrará que las personas puedan tener un acceso más rápido a los principales puntos del Reglamento.

8.2.6.1.5.5.3. Objetivo

El objetivo de la pieza en papel permitirá una instrucción para el acceso a la información en la página web. De igual forma, al acceder a estos, se podrá hacer un proceso de recordación de los elementos más importantes del Reglamento Estudiantil para el trabajo diario que desempeñan en el área de administración de la Facultad. Se tiene pensado realizar sólo una pieza en papel, pero si funciona como se espera, se realizarán varias piezas a lo largo del semestre para no dejar olvidar los principales puntos del Reglamento de Estudiantes.

8.2.6.1.5.4.4. Cronograma

La entrega de los folletos se llevará a cabo durante la primera y segunda semana del calendario académico del periodo 2015 – 2, es decir del 27 al 31 de julio y del 3 al 6 de agosto de 2015.

8.2.7. ¿Cuánto vale la solución?

El presupuesto necesario para la ejecución de las estrategias de comunicación se determina de acuerdo a cada una de las actividades propuestas y del material necesario para la ejecución de las mismas.

Las actividades que generan costo son:

Tabla 2: Costos de actividades de socialización

Tema	Pieza	Costo
PEI - PEP para todos los públicos	Cuadernillo con resumen del PEI y PEP	\$ 4.000 por unidad
Reglamento Estudiantil para estudiantes de primero a noveno y personal administrativos	Infografía con el paso a seguir para acceder a la página web	\$ 350 por unidad

Estos costos serán evaluados por la Comisión de Facultad de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Sabana, puesto que ellos costearan estas piezas visuales.

9. Conclusiones

- Con base en el análisis realizado a los *stakeholders*, se pudo concluir que brechas de conocimiento de los conceptos referentes a la Universidad de La Sabana y la Facultad de Comunicación son amplias; debido al desconocimiento de los mismos y su aplicación a la vida cotidiana. Por lo cual se concluye que la propuesta de plan de actividades presentada disminuye el impacto ocasionado por las brechas detectadas.
- A partir del diseño del plan de comunicaciones, basado en el análisis de los públicos y los objetivos que se plantearon con cada uno de ellos, por medio de piezas y actividades específicas se prevé que al ser realizadas facilitarían el proceso de difusión efectiva de los conceptos relacionados a la Universidad de La Sabana y la Facultad de Comunicación.
- Del mismo modo, la aplicación del plan de trabajo logrará desarrollar identidad en los diferentes *stakeholders* con respecto a los conceptos del Proyecto Educativo Institucional, Proyecto Educativo de Programa y el Reglamento Estudiantil preparándolos en forma apropiada para ser evaluados durante los procesos de acreditación y se obtengan los resultados esperados por la Facultad de Comunicación.

- Los mecanismos de seguimientos establecidos, permiten generar recordación a mediano y largo plazo de los contenidos del Proyecto Educativo Institucional, Proyecto Educativo de Programa y Reglamento Estudiantil facilitando los futuros procesos de cambio y acreditación de la Facultad de Comunicación.
- Dado que los públicos que atenderán futuras acreditaciones no serán necesariamente los mismos, la metodología anteriormente planteada deberá ser reevaluada y actualizada cada cinco años para incluir los cambios que se obtengan como consecuencia del plan de mejoramiento establecido por los pares evaluadores de la re acreditación.

10. Recomendaciones

- Asegurar que la ejecución de los planes, actividades y tareas planteadas en el proyecto se repliquen de forma exacta con el fin de obtener los objetivos pretendidos en los mismos.
- Con base en la evaluación de las actividades realizadas, hacer los ajustes pertinentes que sugieran los *stakeholders* en términos de optimizar el nivel de entendimiento de los conceptos de la Universidad de La Sabana y la Facultad de Comunicación

11. Lista de referencias

- Agulló, E. (1997). *Jóvenes, trabajo e identidad*. Oviedo, España: Universidad de Oviedo. Recuperado de:
<https://books.google.com.co/books?id=Tg2sK6zLu6lC&pg=PA8&lpg=PA8&dq=la+identidad+deviene+construcción+social;+ésta+surge,+crece,+se+modifica+merced+a+la+interacción+social,+gracias+a+la+existencia+de+relaciones+sociales&source=bl&ots=e1c3mQajEO&sig=PSYDtkkuloT7sH3cl2ZuP0rbCZA&hl=es&sa=X&ei=rfUiVYWkKcjpsAWz8YGYDw&ved=0CBwQ6AEwAA#v=onepage&q=la%20identidad%20deviene%20construcción%20social%3B%20ésta%20surge%2C%20crece%2C%20se%20modifica%20merced%20a%20la%20interacción%20social%2C%20gracias%20a%20la%20existencia%20de%20relaciones%20sociales&f=true>
- Arellano, E. (1998). *La estrategia de comunicación como un principio de integración / interacción dentro de las organizaciones*. Juárez, México: Razón y palabra.
- Bernal, C. (2011). *Taller de investigación I*. Bogotá, Colombia: Universidad Sergio Arboleda.
- Campo, A., Chaparro, F., Corredor, M., Lago, D., Londoño, G., Niño, J., Rizo, H. (2006). *Lineamientos para la acreditación institucional*. Bogotá, Colombia: Consejo Nacional de Acreditación.. Recuperado de: http://cms-static.colombiaaprende.edu.co/cache/binaries/articles-186359_lineamientos_3.pdf?binary_rand=2342 15 de enero de 2015.

- Curto V, Rey J y Sabaté J, (2008), *Redacción publicitaria*. Barcelona, España: UOC. Recuperado de:
<https://books.google.com.co/books?id=plXmG4rANmoC&pg=PA51&dq=como+comunicar+un+mensaje+publicitario+correctamente&hl=es&sa=X&ei=F4kVVfCZBseigwS-7oGQAw&ved=0CB8Q6AEwAQ#v=onepage&q&f=false>
el 26 de Marzo de 2015.
- Decreto ley N° 2566. *Establecimientos de las condiciones mínimas de calidad y demás requisitos para el ofrecimiento y desarrollo de programas académicos de educación superior y se dictan otras disposiciones*. Ministerio de Educación de Colombia. Bogotá, 9 de octubre de 2005. Recuperado de: http://www.mineduccion.gov.co/1621/articles-104846_archivo_pdf.pdf el 7 de enero de 2015.
- Gómez, M, Roses, S, Farias, P. (2012). *El uso académico de las redes sociales en universitarios*. Revista Científica de Comunicación y Educación 'Educar'. pg. 2
- González, H. (2012), *Herramientas para la mejora continua*. Buenos Aires, Argentina: Calidad y Gestión. Recuperado de: <https://calidadgestion.wordpress.com/tag/ciclo-phva/> el 26 de marzo de 2015.
- León, L., Salas, S., Salazar, S., Cruz, J.C. (2001). *Manual para el diseño participativo de estrategias de comunicación*. Voces Nuestras. San José Costa Rica. Recuperado de:

http://www.comunicacionparaeldesarrollo.org/media/uploads/cyclope_old/ad-juntos/MANUALestrategiasdecomunicacion.pdf el 14 de marzo de 2015.

- Guzmán, C. (1991). *Juventud Estudiantil*. Universidad Nacional Autónoma de México: Ciudad de México, México. Recuperado de:
https://books.google.com.co/books?id=MEIRWI1jPdYC&pg=PA21&lpg=PA21&dq=“las+diversas+maneras+de+ser+o+de+sentirse+estudiante,+se+relacionan+con+las+propias+condiciones+de+existencia:+el+origen+social,+los+v%C3%ADnculos+con+la+familia,+los+compromisos+económicos,+la+relación+con+la+cultura+y+la+relación+simbólica+conferida+a+su+actividad”&source=bl&ots=fAJnkurzBa&sig=CZyru8KP8pE54rRWvN_9kAfL928&hl=es&sa=X&ei=iPciVae5DcrdsAX0_IC4Aw&ved=0CBwQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false
- lafrancesco, G. (2003). *Nuevos Fundamentos para la transformación curricular a propósito de los estándares*. Bogotá, Colombia: Ministerio de Educación Nacional. Recuperado de:
<http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-89999.html> el 13 de febrero de 2015.
- Míguez, M., (2007), *Análisis del uso de los conceptos de público, stakeholder y constituent en el marco teórico de las relaciones publicas*. (Tesis no publicada). Pontevedra, España: Universidad de Vigo.
- Ministerio de Educación Nacional (Ed.). (2003). *Cambio de currículo*. Bogotá, Colombia: Ministerio de Educación Nacional. Recuperado de:

<http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-89999.html> el 9 de enero de 2015.

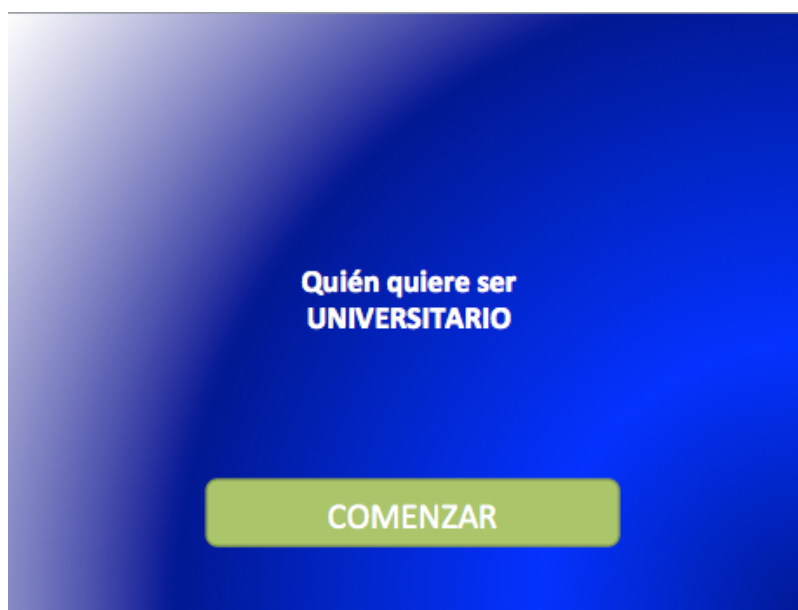
- Ministerio de Educación Nacional. (1994). *Proyecto Educativo Institucional - PEI*. Bogotá, Colombia: Ministerio de Educación Nacional. Recuperado de: <http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-79361.html> el 23 de enero de 2015.
- Prieto, S. C. (2005). *Uso pedagógico de tecnologías y medios de comunicación*. Ministerio de Educación. Al Tablero Volumen (33).
- *Renovación de la acreditación del Programa de Comunicación Social y Periodismo*. (9 de mayo de 2012). Universidad de La Sabana. Recuperado de : <http://www.unisabana.edu.co/postgrados/especializacion-en-gerencia-de-la-comunicacion-organizacional/noticias-eventos-y-opinion/noticia/detalle-de-noticias/articulo/renovacion-de-la-acreditacion-del-programa-de-comunicacion-social-y-periodismo/> el 9 de enero de 2015.
- Paterson, R., & Ferrell, O.C., (2004), *Ethical Leadership and Creating Value for Stakeholders*. Nueva York, Estados Unidos: Business Ethics.
- Pérez, R., (2006), *Estrategias de Comunicación*. Barcelona, España: Ariel Comunicaciones.
- Real Academia Española. (2012). *Identidad*. En Diccionario de la Lengua Española (22ª edición). Recuperado de: <http://lema.rae.es/drae/?val=identidad> el 23 de enero de 2015.

- Tejeiro, J.M. (2012). *Guía para consolidar el Proyecto Educativo de Programa -PEP-*. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de: http://www.pregrado.unal.edu.co/docs/acreditacion/general/Guia_PEP_2012.pdf el 14 de marzo de 2015.
- Thompson, J.L. (1997). *Strategic Management: Awareness and change*. Londres, Inglaterra: International Thomson bussiness Press.
- Torres, G. (2008). *Educación y Contexto*. Barranquilla, Colombia. Recuperado de: <https://gingermariatorres.wordpress.com/educacion-y-contexto/>
- Universidad de La Sabana (Ct). *Misión*. Recuperado de: <http://www.unisabana.edu.co/la-sabana/proyecto-educativo-institucional/mision/> el 15 de diciembre de 2014.
- Universidad de La Sabana (Ct). *Principios*. Recuperado de: <http://www.unisabana.edu.co/la-sabana/proyecto-educativo-institucional/principios/> el 15 de diciembre de 2014.
- Universidad de La Sabana (Ct). *Visión*. Recuperado de: <http://www.unisabana.edu.co/la-sabana/proyecto-educativo-institucional/vision/> el 15 de diciembre de 2014.
- Universidad de La Sabana (Ct). *Propósitos*. Recuperado de: <http://www.unisabana.edu.co/la-sabana/proyecto-educativo-institucional/propositos/> el 15 de diciembre de 2014.

12. Anexos

De acuerdo al formato de los archivos, los anexos se encuentran en una *USB* adjunta al Plan Estratégico de Comunicaciones. De igual forma, se facilitan los vínculos a las piezas audiovisuales.

12.1. Juego “Quién quiere ser universitario”



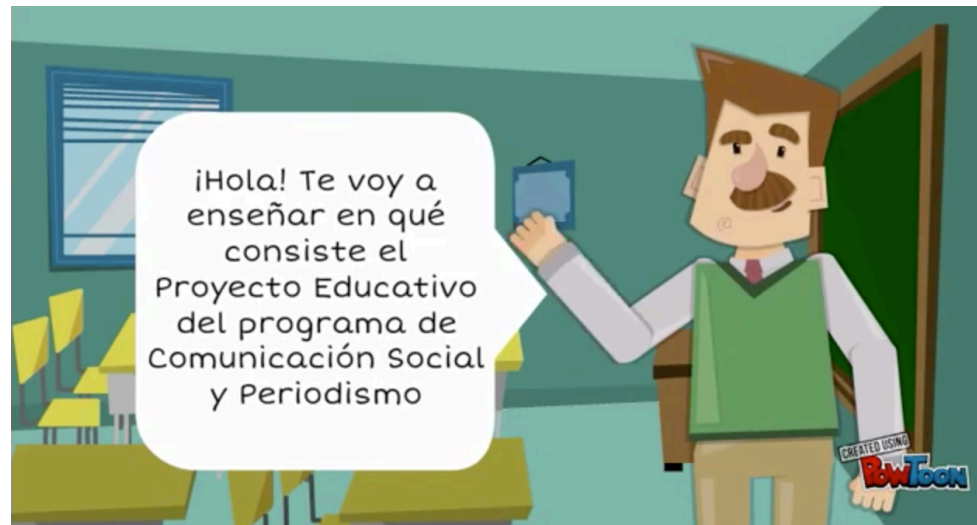
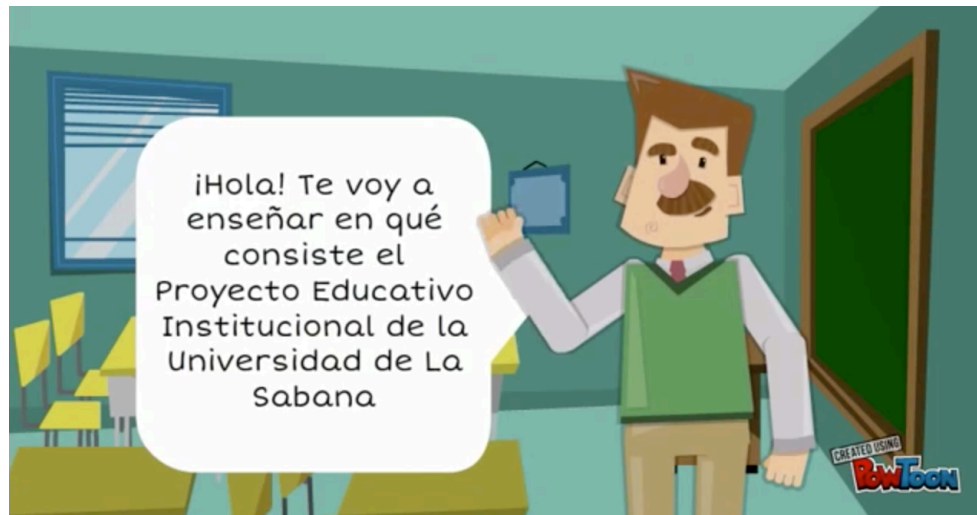
10 puntos	20 puntos	50 puntos
10 puntos	20 puntos	50 puntos
10 puntos	20 puntos	50 puntos
10 puntos	20 puntos	50 puntos
10 puntos	20 puntos	50 puntos
10 puntos	20 puntos	50 puntos
10 puntos	20 puntos	50 puntos
10 puntos	20 puntos	50 puntos

10 puntos

1. Si usted quiere aplazar el próximo semestre, usted debe:

- Avisar con anticipación a la secretaria de la facultad y esperar que se acabe el semestre
- Comunicar por escrito a la facultad, llenar un formato y cancelar el porcentaje del valor de la matrícula que señale la Universidad
- Esperar que se acabe el semestre y no matricularse el próximo

12.2. Powtoons



12.3. Presentaciones en Prezi



Universidad de La Sabana

Proyecto Educativo del Programa

Comunicación Social y Periodismo



Vol XCIII, No. 311

Periodo académico: 2015-1

\$1.25

¿Qué es?



Según *La Guía para consolidar el Proyecto Educativo de Programa de la Universidad Nacional*, el Proyecto Educativo de Programa es el documento donde se contiene cada uno de los principios que rigen el desarrollo académico.

El Proyecto Educativo del Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana es el documento en el que se encuentran cada uno de los principios del programa. Este contiene la misión, la visión, principios, objetivos y perfiles profesionales y ocupacionales.

Perfil profesional

El egresado del Programa de Comunicación Social y Periodismo, con énfasis en la comunicación, promueve, respalda y participa en el desarrollo de la cultura y del buen vivir en la sociedad colombiana.



Este perfil profesional se elaboró en el marco del Proyecto Educativo de Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana, con el fin de definir los conocimientos, habilidades y actitudes que el egresado debe poseer para desempeñarse exitosamente en el campo profesional.

Perfil ocupacional

El comunicador social y periodista de la Universidad de La Sabana puede desempeñarse como productor o editor de contenidos en medios impresos, radio, televisión y medios digitales, o en el sector público. Es un profesional que gestiona procesos de comunicación interna o externa en organizaciones públicas, privadas y sociales. Está habilitado para formular, implementar y evaluar el proceso de proyectos de comunicación social y desarrollo, así como diseñar estrategias educativas, académicas, gubernamentales o de la propia comunidad.



Misión

El Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana, tiene por misión promover, respaldar, con acciones fundamentadas y un alto sentido de la ética, el desarrollo profesional en los campos del periodismo, la comunicación organizacional, la comunicación para el desarrollo y la comunicación pública.



Principios

1. La libertad de expresión para el desarrollo de la producción del conocimiento y el periodismo.
2. La integridad profesional fundamentada en el respeto a la dignidad y la libertad de expresión.
3. La responsabilidad social y profesional en el ejercicio de la comunicación social y periodismo.
4. La investigación social y periodística en la práctica, la reflexión, la paz y el respeto cultural.



Misión

El programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana, tiene por misión promover, respaldar, con acciones fundamentadas y un alto sentido de la ética, el desarrollo profesional en los campos del periodismo, la comunicación organizacional, la comunicación para el desarrollo y la comunicación pública.



Objetivos

1. Promover la producción de medios periodísticos escritos, gráficos y audiovisuales para el desarrollo.
2. Responder a la solicitud de los procesos comunicacionales.
3. Contribuir a la formación profesional de los estudiantes.
4. Contribuir a la investigación social y periodística.
5. Establecer el vínculo con los graduados.
6. Contribuir a la gestión administrativa de la Facultad.



Misión

El Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana, tiene por misión promover, respaldar, con acciones fundamentadas y un alto sentido de la ética, el desarrollo profesional en los campos del periodismo, la comunicación organizacional, la comunicación para el desarrollo y la comunicación pública.



Visión

El Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana tiene como visión formar profesionales que promuevan, respalden y participen en el desarrollo de la cultura y del buen vivir en la sociedad colombiana.



Perfil ocupacional

Puede participar en la formación, implementación y evaluación de campañas de comunicación pública y de acciones de comunicación a personas físicas. Asimismo tiene la formación básica necesaria para desarrollar proyectos de desarrollo en comunicación y acciones públicas. Adicionalmente, tiene la posibilidad de desempeñarse en el campo de la educación, como formador de futuros comunicadores, o incluso formador en competencias de la comunicación que pueden cobijarse en la educación primaria y secundaria.

Visión

El Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana tiene como visión formar profesionales que promuevan, respalden y participen en el desarrollo de la cultura y del buen vivir en la sociedad colombiana.



¿para qué?

Elementos de interés

¿Cómo se divide?

¿Qué es?

En la Sabana

Universidad de La Sabana
Proyecto Educativo Institucional
PEI

¿En qué se divide?

¿Qué es?

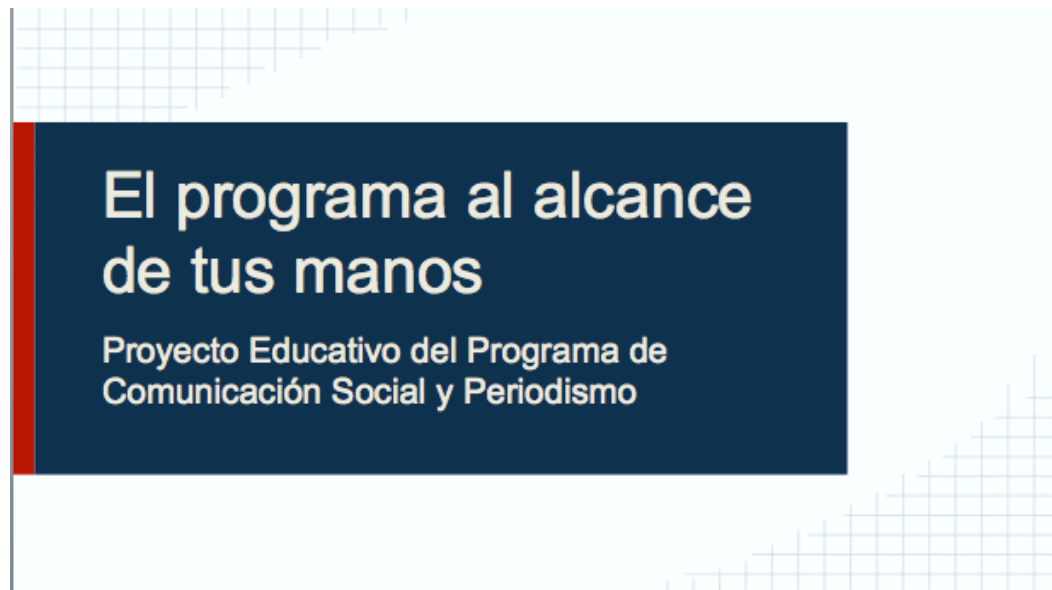
Conoce más del Proyecto Educativo Institucional en:

SOCIAL

Prezi

Detailed description: The image shows a Prezi presentation slide with a corkboard background. At the top left is a magnifying glass icon. The central corkboard contains several elements: a blue speech bubble with text, a laptop icon with the text 'Conoce más del Proyecto Educativo Institucional en:', a 'SOCIAL' button with a Facebook icon, a grey board titled '¿En qué se divide?' with several yellow sticky notes, a white card titled '¿Qué es?' with text, and a tablet displaying a document. Surrounding the corkboard are navigation questions: '¿para qué?' (top left), 'Elementos de interés' (top right), '¿Cómo se divide?' (left), '¿Qué es?' (bottom center), and 'En la Sabana' (bottom right). On the right side, there is a logo for 'Universidad de La Sabana Proyecto Educativo Institucional PEI' which includes a collage of photos. The Prezi logo is in the bottom left corner.

12.4. Presentaciones en PowerPoint



12.5. Infografías

CÓMO ACCEDER A TU REGLAMENTO ESTUDIANTIL

Entérate
siguiendo
cuatro
sencillos
pasos



¿Dónde lo encuentro?



1. Ingresa a
www.unisabana.edu.co



2. Admisiones



3. Registro Académico



4. Reglamento de Estudiantes



Universidad
de La Sabana

¿QUÉ HACEMOS Y A DÓNDE QUEREMOS LLEGAR?

COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO



Universidad de La Sabana

Proyecto Educativo de Programa

Misión

- ◆ **Profesionales Integrales**
- ◆ **Búsqueda de la Verdad
y el bien COMÚN**
- ◆ **Visión Cristiana del
hombre y del mundo**



Universidad
de La Sabana

Proyecto Educativo Institucional

Misión

Buscar, Comunicar
Descubrir y Conservar
La Verdad



Universidad
de La Sabana