



 compensar

fundación
universitaria

Proyecto Educativo del Programa Comunicación Social – Terminal

2020



Introducción

El Proyecto Educativo de Programa –**PEP**– se constituye en el instrumento de diseño curricular (a nivel meso) que concentra la propuesta académica, de formación y de gestión, orientada al desarrollo del liderazgo integral de los futuros profesionales en Comunicación Social, en coherencia con el Proyecto Educativo de Facultad (PEF) y el Modelo educativo institucional.

El objetivo del **PEP** es convertirse en la recopilación de las características específicas y elementos principales del programa académico. Igualmente, precisa los mecanismos y estrategias establecidas para garantizar las condiciones de calidad del programa, en cumplimiento de las labores sustantivas, con lo cual se busca obtener los resultados de aprendizaje, centrados en el desarrollo de competencias para afrontar los retos del futuro y atender de manera efectiva a las necesidades del Sector productivo, de cara a su transformación.

Tabla de contenido

Introducción	2
1. Presentación	6
2. Aspectos estratégicos del programa	6
2.1. Ficha técnica	6
2.2. Historia	7
2.3. Pertinencia interna y externa del programa	7
2.4 Misión	11
2.5. Visión	12
2.6. Propósito de formación	12
2.7. Objeto de estudio	12
2.8. Perfiles	13
2.8.1 Perfil de Ingreso	13
2.8.2 Perfil profesional	13
2.8.3 Perfil ocupacional	14
2.9. Mapa de competencias del programa	14
2.10. Ejes estratégicos en el programa	15
2.10.1 Universidad/Empresa-Organización	15
2.10.2 Vinculación con el entorno	16
2.10.3 Transformación Digital	16
2.10.4 Aseguramiento de la calidad	17
3. Objetivos del programa	17
3.1 Rasgos distintivos	18

3.2 Plan de desarrollo – Objetivos / Metas	20
4. Componente pedagógico, curricular y de docencia del programa	20
4.1 Modelo pedagógico.....	20
4.2. Enfoque curricular.....	22
4.3 Apuesta didáctica según nivel de formación y modalidad del programa	24
4.4 Estructura curricular del programa.....	25
4.4.1 Malla curricular.....	26
4.4.2 Plan de estudios formato.....	27
4.4.3. Distribución de créditos y porcentaje por componente	30
4.5. Docentes del programa.....	30
4.5.1 Perfiles	31
4.5.2 Estructura docente.....	34
4.6.3 Tipo de vinculación y funciones	36
4.6.4. Ejes de desarrollo docente	38
5. Investigación en el programa	39
5.1. Líneas y sublíneas de investigación que alimenta el programa.....	40
5.2. Grupos de investigación soporte del programa.	40
5.2.1 Misión del grupo ICOM	40
5.2.2 Visión del grupo ICOM.....	41
5.3 Semilleros de investigación en que participa el programa	42
5.4.1 Formas de participación de docentes del programa	42
5.4.2 Formas de participación de estudiantes del programa.....	42
5.5. Investigación formativa y aplicada en el programa	42
5.5.1 Cursos específicos en el Plan de Estudios.....	43
5.6. Participación en el Comité de investigaciones.....	44

5.7. Visibilidad local, regional, nacional e internacional	44
5.8. Productos de investigación del programa.....	47
6. La Extensión y relacionamiento con el Sector externo desde el programa	49
7. Procesos académico-administrativos en el programa	53
7.1 Orientados a docentes	54
7.1.1 Actividades para vinculación e inducción al programa.....	54
7.1.2 Acciones del programa para desarrollo docente.....	55
7.1.1. Actividades de admisión e inducción de estudiantes	57
7.1.2 Mecanismos de evaluación.....	58
7.1.3. Acciones de bienestar a estudiantes del programa	59
7.1.4 Acciones de permanencia de estudiantes implementadas por el programa.....	61
7.1.5 Acciones conducentes a mejorar la graduación de estudiantes	63
7.2 Mecanismos y estrategias para seguimiento a graduados	65
7.3. Orientados a Autoevaluación y autorregulación del programa	65
7.4 Proceso de autoevaluación curricular con fines de mejoramiento	69
8. Incorporación de TIC: Planes y estrategias del programa	69
9. Anexos	70

1. Presentación

Este documento recoge las apuestas formativas del Programa de Comunicación Social (Terminal) de la Facultad de Comunicación y en tanto programa que hace parte de esta, apunta, a su vez, a propósitos formativos amplios y transdisciplinarios para responder asertivamente a los retos y desafíos de los contextos.

2. Aspectos estratégicos del programa

2.1. Ficha técnica

Tabla 1. Ficha técnica del Programa de Comunicación Social. Fuente, Documento Maestro, 2019.

TÍTULO PARA OTORGAR	COMUNICADOR SOCIAL
NIVEL DE FORMACIÓN	Profesional
FORMULACIÓN	Terminal
RESOLUCIÓN DE CREACIÓN	258 del 30 de abril de 2019
NÚMERO DE CRÉDITOS	160
DURACIÓN:	Nueve (9) semestres
METODOLOGÍA DE ESTUDIO	Presencial
UNIDAD ACADÉMICA	Dirección Académica
FACULTAD	Facultad de Comunicación
CAMPO AMPLIO	Ciencias
NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO	Ciencias sociales
CAMPO DETALLADO	Comunicación
NÚCLEO BÁSICO	Comunicación social
NUMERO DE SEMESTRES	Nueve (9)
NÚMERO ESTUDIANTES PRIMER SEMESTRE	Sesenta (60)
LUGAR DE FUNCIONAMIENTO	Bogotá
DIRECCIÓN	Avenida 32 # 17-30

TELÉFONO

5558210

CORREO ELECTRÓNICO DEL PROGRAMA

jdmarine@Unipanamericana.edu.co

2.2. Historia

La Fundación Universitaria Panamericana creó en 2010 el Programa de Comunicación Social, dentro de la Facultad de Comunicación donde se encuentran también los programas de Mercadeo y Publicidad y Diseño Visual. Este programa mantuvo su registro calificado hasta 2018, generando continuos procesos de autoevaluación, que llevaron a la institución a buscar el registro calificado para un nuevo programa que responda a las tendencias contemporáneas de la comunicación, orientando sus procesos a la comprensión y el estudio de la incidencia del campo de la comunicación en diferentes organizaciones.

A partir de ello se diseñó el Programa Profesional en Comunicación Social, que busca entender el ejercicio profesional en el marco de la generación de procesos, prácticas y estrategias comunicativas que puedan ser aplicables en todos los contextos: periodístico, organizacional y comunitario, teniendo en cuenta su incidencia en diversas esferas de la vida humana en tanto proceso intersubjetivo de construcción de la realidad.

2.3. Pertinencia interna y externa del programa

La Unesco, como la organización encargada de la Educación desde el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD, y del cumplimiento del objetivo de desarrollo sostenible por una educación de calidad, ha venido planteando como parte de sus estudios sobre aprendizaje para el futuro, la necesidad de plantear en la sociedad el desarrollo de habilidades específicas para el Siglo XXI, entre las cuales se encuentra la comunicación, como una de las principales

habilidades, no solo desde su aspecto de los desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, TIC, sino además, principalmente, por el impacto social que la comunicación y sus prácticas propician como posibilitadora de expresiones, diálogos, procesos de concertación e intercambio de las diferentes culturas y grupos sociales, para su desarrollo y transformación.

La comunicación se constituye en un campo de aprendizaje permanente para cualquier sociedad, no solo como una habilidad básica para cualquier profesional, sino también como un amplio campo de estudio, sobre todos los procesos y resultados que ella genera en una sociedad. Es allí donde se ubica el núcleo de estudios de la comunicación social y se justifica su importancia como práctica, que posibilita propuestas de desarrollo, cambio y transformación en cualquier sector donde se aplique, bien sea en empresas, comunidades, instituciones, organizaciones sociales o los medios como informadores de la realidad y constructores de la opinión pública de una sociedad, para la toma de decisiones.

De allí, la urgencia de consolidar nuevos programas de formación universitaria en comunicación social, dirigidos a la formación de profesionales que tengan la capacidad de guiar y generar en diferentes sectores de la sociedad, esos procesos comunicativos que impacten la gestión de las empresas y sus procesos productivos, así como el logro de resultados de las instituciones y organizaciones sociales, además del desarrollo de prácticas de concertación, diálogo y transformación social.

Si bien en el país existen 176 programas del núcleo de formación de la comunicación social, como se verá más adelante, su foco de estudios no obedece en todos los casos al impacto de la comunicación en el sector productivo y la sociedad, como se propone el programa profesional de Comunicación social de Unipanamericana, dirigido al relacionamiento con el sector empresarial del país.

El Programa de Comunicación Social, ofrece una formación por competencias de acuerdo con el modelo educativo de Unipanamericana, buscando formar a sus estudiantes para las necesidades de los diferentes sectores productivos del país; siendo conscientes de la manera como la comunicación permea todos los procesos sociales y organizacionales; de allí, que sus unidades de competencia se hayan planteado desde la definición de un perfil amplio, que basado en el objeto de estudio de la expresión humana desde los procesos y prácticas comunicativas, busca formar profesionales competentes en todas las fases de los procesos comunicativos, para ser capaces de formular soluciones comunicativas en diferentes ámbitos, los medios, las organizaciones públicas, privadas, solidarias y sociales. Este amplio perfil se convierte en un diferencial importante que le permitirá al egresado del programa tener más opciones laborales al momento de su egreso.

En el mismo orden de ideas, la educación por competencias que ofrece Unipanamericana se soporta en un modelo de pedagógico donde el estudiante es el centro de su proceso de su proceso de aprendizaje, a través de metodologías activas y experienciales que le van a permitir formarse de cara a la realidad de su futuro profesional y reaccionar más rápidamente ante las situaciones cambiantes del mundo laboral. Con lo cual se refuerza el diferencial de la institución y del programa, de formar para una efectiva inserción en el mundo productivo del país.

Este propósito tiene, también como diferencial, el ofrecer un programa accesible, porque se está presentando como una nueva alternativa que busca desde un amplio perfil ofrecer oportunidades para que el segmento poblacional de los estratos 1, 2 y 3, tengan la posibilidad de formarse como profesionales capaces de responder a las urgencias del país, a través de la comunicación como transformadora y agente de cambio social, impactando tanto al sector productivo, como a los medios y las diferentes organizaciones sociales.

Complementando los diferenciales de bajo costo, inserción laboral y amplio perfil, se encuentra el planteamiento del programa desde la formación integral; la cual se evidencia desde su diseño curricular que, en sintonía con las políticas institucionales, integra una serie de competencias transversales que suman a la formación específica del comunicador y lo consolidan como un profesional ético, con competencias básicas, sociales y de liderazgo; para generar cambios y transformaciones positivas en el sector productivo del país.

Al referirnos sobre cómo llegamos a la determinación de crear un programa de comunicación social con un perfil amplio e integral y con elementos formativos particulares, cabe señalar que en el proceso que se llevó a cabo se integraron análisis del contexto y del estado de formación de comunicadores sociales y de las lógicas de empleabilidad de los mismos en el sector externo. A continuación, se enuncia el proceso que permitió la toma de decisiones respecto de las características del comunicador social Unipanamericano.

- Marco internacional desde los retos y perspectivas de la comunicación en la actualidad:
- UNESCO – Comunicación considerada como una de las habilidades más importantes del Siglo XXI en tanto posibilitadora de expresiones, diálogos, procesos de concertación e intercambio de las diferentes culturas y grupos sociales, para su desarrollo y transformación.
- Salvaguardia del pluralismo al posibilitar que las personas expresen sus ideas y las pongan al alcance de los demás (UNESCO, 2014, pág. 118)”.
- PND (2014 – 2018) - capital humano informado, innovador, crítico, flexible, con el dominio de más de un idioma, y con la oportunidad, disposición y capacidad de aprender a lo largo de la vida” (2014, pág. 67).
- Objetivos del Desarrollo del Milenio. Comunicación como eje transversal para el alcance de los objetivos.

- La educación se perfila como una de las áreas estratégicas que debe responder a los desafíos de este nuevo escenario geopolítico, con la cualificación del talento humano, para responder a las exigencias de empresas multinacionales y transnacionales en sectores no tradicionales como el de las TIC.
- Comprensión de la comunicación en tanto red estructurante e integradora en la sociedad, capaz de generar transformaciones a través de sus procesos comunicativos aplicados a todos los sectores, especialmente, a los productivos del país.
- La comunicación genera capital social y fomenta la integración social al facilitar la comprensión entre los miembros de una sociedad determinada, y también establece nexos entre diferentes sociedades y culturas mediante el fomento del diálogo intercultural” (UNESCO, 2014, pág. 118).
- Análisis de la oferta internacional con base en las universidades más destacadas según el *QS University Ranking (2019)*, en el campo de las ciencias sociales, comunicación y estudio de medios.
- Análisis de la oferta nacional
- Revisión investigación AFACOM (Asociación Colombiana Facultades de Comunicación) “Profesiones de la comunicación y transformaciones del mundo del trabajo” (Marzo, 2019).
- Entrevistas a empleadores del sector público y privado.
- Estudio de mercado (aspirantes).

2.4 Misión

Formar comunicadores sociales, conscientes de su función social y empresarial para liderar y proponer planes y proyectos de comunicación dirigidos a la solución de necesidades tanto en los medios, como en las organizaciones empresariales y sociales del país. Para ello, el programa se concentra en la consolidación de un perfil amplio equilibrado entre la fundamentación teórica,

social y empresarial y las competencias prácticas en las últimas tendencias tecnológicas y digitales.

2.5. Visión

Formar comunicadores sociales, conscientes de su función social y empresarial para liderar y proponer planes y proyectos de comunicación dirigidos a la solución de necesidades tanto en los medios, como en las organizaciones empresariales y sociales del país. Para ello, el programa se concentra en la consolidación de un perfil amplio equilibrado entre la fundamentación teórica, social y empresarial y las competencias prácticas en las últimas tendencias tecnológicas y digitales.

2.6. Propósito de formación

Formar comunicadores sociales integrales, competentes para entender las necesidades comunicativas de los medios, las empresas, las organizaciones sociales y sus públicos, para consolidar procesos de comunicación y contenidos digitales, proyectados a la solución de problemas, la transformación y la innovación; caracterizados por su formación humana, con fundamentación teórica y de contexto que les permita, liderar propuestas y proyectos comunicativos y de emprendimiento, teniendo como finalidad la construcción de país.

2.7. Objeto de estudio

El Programa de Comunicación Social tiene como objeto de estudio la expresión humana desde sus prácticas y procesos comunicativos con perspectiva de transformación social, orientada a la búsqueda de soluciones a las necesidades de los medios, las empresas y las organizaciones, haciendo uso de las últimas tecnologías y tendencias digitales.

2.8. Perfiles

2.8.1 Perfil de Ingreso

El aspirante al Programa de Comunicación Social de la Unipanamericana debe inclinarse hacia el desarrollo de las competencias relacionadas con la lectura y la escritura y el uso de los diferentes lenguajes y sus soportes tecnológicos. Se caracteriza por ser una persona curiosa e inquieta frente a la realidad que lo rodea; con un interés especial por descubrir las causas y consecuencias de las problemáticas y buscar sus soluciones. De la misma forma, se distingue por tener una alta sensibilidad social e interés por el desarrollo del país.

2.8.2 Perfil profesional

El egresado del programa en Comunicación Social de Unipanamericana está en la capacidad de interpretar, analizar y traducir las necesidades comunicativas de los contextos en los que se encuentra, con visión crítica y en prospectiva, para llegar a proponer planes y proyectos dirigidos a la formulación de soluciones, transformaciones e innovaciones, a partir de la creación, gestión y posicionamiento de contenidos digitales y el desarrollo de procesos de comunicación, en los sectores de medios, empresariales y sociales del país.

Para esto, con base en un sustento disciplinar y sociohumanístico propio de la formación profesional, el comunicador social de Unipanamericana:

- a) Produce contenidos comunicativos en diferentes formatos, lenguajes, narrativas y plataformas.
- b) Interpreta las informaciones y datos de la realidad para tomar decisiones frente a la publicación y gestión de contenidos comunicativos.

- c) Analiza las características y problemáticas de los procesos de comunicación en organizaciones, desde sus naturaleza y estructura.
- d) Genera procesos de relacionamiento entre diferentes públicos, actores y organizaciones sociales, entendiendo sus contextos multiculturales.
- e) Propone y dirige planes y proyectos de comunicación institucionales, empresariales y sociales, en equipos de trabajo, acorde con principios de investigación y sostenibilidad.
- f) Prospecta propuestas innovadoras en medios y empresas de comunicación.

2.8.3 Perfil ocupacional

El egresado o egresada del Programa de Comunicación Social podrá desempeñarse en medios, organizaciones públicas, privadas, solidarias y sociales, del orden nacional e internacional, como:

- a) Creador y productor de piezas comunicativas y proyectos digitales.
- b) Periodista digital.
- c) Analista y administrador de contenidos digitales.
- d) Analista de contenido y marketing digital.
- e) Líder de planes de comunicación y medios.
- f) Profesional o coordinador en relaciones públicas.
- g) Profesional en comunicación organizacional.
- h) Consultor de comunicaciones.
- i) Líder de proyectos de comunicación corporativa.
- j) Líder de proyectos de comunicación social.
- k) Emprendedor de su propia idea de negocio.

2.9. Mapa de competencias del programa

(Ver Anexo A).

2.10. Ejes estratégicos en el programa

Los ejes estratégicos del programa corresponden y entran en sinergia con las apuestas institucionales y su prospectiva respecto de los procesos formativos con incidencia y pertinencia. A continuación, se enuncia el aporte y la articulación del Programa de Comunicación Social por eje.

2.10.1 Universidad/Empresa-Organización

Una de las características particulares del Programa se relaciona con este eje estratégico en tanto el programa responde a la formación por competencias y desde la construcción de su propuesta integró la perspectiva del entorno empresarial, organizacional y laboral para garantizar la pertinencia de su formación en la vinculación con el sector externo.

Adicionalmente, nuestro comunicador social se concibe como un transformador organizacional que desde el pensamiento estratégico y los procesos de gestión procura impulsar el cambio, la transformación de los sujetos, colectivos y las organizaciones a partir de su responsabilidad y sentido social.

De otra parte, escenarios formativos como el espacio académico de Proyectos Estratégicos están pensados para garantizar el vínculo permanente de los estudiantes con el sector externo. Igualmente, los Proyectos Integradores de Competencias se conciben como una posibilidad de diálogo permanente con empleadores de diferentes sectores. De otra parte, la práctica es una excelente oportunidad de encuentro de los estudiantes con la realidad laboral y una posibilidad importante para el programa en aras de realimentar constantemente sus procesos formativos.

2.10.2 Vinculación con el entorno

Consciente de su responsabilidad con los contextos locales, nacionales e internacionales, el Programa de Comunicación Social apunta a la materialización de este eje estratégico a través del desarrollo de iniciativas de docencia, investigación y proyección social que garanticen la relación del Programa con el entorno. Así pues, desde la docencia, en los espacios académicos se proponen salidas de campo y proyectos de aula conducentes a la formación de sujetos capaces de problematizar la realidad y construir alternativas de solución ante las mismas.

Así mismo, los proyectos de investigación formativa y en estricto sentido se generan en tanto relación y diálogo con el sector externo y con las dinámicas que allí se presentan y que pueden ser abordadas desde el campo de la comunicación. De allí que el proceso formativo de los estudiantes adquiera sentido en su relación con el entorno, por ejemplo, a través de los Proyectos Integradores de Competencias como una apuesta diferencial de FACOM para la relación de sus estudiantes y docentes con el entorno.

2.10.3 Transformación Digital

En este eje, el programa de Comunicación Social ha vinculado en sus procesos de formación iniciativas relacionadas con la innovación pedagógica basada en los avances propuestos por las Tecnologías de la Información y la Comunicación. De este modo, los ejercicios prácticos ligados con la formación de comunicadores sociales en el ámbito de la producción de contenidos en diversos lenguajes y a través de multiplicidad de plataformas, implica procesos de transformación digital que inciden de forma directa en la enseñanza – aprendizaje.

Otro de los elementos de esta transformación se relaciona con la apuesta formativa diferencial del programa, en la cual un elemento transversal es la comunicación digital y las reflexiones respecto de la incidencia de dicha comunicación en los diversos procesos de los sujetos y las organizaciones.

2.10.4 Aseguramiento de la calidad

En la búsqueda permanente de la calidad como un estandarte y pilar de la educación, el Programa de Comunicación Social se ciñe a las apuestas y directrices institucionales respecto de este proceso. De este modo, realiza procesos continuos de autoevaluación y sobre los mismos se desarrollan planes que contemplan acciones de mejora y que se convierten en rutas orientadoras para el diseño de los planes de desarrollo del Programa.

3. Objetivos del programa

- a. Formar comunicadores sociales con capacidad para transformar las organizaciones desde un conocimiento profundo de las mismas, haciendo uso del pensamiento estratégico y los principios de la gestión en comunicación.
- b. Desarrollar en los comunicadores sociales de la Unipanamericana un sentido social que le permita desarrollar iniciativas de comunicación en la búsqueda del cambio social.
- c. Promover iniciativas de investigación que impliquen la alineación curricular y que tengan como fin la generación de aportes al entorno social.
- d. Formar líderes y emprendedores capaces de generar propuestas innovadoras en los escenarios con los que tienen relación.

- e. Formar profesionales éticos, críticos, creativos y competitivos, fomentando el desarrollo de valores y orientando a los futuros egresados hacia una actitud investigativa, con un espíritu emprendedor.
- f. Promover espacios de encuentro con el sector externo, empleadores y graduados con el fin de realizar una realimentación constante de la pertinencia y vigencia del Programa en la formación de comunicadores sociales.

3.1 Rasgos distintivos

Los rasgos distintivos del Programa de Comunicación Social de la Unipanamericana son seis a saber:

- a) Relación Universidad – Empresa, en tanto la apuesta institucional hacia una formación por competencias permite en los estudiantes el desarrollo de habilidades que les permite enfrentarse asertivamente a los desafíos del sector productivo. Otro de los factores diferenciales es el respaldo de Compensar como la segunda Caja de Compensación del país.
- b) Perfil integral: El cual se expresa a través de la inclusión de importantes ejercicios formativos relacionados con la comunicación organizacional, el periodismo, la comunicación para el cambio social, transversalizados estos elementos por la comunicación digital. Igualmente, el programa cuenta con un importante componente de formación transversal como espíritu y apuesta institucional de cara a la formación integral.
- c) Metodologías activas, teniendo en cuenta la perspectiva institucional respecto del estudiante como centro y protagonista del aprendizaje, la apuesta por una construcción colectiva del conocimiento (aprendizaje situado, experiencial y colaborativo), la cual facilita, además, la problematización de la realidad y el desarrollo de alternativas de solución ante las mismas. En esta perspectiva, el docente se erige como un mediador – interlocutor quien acompaña y promueve los procesos de enseñanza y aprendizaje de sus estudiantes.

- d) Programa accesible. En temas de costo, el valor de la matrícula del Programa de Comunicación Social lo hace muy accesible a diferentes segmentos poblacionales, de este modo, es un programa de calidad a bajo costo, con flexibilidad horaria en aras de materializar el reto institucional de aportar a la democratización de la educación.
- e) Formación integral: materializada en los componentes transversal y electivo y además en el componente de formación ligado con la comunicación para el cambio social en tanto desafío del campo de la comunicación en aras de la búsqueda permanente del bienestar colectivo.

Objetivo	Meta
<i>Formar comunicadores sociales con capacidad para transformar las organizaciones desde un conocimiento profundo de las mismas, haciendo uso del pensamiento estratégico y los principios de la gestión en comunicación.</i>	Integrar los espacios académicos a la luz de las competencias de los comunicadores sociales para la transformación organizacional. Desarrollar una sistematización de experiencias a este respecto para analizar fortalezas y acciones de mejora para alcanzar los objetivos de formación.
<i>Desarrollar en los comunicadores sociales de la Unipanamericana un sentido social que le permita desarrollar iniciativas de comunicación en la búsqueda del cambio social.</i>	Desarrollar acciones formativas para que nuestros comunicadores problematicen la realidad y construir alternativas de solución ante las mismas que propendan por el bienestar colectivo.
<i>Promover iniciativas de investigación que impliquen la alineación curricular y que tengan como fin la generación de aportes al entorno social.</i>	Desarrollar proyectos de investigación pensados desde una reflexión teórica juiciosa y un proceso metodológico riguroso que redunden en el diseño de iniciativas comunicativas para el cambio social.
<i>Formar líderes y emprendedores capaces de generar propuestas innovadoras en los escenarios con los que tienen relación.</i>	Fortalecer el emprendimiento como modalidad de grado. Desarrollar en los espacios académicos competencias ligadas con el liderazgo.

Formar profesionales éticos, críticos, creativos y competitivos, fomentando el desarrollo de valores y orientando a los futuros egresados hacia una actitud investigativa, con un espíritu emprendedor.

Fortalecer el desarrollo de competencias genéricas, complementarias y transversales en diálogo con la Institución.

Promover espacios de encuentro con el sector externo, empleadores y graduados con el fin de realizar una realimentación constante de la pertinencia y vigencia del Programa en la formación de comunicadores sociales.

Evaluar las posibilidades de relacionamiento con Compensar y sus empresas aliadas. Generar eventos de diversa índole para el encuentro con empleadores y graduados de tal manera que realimenten el currículo.

- f) **Emprendimiento:** El programa cuenta con 6 espacios académicos específicos en la formación de emprendimiento en temas como liderazgo, intra-emprendimiento, competencias blandas entre otros. Esta perspectiva formativa propia de la Unipanamericana se constituye en un factor diferencial de nuestros profesionales en tanto los prepara para ser sujetos proactivos, propositivos en la generación de diversas iniciativas de negocio.

3.2 Plan de desarrollo – Objetivos / Metas

4. Componente pedagógico, curricular y de docencia del programa

4.1 Modelo pedagógico

El modelo pedagógico definido por la Fundación Universitaria Panamericana está basado en el desarrollo de competencias, desde la teoría cognitiva, las condiciones constructivistas y socioconstructivistas y el aprendizaje significativo. Por lo tanto, el estudiante es protagonista y responsable de su proceso de aprendizaje, mientras el docente se convierte en un mediador e interlocutor, generando una dinámica constante de búsqueda, construcción e intercambio de

saberes. Este modelo concibe la educación como un proceso de mediación en los diferentes contextos sociales en los que se genera.

Dentro del modelo expuesto, es muy fuerte su enfoque socio-constructivista, como se expone en el PEI de la institución, donde “reconoce la importancia de la interacción social, de la negociación y construcción conjunta de significado con otros para aprender, para progresar en su aprendizaje” (Vigotsky, 1997). Y expone como estrategias para promover este proceso: el aprendizaje basado en problemas, el aprendizaje colaborativo, el aprendizaje orientado a proyectos, el aprendizaje basado en estudios de casos y las simulaciones.

Se concibe el aprendizaje como “un proceso constante y complejo, el cual se desarrolla a partir de la articulación de diversos elementos de carácter interno y externo” (Unipanamericana, 2016). El cual combina las capacidades cognitivas y prácticas para intervenir o interactuar en contexto y generar propuestas y soluciones a situaciones problémicas.

El aprendizaje concebido desde esta perspectiva exige por parte del docente asumir un rol de seguimiento, acercándose al contexto del estudiante, para generar espacios de socialización y acercamiento a la realidad. Por su parte el estudiante requiere ser autónomo y responsable de su proceso formativo para responder de forma creativa y propositiva. En el PEI de Unipanamericana se explican los principales procesos de aprendizaje abordados por la institución:

- Aprendizaje significativo: se define como “el proceso que ocurre en el interior del individuo, donde la actividad perceptiva le permite incorporar nuevas ideas, hechos y circunstancias a su estructura cognoscitiva y a su vez, matizarlas exponiéndolas y evidenciándolas con acciones observables, comprobables y enriquecidas luego de cumplir con las actividades derivadas de las estrategias planificadas por el mediador y/o sus particulares estrategias de aprendizaje” (Ausebel, 1983).

- Aprendizaje autónomo: es el aprendizaje dirigido a la manera como el estudiante es capaz de elaborar soluciones de manera creativa, lo que le permite desarrollar su independencia y responsabilidad como protagonista y regulador de su propia formación.
- Aprendizaje colaborativo: se refiere al aprendizaje que se produce en equipo, para el logro de un objetivo común, desarrollando competencias de compromiso y responsabilidad frente a los grupos.

4.2. Enfoque curricular

El programa terminal de Comunicación Social se plantea desde la doble función social de la comunicación por construir opinión pública y valor social en las organizaciones, con el objetivo de generar transformaciones importantes para el país y sus procesos productivos en coherencia con la Misión institucional, que busca desarrollar competencias para los desafíos de futuro y su Visión, que busca ser referente de transformación del sector productivo del país (Anexo 3. Proyecto Educativo Institucional, PEI).

Para ello, el programa se ha diseñado con la solidez del desarrollo de los estándares tradicionales de la comunicación social; los oficios estandarizados y relacionados con la comunicación y, especialmente, desde las necesidades que el sector productivo y de la comunicación del país, tiene frente al comunicador social. Es por esta razón que se ha definido un perfil amplio, que permitirá al egresado desempeñarse en cualquier empresa como comunicador, pero igual, desarrollar planes y proyectos de comunicación en cualquier organización y para trabajar en medios, pero enfocado en los procesos comunicativos como posibilitadores de procesos de cambio y transformación.

De esta forma, la propuesta del programa se enfoca al gran número de jóvenes bachilleres dispuestos a construir país desde la comunicación, pero con un bajo nivel de ingresos familiar que les impide acceder fácilmente a la educación, a esos ciudadanos desempleados o con empleos de bajos ingresos que buscan profesionalizarse y cualificar su proyecto profesional en el campo de la comunicación. Enfoque que se encuentra en perfecta sintonía con los principios de Unipanamericana, expuestos en su PEI, que busca justamente brindar oportunidades de democratizar el derecho a la educación con una oferta a bajo costo, pero con todos los índices y requerimientos de calidad, que le permita al estudiante cualificarse y tener una rápida inserción en el mundo laboral. Ofrecer un Programa de Comunicación Social, profesional terminal de calidad, a bajo costo en jornadas diurna y nocturna, es una necesidad prioritaria dentro de la oferta académica del país.

La definición de Unipanamericana como universidad-empresa, caracteriza al programa propuesto en Comunicación Social, el cual adopta su modelo pedagógico basado en competencias y ubica al estudiante en el centro y como protagonista de su proceso de aprendizaje, a partir de metodologías activas y de construcción colectiva. Es así como su currículo está planeado desde unidades de competencias, que se despliegan en competencias y objetivos de aprendizaje para cada asignatura; esto permite definir claramente el proceso de aprendizaje del estudiante y tener en cuenta una serie de actividades de aprendizaje, donde el estudiante desarrolle talleres, proyectos y simulaciones que le permiten aplicar e interconectar las competencias adquiridas, tal como lo tendrá que desarrollar en el sector real. Estas actividades de aprendizaje se explicarán con más detenimiento en el capítulo de los contenidos curriculares.

Otro valor agregado del programa es su integralidad, que parte del mismo modelo pedagógico de la universidad y se extiende al programa a través de su componente transversal y

electivo en un 44%, en donde se ofertan las asignaturas propias del sello empresarial de Unipanamericana. Esta integralidad también se evidencia en el componente profesional disciplinar, el cual ofrece una sólida base de fundamentación teórica y de contexto, la cual finaliza con las competencias de diseño de proyectos de comunicaciones y se desarrolla en paralelo con las competencias relacionadas con el periodismo y la construcción de piezas comunicativas, adicionalmente, con el desarrollo de gestión y estrategias de la comunicación en las organizaciones.

4.3 Apuesta didáctica según nivel de formación y modalidad del programa

Dentro del modelo pedagógico planteado en Unipanamericana, la evaluación se constituye en un proceso que supone tener en cuenta el punto de partida, el de llegada y el cómo de ese proceso de aprendizaje. Tal como se expresa en el PEI “la evaluación del aprendizaje en un modelo basado en competencias debe estar orientada a recoger evidencias que den cuenta no solo de los resultados obtenidos sino también de los logros conseguidos en el desarrollo de las actividades de aprendizaje. Por tanto, se impone un sistema de evaluación continuo que sea formativo y sumativo”.

De allí que en el proceso evaluativo se tengan en cuenta los criterios de autoevaluación y coevaluación de manera complementaria a la heteroevaluación del docente, en coherencia con el modelo pedagógico centrado en el estudiante y los conceptos ya expuestos sobre el aprendizaje autónomo y colaborativo.

Ahora bien, teniendo en cuenta que el 71% de las asignaturas del Programa de Comunicación Social se consideran teórico prácticas, de manera específica se plantean como actividades propias para su desarrollo didáctico, las siguientes:

- La realización de talleres de producción en laboratorios (estudio de televisión, radio, fotografía, salas de edición, salas de diseño).
- Las salidas de campo para aprender sobre terreno sobre la realidad comunicativa (visitas a medios, oficinas de comunicación, empresas consultoras).
- Empoderamiento de actividades de comunicación de la Institución (eventos, realización de piezas comunicativas).
- Actividades académicas de investigación y proyección social.
- La formulación de proyectos de investigación
- La consolidación de grupos de semilleros con los estudiantes.
- Participación en los proyectos de proyección social propios del programa.
- Realización de contenidos para la emisora Unipanamericana Stereo.

4.4 Estructura curricular del programa

La estructura del Plan de Estudios del Programa de Comunicación Social Terminal se realizó a partir de los lineamientos expresados en el PEI, (ver Anexo 3. Proyecto Educativo Institucional), donde se establecen las normas para la incorporación del sistema de créditos académicos a los programas de Unipanamericana. De esta forma, se define al crédito como la unidad de valoración del trabajo académico del estudiante en cada asignatura o actividad, que incluye el tiempo de trabajo en la interacción directa con el docente, en aulas o en prácticas, y el tiempo de trabajo independiente del estudiante. Se entiende como tiempo presencial a la dedicación del estudiante en las actividades de formación con acompañamiento directo del profesor/monitor y de desarrollo a través de la clase magistral, seminario, discusión o asistencia a trabajos dirigidos de talleres, laboratorios o actividades prácticas.

Se entiende por tiempo independiente al período adicional al presencial, que dedica el estudiante al estudio individual como la lectura de materiales de consulta, libros de textos, bases de datos, análisis y solución de problemas, preparación y realización de informes, reportes o ensayos, así como a la preparación para las evaluaciones; teniendo en cuenta que un crédito académico equivale a dos (2) horas de trabajo del estudiante. El período académico será de dieciséis (16) semanas de clase, exceptuando el tiempo necesario para evaluaciones finales y demás situaciones administrativas y operativas.

Siguiendo estos lineamientos institucionales, junto a la consolidación de perfiles y la validación de competencias específicas y transversales, se estructuró el plan general del programa, que consolida su perfil con una distribución en créditos:

- Componente flexible 21%
- Empresarial 7.5%
- Componente Electivo 13.5%
- Componente transversal 23%
- Componente profesional - disciplinar 56%.

4.4.1 Malla curricular

(Ver anexo B).

4.4.2 Plan de estudios formato

Tabla 2. Plan de Estudios Comunicación Social (terminal) – Sede Bogotá, Unipanamericana.

Curso – Módulo - Asignatura	Obligatorio	Electivo	Créditos Académicos	Horas de trabajo académico		Áreas o Componentes de Formación del Currículo (1)				
				Horas de trabajo directo	Horas de trabajo independiente	Horas de trabajo totales	Básica	Específica	Investigación	Complementaria
<i>Semestre I</i>										
Lenguajes y narrativas	X		2	32	64	96		X		
Fotografía y realidad	X		2	32	64	96		X		
Diseño básico	X		3	48	96	144		X		
Comunicación medios y poderes	X		2	32	64	96		X		
Constitución, paz y democracia	X		2	32	64	96	X			
Lectura e interpretación de textos	X		2	32	64	96	X			
Pensamiento lógico-matemático	X		3	48	96	144	X			
Contexto y realidad organizacional		X	2	32	64	96				X
<i>Semestre II</i>										
Locución y producción sonora	X		3	48	96	144		X		
Creación audiovisual	X		3	48	96	144		X		
Redacción	X		3	48	96	144		X		
Teoría de la comunicación	X		3	48	96	144		X		
Estadística	X		2	32	64	96	X			
Competencias blandas		X	2	32	64	96				X
Electiva institucional		X	2	32	64	96				X

<i>Semestre III</i>										
<i>Producción audiovisual</i>	X		3	48	96	144		X		
<i>Géneros periodísticos</i>	X		3	48	96	144		X		
<i>Diseño digital I</i>	X		3	48	96	144		X		
<i>Semiótica y cultura</i>	X		3	48	96	144		X		
<i>Sociología</i>	X		2	32	64	96		X		
<i>Comunicación organizacional</i>	X		2	32	64	96		X		
<i>Introduction to English</i>	X		0	0	0	0				X
<i>Electiva FACOM</i>		X	2	32	64	96				X
<i>Semestre IV</i>										
<i>Storytelling y nuevas narrativas</i>	X		2	32	64	96		X		
<i>Periodismo digital</i>	X		2	32	64	96		X		
<i>Diseño digital II</i>	X		3	48	96	144		X		
<i>Ecología de los medios</i>	X		2	32	64	96		X		
<i>Gestión de la comunicación</i>	X		2	32	64	96		X		
<i>Elementary I</i>	X		3	48	96	144				X
<i>Investigación cuantitativa</i>	X		2	32	64	96			X	
<i>Electiva Institucional</i>		X	2	32	64	96				X
<i>Semestre V</i>										
<i>Minería de datos para comunicadores</i>	X		2	32	64	96		X		
<i>Diseño web</i>	X		4	64	128	192		X		
<i>Públicos y relaciones públicas</i>	X		3	48	96	144		X		
<i>Eventos y protocolos</i>	X		2	32	64	96		X		
<i>Elementary II</i>	X		3	48	96	144				X
<i>Desarrollo humano y competencia profesional</i>		X	2	32	64	96				X
<i>Electiva FACOM</i>		X	2	32	64	96				X
<i>Semestre VI</i>										
<i>Comunicación para el cambio social</i>	X		2	32	64	96		X		
<i>Ética periodística y legislación</i>	X		2	32	64	96		X		
<i>Psicología social</i>	X		2	32	64	96		X		

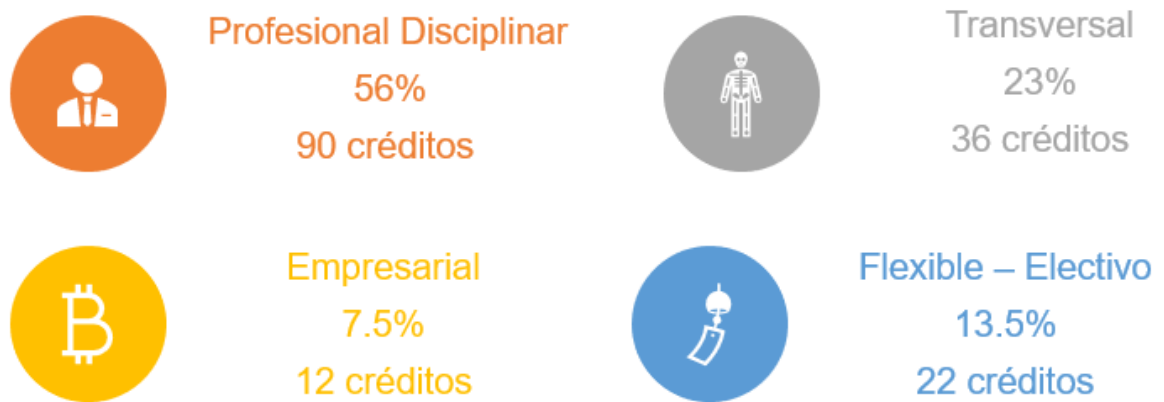
<i>Comunicación estratégica de marketing</i>	X		3	48	96	144		X		
<i>Preintermediate I</i>	X		3	48	96	144				X
<i>Ciudadano digital</i>	X		2	32	64	96	X			
<i>Liderazgo empresarial</i>		X	2	32	64	96				X
<i>Electiva Institucional</i>		X	2	32	64	96				X
<i>Semestre VII</i>										
<i>Prospectiva y planificación de la comunicación</i>	X		3	48	96	144		X		
<i>Posicionamiento de marca</i>	X		2	32	64	96		X		
<i>Gestión de redes y posicionamiento digital</i>	X		2	32	64	96		X		
<i>Preintermediate II</i>	X		3	48	96	144				X
<i>Investigación cualitativa</i>	X		2	32	64	96			X	
<i>Innovación e Intra-emprendimiento.</i>		X	2	32	64	96				X
<i>Electiva FACOM</i>		X	2	32	64	96				X
<i>Electiva Institucional</i>		X	2	32	64	96				X
<i>Semestre VIII</i>										
<i>Diseño y evaluación de proyectos sociales</i>	X		2	32	64	96		X		
<i>Proyectos estratégicos</i>	X		3	48	96	144		X		
<i>Intermediate</i>	X		3	48	96	144				X
<i>Proyectos de investigación</i>	X		3	48	96	144			X	
<i>Ética</i>		X	2	32	64	96				X
<i>Electiva FACOM</i>		X	2	32	64	96				X
<i>Electiva Institucional</i>		X	2	32	64	96				X
<i>Semestre IX</i>										
<i>Práctica profesional</i>	X		10	160	320	480		X		
<i>Opción de grado</i>	X		3	48	96	144			X	
<i>Electiva FACOM</i>		X	2	32	64	96				X
<i>Electiva Institucional</i>		X	2	32	64	96				X
Total, Número Horas	126	34	160	2528	5056	7584	11	90	10	49
Total, Porcentaje Horas (%)	56%	21%	100%				7%	56%	6%	31%

Total, Créditos Programa	Número del	126	34	160				11	90	10	49
Total, Créditos (%)	Porcentaje	56%	21%	100%				7%	56%	6%	31%

Fuente: Dirección del programa mayo 2019.

4.4.3. Distribución de créditos y porcentaje por componente

Figura 1. Distribución créditos y porcentaje por componente. Fuente, Documento Maestro Programa de Comunicación Social, 2019.



4.5. Docentes del programa

Laura Jimena Rey Torres

Carlos Andrés Rubiano Castillo

Luisa Fernanda Sánchez Sánchez

Carlos Alberto Espinosa Herrera

Yivany Andrea García Castañeda

4.5.1 Perfiles

a. Laura Jimena Rey Torres

Comunicador Social, especialista en Gerencia de Calidad y Docencia Universitaria de la Universidad Sergio Arboleda y la Escuela de Armas y Servicios de las Fuerzas Militares, con máster en Dirección de Marketing del Instituto Europeo de Posgrados.

Desde hace más de 13 años viene adelantando procesos de capacitación formal y lúdica con poblaciones vulnerables de diferentes departamentos del sur y nororiente Colombiano, Caquetá, Meta, Guaviare, Guainía, Santander, Norte de Santander y Bolívar y en la ciudad de Bogotá, con temas, metodologías y creación de herramientas para la proyección y desarrollo comunitario y micro empresarial, enfocados en el reconocimiento y desarrollo de habilidades emocionales para el manejo de situaciones de crisis. Ha participado en los procesos de proyección regional del sur oriente colombiano ante los retos del actual proceso de paz y cada uno de sus puntos.

Su preparación académica y sus intereses personales están enfocados a encontrar las potencialidades y posibilidades de los seres humanos y comunidades vulnerables, le han generado la oportunidad de trabajar por más de 15 años con diferentes dependencias y en diferentes lugares del país, con el sector defensa colombiano (Fuerzas Militares y Ministerio de Defensa Nacional). Su interés por el trabajo directo con las comunidades le ha brindado la oportunidad de estructurar proyectos sociales y de desarrollo con enfoque diferencial, ayudándoles en su proceso de alzar la voz y comenzar a ver oportunidades en los momentos de cambio social.

b. Carlos Andrés Rubiano Castillo

Maestría/Magister Universidad Jorge Tadeo Lozano Gestión y producción cultural y audiovisual Agosto 2017 – Abril de 2019 CineXperiencia; una metodología experiencial de educación no formal audiovisual, basada en la suma de capacidades, el juego y el aprendizaje, por la Corporación Artística CineXperiencia

Pregrado/Universitario UNIVERSIDAD SANTO TOMAS Comunicación Social para la paz Enero de 2009 - Abril de 2014 6006 Análisis periodístico comparativo del crimen de Ángeles Rawson en el Clarín de Análisis periodístico comparativo del crimen de Ángeles Rawson en el Clarín de Argentina, y Luis Andrés Colmenares en el diario El Espectador de Colombia.

Reconocimientos

Concurso Regional de Fotografía - ISIC - MOTIVARTE - Mejor foto-documental, International Student Identity Card – Enero de 2013 Mejor Proyecto Multimedia UNIVERSIDAD SANTO TOMAS – Octubre de 2012 Mejor cortometraje infantil de ficción, Fundación Festival de Cine Verde – Diciembre de 2018

c. Luisa Fernanda Sánchez Sánchez

Candidata a maestra en estudios culturales. Profesional en la carrera de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Central y Especialista en Infancia, Cultura y Desarrollo de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Durante su desarrollo profesional y académico, se ha caracterizado por tener liderazgo, compromiso, creatividad y responsabilidad. Ha desempeñado dos líneas de trabajo conjuntamente: académica y editorial; por tanto, posee conocimientos en sistematización crítica, corrección de estilo, registro y análisis de información en diferentes

proyectos de investigación social y académica. Ha estado vinculada como docente universitaria de asignaturas teórico prácticas de la carrera de comunicación social.

d. Carlos Alberto Espinosa

Especialista en Gerencia de Mercadeo Estratégico, Comunicador Social y Periodista, Docente Universitario, con estudios en PNL y Coaching, Consultor, 17 años de experiencia liderando estrategias empresariales en Comunicación Interna y Externa, áreas de posicionamiento de marca, direccionamiento comercial, servicio al cliente y Centros de Contacto (*outbound, inbound, cobranzas, online, back office, cross selling*), con alto nivel de responsabilidad, compromiso, competitividad, búsqueda constante en lograr resultados y estándares de calidad.

Capacidad para ejecutar estrategias encaminadas a optimizar la experiencia con cliente interno y externo, manejo promedio de 500 personas. Estratégico, responsable, sociable con capacidad de trabajar bajo presión y en equipo, implementación y seguimiento de indicadores de gestión para lograr el cumplimiento de objetivos corporativos, habilidad en el manejo de herramientas informáticas.

e. Yivany Andrea García Castañeda

Magister en Administración, comunicadora social con énfasis en comunicación organizacional y especialista en gerencia empresarial. Con experiencia de más de diez años en procesos académico- administrativos en el sector educativo. Orientadora de espacios académicos presenciales y virtuales en áreas como: comunicación organizacional; gestión del cambio; desarrollo empresarial; emprendimiento, innovación y creatividad; marketing; responsabilidad social; comunicación estratégica; formulación y gestión de proyectos. Líder de aseguramiento de

la calidad y sistemas de gestión, tutora y jurado de trabajos de grado de pregrado en modalidad de monografía, sistematización de experiencias y emprendimiento, coordinadora de prácticas profesionales por más de nueve años y co investigadora de proyecto de desarrollo comunitario.

Experiencia en consultoría en comunicación organizacional, diagnóstico integral organizacional y plan estratégico de comunicación. Experiencia y dominio en procesos de autoevaluación, autorregulación y acreditación de alta calidad de programas de pregrado bajo el sistema CNA, así como sistemas integrados de gestión de la calidad y normas técnicas internacionales.

4.5.2 Estructura docente

El docente unipamericano es un agente determinante en el marco de la formación del estudiante, debe ser una persona innovadora, creativa, recursiva y en constante actualización de su disciplina, campo profesional. De acuerdo con el modelo pedagógico institucional, actúa como un guía en el proceso formativo de los estudiantes y un mediador para articular las exigencias académicas con las necesidades de las empresas y la recreación de situaciones problemáticas que impliquen una respuesta activa por parte del estudiante.

Sumado a las características consignadas para el docente Unipamericana, se considera como perfil particular para el equipo de docentes del programa que se propone de Comunicación social, nivel profesional, un docente con sentido social, preocupado por la realidad del país y sus organizaciones, que busque dar soluciones a través de la investigación y el conocimiento en el campo de la comunicación y tenga experiencia en los medios y el sector real de la comunicación

en el país. El cuerpo profesoral de Unipanamericana tiene los siguientes tipos de vinculación y contratación docente:

- Docentes de Tiempo Completo 40 horas
- Docentes Medio Tiempo 20 horas
- Docentes Cátedra hasta 10 Horas.

Las horas para convenir corresponden al tiempo que los docentes dedicarán al cumplimiento de las funciones misionales y sustantivas de Unipanamericana. Las horas para convenir están distribuidas así:

Investigación: esta asignación se articulará con el Centro de Investigación y Transferencia, con el propósito de fortalecer esta función, para el desarrollo de estos ejercicios de debe establecer un plan de trabajo con productos asociados. Estas horas están asociadas al desarrollo de las siguientes acciones:

- Dirección de grupos de investigación.
- Participación en semilleros de investigación.
- Participación en redes de investigación.
- Formulación de proyectos.
- Asesoría y evaluación de trabajos de grado.
- Participación en proyectos de investigación de convocatoria interna.
- Participación en proyectos de investigación cofinanciados.
- Proyectos interinstitucionales.

Proyección social y extensión: Corresponde al desarrollo de la función misional relacionada con el entorno tanto social como empresarial. Estas horas están asociadas al desarrollo de las siguientes funciones:

- Emprendimiento.
- Participación en proyectos de extensión.
- Acompañamiento a prácticas.
- Organización y realización de eventos.
- Educación continuada.

Gestión de calidad: Corresponde al desarrollo acciones encaminadas a lograr el aseguramiento de la calidad y el desarrollo de los procesos curriculares y de formación integral en desarrollo del proyecto educativo institucional. Estas horas están asociadas al desarrollo de las siguientes funciones:

- Consejería académica.
- Acompañamiento en internacionalización.
- Participación en cuerpos colegiados.
- Acompañamiento de graduados.
- Acompañamiento de registros calificados.
- Acompañamiento en autoevaluación.
- Apoyo en virtualización.

4.6.3 Tipo de vinculación y funciones

El cuerpo profesoral de Unipanamericana tiene los siguientes tipos de vinculación y contratación docente:

Docentes de Tiempo Completo 40 horas
Docentes Medio Tiempo 20 horas
Docentes Cátedra hasta 10 horas

Las horas para convenir corresponden al tiempo que los docentes dedicarán al cumplimiento de las funciones misionales y sustantivas de Unipanamericana, las cuales se planean y organizan en planes de trabajo, que permiten hacerles seguimiento. Así, Las horas para convenir están distribuidas de la siguiente manera:

DOCENCIA: esta asignación se refiere a la asignación de horas para dictar clase de acuerdo con los tiempos establecidos para cada una de las asignaturas a cargo (60 minutos de docencia directa) y la preparación de clases.

INVESTIGACIÓN: esta asignación se articulará con el Centro de Investigación y Transferencia. Para el desarrollo de estos ejercicios se debe establecer un plan de trabajo con productos asociados. Estas horas están asociadas al desarrollo de las siguientes acciones:

- Dirección de grupos de investigación.
- Participación en semilleros de investigación.
- Participación en redes de investigación.
- Formulación de proyectos.
- Asesoría y evaluación de trabajos de grado.
- Participación en proyectos de investigación de convocatoria interna.
- Participación en proyectos de investigación cofinanciados.
- Proyectos interinstitucionales.

PROYECCIÓN SOCIAL Y EXTENSIÓN: corresponde al desarrollo de la función misional relacionada con el entorno tanto social como empresarial. Estas horas están asociadas al desarrollo de las siguientes funciones:

- Emprendimiento.
- Participación en proyectos de extensión.
- Acompañamiento a prácticas.
- Organización y realización de eventos.
- Educación continuada.

GESTIÓN DE CALIDAD: corresponde al desarrollo acciones encaminadas a lograr el aseguramiento de la calidad y el desarrollo de los procesos curriculares y de formación integral en desarrollo del proyecto educativo institucional. Estas horas están asociadas al desarrollo de las siguientes funciones:

- Consejería académica.
- Acompañamiento en internacionalización.
- Participación en cuerpos colegiados.
- Acompañamiento de graduados.
- Acompañamiento de registros calificados.
- Acompañamiento en autoevaluación.
- Apoyo en virtualización.

4.6.4. Ejes de desarrollo docente

La formación en las diferentes áreas de especialidad de los docentes se desarrolla a través de programas internos, externos, intercambios institucionales, pasantías y otros medios orientados al continuo mejoramiento de las competencias generales, pedagógicas y específicas de los docentes. En el caso de ser de carácter obligatorio, el costo del programa será cubierto total o parcialmente por la Institución.

5. Investigación en el programa

La Fundación Universitaria Panamericana – Unipanamericana reconoce al desarrollo de la investigación, como eje fundamental para fortalecer la articulación entre las actividades de docencia y proyección social, a través de un ejercicio sistemático, que involucra distintos actores de la comunidad académica y el entorno empresarial, apuntando a convertirse en fuente de soluciones pertinentes e innovadoras para el sector productivo local y regional.

Para Unipanamericana, la investigación se entiende como el proceso que llevan a cabo los docentes investigadores de los grupos de investigación y que cumple con las siguientes características: se desarrolla con criterio metodológico, se construye de forma colectiva y valida sus resultados en debate con pares internos y externos, privilegiando la transferencia y la internacionalización.

Es la investigación, propiamente dicha, el motor del desarrollo de la formación investigativa y la investigación formativa, permitiendo la generación de diferentes espacios para que los estudiantes y docentes puedan desarrollar competencias científicas en contextos reales de aplicación o a través de procesos de aula. Además, impulsa los procesos de actualización curricular de los programas académicos con las tendencias más recientes en los campos de conocimiento y propicia la actualización y cualificación docente.

Las actividades de investigación del programa de Comunicación Social se desarrollan dentro del Grupo de investigación en Comunicación, medios y mercadeo – ICOM, reconocido por Colciencias (Categoría C Colciencias, Clasificación, 2019).

5.1. Líneas y sublíneas de investigación que alimenta el programa

Tabla 3. Líneas y sublíneas del programa de Comunicación Social. Fuente Dirección de Investigación, 2019.

LÍNEA DE DISEÑO	Comunicación, medios y Práctica social	Procesos de planeación, gestión y producción de la comunicación, que se consoliden como práctica social.
SUBLÍNEAS	Comunicación digital	Generación de estrategias y proyectos digitales que incluyen la digitalización la hipertextualidad, la multimedialidad, interactividad y reticularidad (Redes Sociales).
	Medios de Comunicación	Estudios de medios teniendo en cuenta la producción, el cubrimiento, las narrativas, el impacto y el consumo. Proyectos de creación de medios.
	Comunicación y procesos sociales	Procesos de gestión de la comunicación en las organizaciones privadas, públicas y comunitarias. Planes de comunicación, marketing y prensa.
	Construcción de memoria y nuevas narrativas	Construcción de memoria a partir de procesos de comunicación. Consolidación de procesos de comunicación como práctica social para la construcción de memoria, de sujeto social, histórico y político, con identidad.

5.2. Grupos de investigación soporte del programa.

Las actividades de investigación del programa de Comunicación Social se desarrollan dentro del Grupo de investigación en Comunicación, medios y mercadeo – ICOM, reconocido por Colciencias y desde el cual se realiza gran parte de la investigación de la Facultad de Comunicación. Como grupo de investigación inmerso en el ecosistema de investigación y en el Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología, el grupo ICOM formaliza su constitución ante Colciencias.

5.2.1 Misión del grupo ICOM

La misión del grupo ICOM, es contribuir través de sus investigaciones a la evolución conceptual y práctica de las áreas de la comunicación, el mercadeo, la publicidad y el diseño; dinamizando no solo los procesos comunicativos que giran en torno a la investigación, sino también generando proyectos que Respondan a la realidad del sector productivo y disciplinar.

5.2.2 Visión del grupo ICOM

Ser para el 2020 un grupo reconocido en el campo académico, formativo y empresarial de las áreas de la publicidad, el mercadeo, la comunicación y el diseño visual, debido a la pertinencia de los productos resultado de procesos y proyectos de investigación, a las necesidades del sector productivo y a la participación de la comunidad académica.

Líneas de investigación

El Grupo ICOM ha definido para el desarrollo de sus investigaciones, cuatro (4) líneas de investigación en relación directa con los programas académicos de la Facultad de Comunicación y desde las cuales es posible generar investigación para el programa que se propone de Comunicación Social, pero especialmente desde la línea de Comunicación, medios y práctica social, que cubre justo el área de comunicación social.

Temáticas línea Comunicación, medios y prácticas sociales

- Comunicación organizacional
- Comunicación Digital
- Redes Sociales y narrativas
- Medios de comunicación
- Comunicación y procesos sociales
- Construcción de memoria y nuevas narrativas

5.3 Semilleros de investigación en que participa el programa

Son espacios para la investigación, que complementan el proceso de formación adquirido en las aulas y que, a su vez, generan interés y motivación por parte de los estudiantes, recién egresados y docentes, de cuestionarse permanentemente por la realidad, por su entorno, y por las problemáticas que enfrenta la sociedad.

El grupo ICOM de investigación en comunicación adscrito en Colciencias que recoge las líneas de investigación de la Facultad de Comunicación y por lo tanto sus programas, cuenta con el semillero de investigación ICOM creado y legalizados institucionalmente y en funcionamiento. Dicho semillero funciona a través de las mismas líneas de investigación del grupo, así pues, desde 2016 viene trabajando la línea de semillero NODUM desde la línea de comunicación, medios y prácticas sociales en la cual se inscribirá el programa en Comunicación social profesional.

5.4.1 Formas de participación de docentes del programa

Los docentes pueden participar en los procesos de investigación en estricto sentido de la Institución a través de las convocatorias internas de investigación para el desarrollo de proyectos.

5.4.2 Formas de participación de estudiantes del programa

Los estudiantes pueden participar en los procesos de investigación formativa a través del semillero de investigación NODUM del Programa de Comunicación Social.

5.5. Investigación formativa y aplicada en el programa

La formación investigativa se concibe como el fin último de la investigación en Unipanamericana, y es entendida como: “integrar en la estructura curricular una línea de asignaturas y actividades académicas que otorguen a los estudiantes los dominios básicos para comprender y manejar los procesos metodológicos fundamentales de la investigación científica en sus distintas expresiones y modalidades, competencias investigativas y criterio científico”.

El desarrollo de la investigación formativa en la Fundación Universitaria Panamericana – Unipanamericana se nutre desde diversos escenarios, generalmente de corte transversal en el currículo, que permiten la adquisición temprana de las competencias investigativas. Dichos escenarios son descritos a continuación:

5.5.1 Cursos específicos en el Plan de Estudios

Unipanamericana definió como una estrategia de formación investigativa y de apoyo para la investigación formativa, la inclusión de cursos específicos para el abordaje de técnicas y metodologías de investigación en los planes de estudio, que finalizan con la opción de grado que busca desarrollar y aplicar las competencias de investigación en contextos reales.

- Trabajo de grado
- Investigación cuantitativa
- Investigación cualitativa
- Proyectos de investigación
- Opción de grado

Para las opciones de grado se han determinado varias modalidades que se exponen en la política de investigación:

- a) Proyecto de investigación: Proyecto de investigación aplicada, cuyo objetivo principal es abordar un problema del entorno con soluciones que sigan rigurosamente un diseño de la investigación.
- b) Proyecto aplicado: Proyecto que contribuye a la solución de problemas teórico -prácticos, desde las áreas de conocimiento específicas de los programas académicos, sin seguir indispensablemente una metodología de investigación.
- c) Proyecto de semillero de investigación: Proyecto desarrollado en el marco del trabajo de un semillero de investigación.
- d) Proyecto de intervención social: Proyecto cuyo objetivo principal está orientado a la solución o la satisfacción de necesidades, problemas o situaciones de impacto social.
- e) Proyecto de emprendimiento: Espacio formativo que busca que el estudiante pueda identificar y conceptualizar una iniciativa emprendedora ya sea de tipo empresarial, social o de intraemprendimiento, para luego diseñar estrategias de implementación.
- f) Pasantía de investigación: Estancia de investigación en una universidad nacional o internacional, en la que se desarrollará un proyecto de investigación en cooperación con grupos de investigación de las universidades anfitrionas.

5.6. Participación en el Comité de investigaciones

La Facultad de Comunicación (FACOM) cuenta con un representante quien participa activamente en las convocatorias y encuentros del Comité de Investigaciones. El representante actualmente es el docente que lidera el grupo. Ocasionalmente y dependiendo de las características del Comité, al mismo asiste la Dirección del Programa.

5.7. Visibilidad local, regional, nacional e internacional

La investigación en la Fundación Universitaria Panamericana – Unipanamericana, se concibe como una práctica académica que se fundamenta en la realización de actividades de

ciencia, tecnología e innovación; con dos grandes propósitos: En primer lugar, fomentar el desarrollo de la formación investigativa como cultura institucional y en segundo lugar, generar soluciones a problemáticas del entorno real, a través del ejercicio de la investigación aplicada.

El cumplimiento de estos propósitos requiere una estrategia clara para la difusión de la investigación que permita, a la comunidad en general, conocer los principios y propósitos que orientan la formación investigativa en la institución, así como los retos y avances que en esta línea se presentan, facilitando su validación por parte de distintos actores de los sectores académico y productivo de la región y del país.

La estrategia de difusión de la investigación en Unipanamericana contempla distintos escenarios para la difusión de la investigación, entre los que se encuentran:

Canales virtuales. La investigación tiene un espacio privilegiado en los canales virtuales de la institución, entre los que se encuentran la página web, el portal institucional Mipana y las redes sociales en las que se hace presencia institucional. Los principios y propósitos institucionales de la investigación, la promoción de eventos y actividades científicas y la socialización de proyectos de investigación, son temas de permanente difusión a través de los canales virtuales enunciados anteriormente. Esta estrategia aporta al propósito de fomentar una cultura de formación investigativa en la institución y brinda, al lector externo Unipanamericana, una perspectiva del ejercicio investigativo que a su interior se desarrolla.

Cuadernos de investigación. Son un espacio de difusión e intercambio de los saberes contruidos y reconstruidos a partir de las experiencias investigativas que desarrollan los grupos de investigación de la institución, recogiendo aportes de docentes y estudiantes y de investigadores externos que escogen este medio como canal de difusión de sus resultados de investigación.

Sesiones de los distintos órganos de gobierno. Fomentar el desarrollo de una cultura de formación investigativa en Unipanamericana implica que desde los niveles estratégicos, la investigación sea reconocida y apropiada como componente fundamental en la dinámica cotidiana. En virtud de lo anterior, los órganos de gobierno institucional como el Consejo Académico y los Consejos de Facultad, incluyen frecuentemente la socialización de actualizaciones en política, iniciativas académicas y avances en cuanto a la formación investigativa en Unipanamericana, dejando evidencia escrita en las actas de los respectivos órganos de gobierno.

Jornadas internas de actualización. Las jornadas de actualización son una estrategia en la que empresarios y académicos líderes en los campos de conocimiento relacionados con las diferentes Facultades de la institución, se reúnen con la comunidad académica con el objetivo de compartir las tendencias más actuales en dichos campos. En estas jornadas se dispone de una franja para la socialización de los proyectos de ciencia y tecnología que se han desarrollado en las distintas actividades curriculares, brindando a los estudiantes la posibilidad de visibilizar, ante expertos, los resultados de su trabajo académico.

Presentación de resultados de investigación en eventos de carácter científico y tecnológico, de cobertura nacional e internacional. La participación de Unipanamericana en eventos de ciencia, tecnología e innovación, con fines de difusión de resultados de investigación, es uno de los mecanismos de mayor aporte a la formación investigativa en la institución, dada su condición de escenario de validación del impacto de los resultados de investigación, frente a participantes de los sectores académico, productivo y/o gubernamental. La participación en eventos de ciencia, tecnología e innovación, además de permitir la validación de impacto enunciada previamente, facilita el establecimiento de relaciones para la cooperación

interinstitucional, impulsando el desarrollo de nuevas actividades académicas con distintos fines. Este efecto multiplicador de impacto es el principal objetivo por alcanzar con las actividades de difusión de resultados de investigación en Unipanamericana.

Portafolio de servicios Unipanamericana. La Fundación Universitaria Panamericana – Unipanamericana, mantiene estrechos vínculos con el sector externo de la región. Dado lo anterior, la relación comunicativa con las diferentes empresas cercanas Compensar es permanente y propicia una dinámica en la que florecen distintas oportunidades de mutuo beneficio entre éstas y Unipanamericana. Partiendo de esta necesidad identificada, Unipanamericana presenta en su portafolio de servicios el componente de investigación aplicada, con el que se difunde a las empresas de la región, la capacidad investigativa y de formación en investigación que tiene la institución al servicio de la comunidad empresarial.

5.8. Productos de investigación del programa

Título	Línea investigación	Tipo Producto	Autores	Año de publicación	Medio de publicación
“Semiótica e Historia: fotografía e información”	Medios, comunicación y prácticas sociales	Edición de libro	Sandra Ruiz y otros	2018	Ed. Ria. Portugal.
“La fotografía como narrativa de memoria rural”	Medios, comunicación y prácticas sociales	Capítulo de libro	Sandra Ruiz	2018	Libro “Semiótica e Historia: fotografía e información” Ed. Ria. Portugal.
Marketing y Consumidor Green. Aplicación de la Matriz Mic	Tendencias de mercadeo y nuevas	Artículo	Jenny Cardona Yadira Carolina Vaca Diana Riaño	2018	Revista Virtual Luciérnaga

Mac para el análisis de tendencias.	tecnologías				
LAURDS	Diseño y gestión de la comunicación	Símbolos	Bibiana Ríos	2017	LAURDS
“El cine como constructor de la memoria”	Medios, comunicación y prácticas sociales	Capítulo de libro	Sandra Ruiz	2016	Libro “Cinema, arte e narrativas emergentes”. Ed. Universidad Nacional de Rosario Argentina
Fundamentos de Mercadeo.	Tendencias de mercadeo y nuevas tecnologías	Libro	Carmen Cruz Carolina Garzón Sara Forero	2016	Revista Anuario de estudios en Comunicación Social, Disertaciones
“Una serie de piezas discretas	Medios, comunicación y prácticas sociales	Reseña de libro	Sandra Ruiz	2015	Revista Anuario de estudios en Comunicación Social, Disertaciones
Más allá del formato. Una mediateca virtual como propuesta de emprendimiento cultural para creadores emergentes.	Diseño y gestión de la comunicación	Artículo	Bibiana Ríos	2015	Revista Anagramas: Rumbos Y Sentidos De La Comunicación.
Estrategias de la Unidad de Negocio Prestar Servicios de Formación Virtual Unipanamericana Compensar.	Tendencias de mercadeo y nuevas tecnologías	Artículo	Jenny Cardona Yadira Carolina Vaca Diana Riaño	2014	Revista PRAXIS

Estado del arte del Diseño Visual.	Diseño y gestión de la comunicación	Capítulos libro	Bibiana Ríos	2012	Investigación En La Formación Técnica Profesional Y Tecnológica.
Modelo de Aprendizaje Virtual para la Educación Superior (MAVES)	Medios, comunicación y prácticas sociales	Artículo	William Zambrano	2012	Ecoe Ediciones

6. La Extensión y relacionamiento con el Sector externo desde el programa

Unipanamericana como Institución de Educación Superior, IES, promueve espacios adecuados para que haya transmisión de conocimiento pertinente hacia el entorno en el cual se desarrolla, a través de un proceso formativo que les permita a los futuros profesionales reconocerse como integrantes de una comunidad y que sus esfuerzos respondan a la búsqueda del bienestar social de la misma. Para ello se establecen como objetivos:

Establecer relaciones bilaterales o convenios empresariales para que los estudiantes puedan desarrollar prácticas bajo modalidad contrato laboral, contrato de aprendizaje o convenio en escenarios donde puedan adquirir formación adicional profesional y metódica, alineada con los niveles técnico, tecnólogo o profesional.

- Realizar estudios del sector real de la ciudad con el propósito de conocer las necesidades en cuanto a formación académica requerida.
- Diagnosticar las debilidades organizacionales y promover la actualización curricular para dar pertinencia a los contenidos impartidos, los cuales permitirán que los egresados

contribuyan, de forma eficaz y eficiente, con el logro a plenitud de los objetivos empresariales.

- Orientar desde el aula de clase hasta los diferentes espacios de formación, a los estudiantes en el desarrollo de una cultura de emprendimiento e innovación en todos los niveles de su vida personal y profesional, por medio de las cátedras y conferencias con conferencistas externos a través del ciclo de conferencias titulados silla gerencial.

Principios orientadores. La coherencia institucional, el enlace sistémico, la continuidad, la congruencia, la proyección, la equidad y democratización y la transparencia. Ámbitos de relacionamiento:

Medio externo. Es la articulación con los gremios, el sector académico, la comunidad, las cajas de compensación familiar y los graduados tanto nacional como internacionalmente. Se fundamenta en la participación institucional en espacios que contribuyan a conocer y mantener información actualizada sobre aspectos de competitividad, desarrollo socioeconómico y gremial, o priorización de sectores que influyan en la construcción de currículos pertinentes para la vida y el trabajo. La Facultad de Comunicación forma parte de la Asociación de Facultades de Comunicación Social, Afacom, y participa activamente de las actividades de las demás Instituciones de educación superior y del sector.

Desarrollo profesional y prácticas. Se refiere al desarrollo de los programas de Apoyo laboral, que provee oportunidades laborales a los estudiantes y egresados, generando espacios de intercambio con las empresas, como la Feria empresarial, el aplicativo de búsqueda de empleo. Y contacto laboral que se apoya en el ejercicio académico de realización de las prácticas de los estudiantes en ambientes reales de desempeño profesional, para que el estudiante adquiera

fundamentalmente los componentes de comportamiento que exige el mundo laboral, profundice los conocimientos adquiridos, a tiempo de probar sus competencias y aportar sobre aspectos laborales de la vida real.

La práctica cuenta con un área administrativa específica de apoyo para los estudiantes, docentes y sector productivo, además hace uso de una herramienta digital para garantizar los objetivos de la asignatura, su objetivo principal es proporcionar al estudiante el apoyo, espacio y el tiempo necesario para que aplique y afiance los conocimientos propios de su formación profesional; valore la pertinencia de los conocimientos adquiridos, las necesidades de complementación y fortalezca sus competencias personales profesionales, en función de las necesidades del colectivo empresarial u organizacional. El área de prácticas consolida el relacionamiento con las empresas donde los estudiantes realizan sus prácticas y facilita los procesos de seguimiento a los estudiantes que se desarrollan a través de los docentes de los diferentes programas a partir de las disposiciones del Manual de prácticas, donde además de exponen las modalidades de práctica (convenio, contrato laboral o emprendimiento) y todos los requisitos que ellas implican.

Unipanamericana realiza un seguimiento juicioso de las prácticas que le permite: Proveer retroalimentación permanente, objetiva y oportuna para la evaluación, actualización y pertinencia de sus programas y currículos. Brindar oportunidades de conocer las características, tendencias y condiciones del mercado laboral en que se desenvolverán sus egresados, para consolidar elementos de formación profesional y humana. Favorecer la Imagen de la Unipanamericana en el sector productivo y en general, en el medio externo. Fortalecer la relación de la Universidad con su entorno empresarial y social, a partir de la participación del estudiante en la vida de las empresas con su aporte al mejoramiento de la productividad.

Para las prácticas de los programas de la Facultad de Comunicación, en la que se inscribe el programa profesional que se presenta de Comunicación social, el área encargada ofrece a los estudiantes un portafolio de convenios con empresas del sector real compuesto por medios, empresas privadas, solidarias, públicas, a las que los chicos pueden presentarse, o genera todo el proceso de relacionamiento con las empresas nuevas donde los estudiantes han buscado por su cuenta hacer la práctica.

Actualmente, la Facultad tiene relación con más de 20 empresas donde sus estudiantes realizan sus prácticas y se constituyen en la base de convenios interinstitucionales con los cuales contarán los estudiantes del nuevo programa en Comunicación social para la realización de sus prácticas profesionales. · Gestión de proyectos sociales y empresariales: Unipanamericana monitorea de manera permanente oportunidades para formular propuestas con la participación de estudiantes y docentes, orientadas al desarrollo de programas sociales que posibiliten la interacción de la entidad con comunidades vulnerables. Actualmente desde el programa de Comunicación Social en ciclos propedéuticos que tiene la Facultad de Comunicación ha desarrollado un fuerte proceso de relacionamiento con la comunidad cercana del barrio Armenia donde se encuentra ubicada la Universidad, consolidando una investigación sobre las prácticas comunicativas con la comunidad y generando dos convenios marco con una empresa solidaria del sector *Corfeinco* y un canal alternativo, Global TV, este proceso pasará al programa nuevo profesional en Comunicación social que se propone en este documento maestro.

Gestión de responsabilidad social universitaria: Se desarrolla como un componente transversal a la gestión global de la institución, promedio de la dirección del área de socio humanística, por ello la responsabilidad social hace parte del componente empresarial presente en todos los currículos académicos y busca fortalecer a los futuros profesionales con una conciencia

crítica, en concordancia con sus dinámicas sociales y productivas. · Orientación al emprendimiento: Este ámbito está liderado desde la Facultad de ciencias empresariales a través de un equipo de consultores y grupos de investigación altamente calificados dispuestos a apoyar en el diagnóstico de las necesidades empresariales, en el diseño, estructuración y comercialización de productos y servicios para la creación y el fortalecimiento empresarial, en la gerencia de proyectos, en el acompañamiento y puesta en marcha de apuestas productivas y en la modelación de empresas.

Servicios empresariales: Establece vínculos con el sector productivo a través de la oferta de productos y servicios para las organizaciones desde la consultoría, la formación continuada y el programa de inserción laboral de Posible. Desde la Facultad se han desarrollado diversos programas de educación continuada relacionados con el tema específico de la comunicación social, con el diferencial del programa que se propone en este documento, con cursos de: servicio al cliente, comunicación asertiva, organización de eventos, negociación y conflictos, manejo del tiempo y del estrés entre otros.

7. Procesos académico-administrativos en el programa

El Programa de Comunicación Social cuenta con un director de programa, un Coordinador y unos docentes tiempo completo, medio tiempo y cátedra. Estos docentes tienen asignado un plan de trabajo definido sobre las funciones sustantivas de docencia, investigación, proyección social y el soporte de gestión académica. Junto a los profesores propios del programa, están los profesores de la Facultad de Comunicación de tiempo completo que apoyan las asignaturas que se comparten, específicamente el núcleo temático de desarrollos creativos y tecnológicos que se comparte con el programa de Diseño Visual y que abarca el 7.5% del plan de estudios del

programa, junto a las electivas de Facultad que corresponden al 4% de la malla. Igualmente, hacen parte también del Programa, los docentes de las áreas transversales de formación que imparten las asignaturas de los componentes transversal, empresarial y electivo que suman un 40% de la malla curricular.

7.1 Orientados a docentes

La institución cuenta con un Reglamento Docente, aprobado por el Consejo Directivo según Resolución No 211 del 01 de junio de 2015, que rige las relaciones funcionales del cuerpo docente de la institución en todas sus sedes. Además, se señalan las funciones, derechos y deberes de los profesores, las estructuras y características de vinculación, evaluación y promoción. Igualmente, describe el escalafón docente, la formación, la capacitación de profesores y los estímulos.

7.1.1 Actividades para vinculación e inducción al programa

Entre los aspectos más importantes para la consolidación del Proyecto Educativo Institucional y las metas trazadas en el Plan de Desarrollo, está la consolidación de una Comunidad Académica de Excelencia, a partir de una planta docente idónea y en constante perfeccionamiento, con amplio conocimiento de las tendencias de desarrollo local y regional, experiencia en los sectores productivos específicos con los que articula su actividad investigativa y académica y con enfoque pedagógico de formación por competencias.

Contar, por lo tanto, con una planta docente idónea y en constante perfeccionamiento que garantice el aprendizaje significativo de los estudiantes y responda a las demandas laborales, profesionales y sociales reales. El proceso de selección y contratación docente al interior de la institución busca vincular al personal más idóneo para el desempeño del cargo con base en

criterios unificados como sus años de experiencia, cualidades personales, didácticas e investigativas, formación intelectual, profesional y humanística para cumplir con el perfil de los programas y los sellos institucionales que apoyen al desarrollo y fortalecimiento institucional.

Algunos aspectos que se consideran son:

- Toda selección será acorde con lo establecido en el PRO-PTH-01 V09 procedimiento de selección de personal, contratación y retiro de colaboradores PTH-01 V09) del Sistema de Gestión de Calidad, con la participación de Decanatura, director del Programa, jefes de área y el líder del servicio de formación.
- Toda vinculación de personal será resultado de un proceso de selección realizado por el área de Talento Humano.
- El perfil del docente seleccionado debe cumplir con el ciento por ciento del perfil solicitado, asegurando el cumplimiento de las competencias profesionales y de responsabilidad social universitaria. En el caso de presentarse ausencia del cumplimiento del perfil, se realizará otro proceso de selección o se realizará un acuerdo para cubrimiento de brechas en el tiempo estipulado por Comité de Personal Docente.

7.1.2 Acciones del programa para desarrollo docente

Para Unipanamericana se establece como prioridad el logro de los objetivos estratégicos de desarrollo institucional y los recursos se orientan a apoyar las acciones que sustentan este propósito y garantizar la calidad y pertinencia de los procesos misionales de docencia, investigación y proyección social. Para el logro de este propósito, la institución procura propiciar el desarrollo integral y el bienestar de los docentes, a través de diversas acciones, a saber:

- a) Programa de Inducción. Es un programa de obligatoria participación para los Docentes que se vinculan por primera vez a la institución, En él se da a conocer el Proyecto Educativo Institucional, la organización y los rasgos característicos de la cultura interna, y la información específica requerida por el docente para su exitosa integración y desempeño en el Programa en el que ejercerá como docente. Se le informará igualmente sobre los reglamentos de trabajo y trámites administrativos relacionados con su cargo. En la Inducción se hará entrega al Docente del horario, el calendario académico, reglamentos institucionales, acta de convivencia, y los formularios de registro y control de actividades.
- b) Programas de Formación Específica. La formación en las diferentes áreas de especialidad de los docentes se desarrolla a través de programas internos, externos, intercambios institucionales, pasantías y otros medios orientados al continuo mejoramiento de las competencias generales, pedagógicas y específicas de los docentes. En el caso de ser de carácter obligatorio, el costo del programa será cubierto total o parcialmente por la Institución.
- c) Apoyo al desarrollo y evaluación del desempeño. El contrato laboral y el plan de trabajo correspondiente constituyen la base de la Evaluación del Desempeño para el caso de los Docentes. El Decano, Director de Programa, Jefe de Área o Líderes de Formación Continuada e Investigación, Desarrollo e Innovación, acordarán semestral o anualmente, dependiendo de la modalidad de contrato del docente, las metas específicas de desempeño que se esperarán y los indicadores correspondientes, según las responsabilidades asignadas. Igualmente, se acordarán los planes y estrategias de capacitación o apoyo necesarias para un óptimo desempeño.
- d) Reconocimientos y estímulos. Semestralmente se reconoce al docente mejor evaluado en cada Facultad. Igualmente, se reconoce al “docente revelación” por Facultad, entre los

docentes que se hayan, vinculado por primera vez en el periodo respectivo. Las menciones se otorgan en reunión general de docentes.

- e) Políticas y programas de bienestar. Las políticas y programas de bienestar buscan contribuir al desarrollo integral de la comunidad educativa de la institución, en sus dimensiones física, intelectual, espiritual, social y cultural; se impulsa la autorrealización personal, considerando a la Fundación Universitaria Panamericana como un lugar de encuentro y convivencia entre sus integrantes. Otros estímulos para reconocer los méritos y logros de los Docentes e impulsar el desarrollo de una Comunidad Académica de Excelencia, se refieren al apoyo para la realización de estudios de actualización y perfeccionamiento en el área específica de desempeño, participación en misiones o eventos académicos nacionales o internacionales, apoyo para la publicación de la producción académica, distinciones públicas y reconocimientos en la Hoja de Vida, entre otros.

7.1.1. Actividades de admisión e inducción de estudiantes

La Fundación Universitaria Panamericana cuenta con el Reglamento Estudiantil que regula la inscripción, admisión y matrícula, derechos y deberes, sistema de evaluación, distinciones e incentivos, régimen disciplinario y demás aspectos académicos y de convivencia. A continuación, se describen los aspectos de vinculación de estudiantes y Estrategias de evaluación del aprendizaje. (Título II: Vinculación de los Estudiantes - Capítulo I: Del Proceso de Admisiones).

El proceso de admisiones de la institución es el mecanismo por medio del cual se dirige y coordina la inscripción y selección de los aspirantes, el proceso es desarrollado por el grupo de admisiones quién publicará en el calendario institucional el itinerario del proceso.

La selección de estudiantes es realizada por el grupo de admisiones en respuesta a la solicitud de los aspirantes de acuerdo con la filosofía de la institución y con las normas y requisitos vigentes para el ingreso a los programas de pregrado y postgrado según corresponda. El grupo de Admisiones solo autorizará la matrícula a los estudiantes que, además de cumplir con las normas legales para el ingreso hubieran satisfecho los requisitos previos de:

- a) Inscripción
- b) Aprobar el examen de admisión en el programa en que se haya establecido este requisito.
- c) Haber aportado los documentos de identidad y demás certificaciones que se requieran.
- d) Acreditar los exámenes del Servicio Nacional de pruebas del ICFES, para el ingreso a programas de pregrado
- e) Acreditar a través de los correspondientes certificados el haber cursado y aprobado grado 11, para el ingreso a programas de pregrado.
- f) Acreditar a través de los correspondientes certificados el haber cursado y aprobado grado 9, para los que opten por el ingreso a programas Técnico profesional y articulación de la media-superior.
- g) Acreditar título de pregrado para quienes soliciten ingreso a programas de formación post gradual.

7.1.2 Mecanismos de evaluación

La evaluación en Unipanamericana es considerada un mecanismo que evalúa un proceso que tiene en cuenta el punto de partida y de llegada del proceso del estudiante, con el fin de verificar si ha alcanzado los resultados de aprendizaje y cómo los han logrado, por lo cual es un “modelo basado en competencias debe estar orientada a recoger evidencias que den cuenta no solo de los resultados obtenidos sino también de los logros conseguidos en el desarrollo de las actividades de aprendizaje, por tanto, se impone un sistema de evaluación continuo que sea formativo y sumativo” (Unipanamericana, 2016). Este modelo exige un proceso de formación

experiencial donde el estudiante se convierte en el eje del proceso y desempeña un rol activo en él, por ello propone el desarrollo de metodologías activas para fomentar el aprendizaje del estudiante.

Dicho proceso se establece en el reglamento estudiantil en el título III promoción académica de los estudiantes Capítulo uno de la evaluación académica y las calificaciones, donde se constituye sus características. Cabe resaltar que el proceso de evaluación se da en tres momentos evaluativos a partir de reportes parciales los cuales tiene un porcentaje de la calificación final que se proponen en el reglamento.

- Primer momento: 20%
- Segundo momento 35%
- Tercer momento 45%, donde se hace un proceso de heteroevaluación del 40%, y un proceso de coevaluación y autoevaluación del 5%.

Además del proceso de evaluación en el aula, el estudiante puede optar por la opción de Prueba Supletoria que “es la que se hace el estudiante en forma extemporánea, cuando no presenta una prueba del momento parcial o final en la fecha establecida. El estudiante podrá presentar la prueba supletoria solo en las fechas programadas para tal fin en el calendario académico del periodo académico” (Unipanamericana, 2016).

7.1.3. Acciones de bienestar a estudiantes del programa

Se entiende el bienestar como la generación de condiciones para que las personas que hacen parte de la comunidad universitaria puedan BIEN ser y BIEN estar dentro de la institución educativa, en pro de fortalecer sus Capacidades humanas básicas* para que puedan mejorar su calidad de vida. La Unipanamericana Fundación Universitaria Panamericana, cuenta con una

política de Bienestar Universitario, la cual establece cinco espacios formativos que tienen como objetivo que los estudiantes participen y disfruten de las actividades y servicios programados durante el semestre.

- 1) Espacio Recreativo deportivo. Este espacio busca orientar, motivar y desarrollar espacios de actividad física y el buen uso del tiempo libre, a través de prácticas deportivas y actividades de carácter recreativo y ecológico que permitan el fortalecimiento de capacidades y la sana competencia entre la comunidad universitaria.
- 2) Espacio Social cultural. Este espacio busca la promoción del desarrollo de aptitudes artísticas, así como el fortalecimiento hacia las expresiones culturales, actualmente se llevan a cabo actividades y acciones que promueven el buen trato, la sana convivencia, la diversidad, el mejoramiento de capacidades como los Sentidos, imaginación y pensamiento, que generan mecanismos de relacionamiento cordial y respetuoso con otros miembros de la comunidad.
- 3) Espacio de Desarrollo Humano. Este espacio promueve el relacionamiento, la comunicación, el desarrollo de potencialidades de la comunidad académica y favorecerá la generación del Sentido de Pertenencia con la Institución, así como la promoción de una cultura ciudadana que permita a los estudiantes y graduados tener herramientas para participar en la construcción de País. Desde Bienestar Universitario se favorecerán, en alianza estratégica con el área de Formación Humana, espacios formativos que permitan al estudiante generar una reflexión concreta sobre su contexto, así como sobre las necesidades y oportunidades que se encuentran en el mismo. Por otra parte, se favorecerán los procesos que permitan generar las capacidades de Razón práctica y

Afiliación de la comunidad universitaria, a través de acciones que favorezcan su participación en las diversas actividades que ofrece la vida universitaria.

- 4) Espacio de Salud integral. Este espacio orienta su acción hacia la generación de acciones que favorezcan la salud integral (corporal y mental) de la comunidad universitaria, a través de la promoción de hábitos saludables y del autocuidado, así como la prevención de riesgos que atenten contra la vida. Dado que la salud es una condición necesaria para el Bienestar de las personas, tal como se menciona el enfoque de este espacio será mayormente de Prevención y Promoción. Sin embargo, se debe contar con mecanismos claros y definidos para la atención de Urgencias y Emergencias dentro de la institución educativa; para lo cual se establecen los protocolos de acción que involucran a las áreas de Prestar Servicios de Apoyo y Talento Humano.
- 5) Espacio de Vida académica. Este espacio orienta su acción a contribuir a la consolidación del proyecto de vida del estudiante y lograr su permanencia en el proceso académico, a partir de acciones que contribuyan en su formación integral, la adaptación a la vida universitaria, y la identificación de herramientas que favorezcan sus procesos de aprender a aprender. En el marco de este espacio formativo, se llevarán a cabo dos acciones concretas como son la Inducción de Estudiantes y la Cátedra institucional, como estrategias de vinculación del estudiante con la Universidad, con la promesa de formación y como mecanismo inicial de adaptación a la vida universitaria.

7.1.4 Acciones de permanencia de estudiantes implementadas por el programa

Con el propósito de nutrir la política de prevención de la deserción en Unipanamericana, es necesario conocer los antecedentes de la política de permanencia en la institución. Se debe comenzar apuntando con la definición institucional de “deserción”. En el contexto de nuestra

institución, se considera que un estudiante que deserta es aquel que no registra matrícula durante dos semestres continuos. Por tanto, no se consideran estudiantes que desertan aquellos que realizan transferencias internas, quienes cancelan semestre o aquellos que se retiran de Unipanamericana.

En Unipanamericana se ha venido trabajando la reducción de la deserción a través de varias acciones. Inicialmente y hasta el año 2014 se llevó a cabo el programa Deserción Cero, un accionar institucional del proceso de Bienestar Universitario. Este programa buscaba brindar espacios académicos, personales y profesionales a todos los estudiantes de la Unipanamericana (presenciales – virtuales) con el fin de aportar a sus proyectos de formación educativa, a través del diseño e implementación de estrategias académicas, de bienestar, administrativas y financieras que aportaran a aumentar los niveles de retención de la institución, desarrollándose principalmente con financiación del Ministerio de Educación Nacional.

Dicho programa permitió a la institución sentar las bases para fortalecer las estrategias que se venían implementando, generando acciones para favorecer los procesos de adaptación a la vida universitaria como tutorías, apoyos académicos y económicos, y el espacio de Mentoría.

Cursos de apoyos fue otra acción implementada hasta el 2018-2, como una estrategia para los estudiantes de primer semestre buscando que ellos logren las competencias requeridas en inglés, matemáticas o lectura crítica para el proceso formativo universitario. Además, se realizaba un trabajo integral, acompañando a estos estudiantes que manifestaban la necesidad o que identificaban los docentes, en temas adaptación, hábitos de estudio, procesos de aprendizaje, manejo a la frustración, relacionar, entre otros, buscando garantizar una formación integral.

El plan de permanencia y graduación oportuna debe estar regido por una serie de lineamientos y principios que harán posible su aplicación. En primer lugar, el plan debe ser una

construcción colectiva. La permanencia estudiantil es transversal en la gestión académica y administrativa acompañando a los estudiantes para promover su desarrollo integral como un proceso continuo dentro de su formación superior. El plan debe incluir la participación de diferentes actores. Las estrategias del área de bienestar y graduados buscan la participación estudiantil aportando en su desarrollo integral y contribuyendo con su permanencia.

Investigación: Se promueve la investigación de los factores de deserción y estrategias efectivas para la permanencia estudiantil con el objetivo de generar conocimiento dentro de la comunidad académica.

Gestión estratégica de permanencia estudiantil: La permanencia estudiantil es un área dinámica que se ajusta según los avances de la comunidad académica, las necesidades sociales y particulares de los estudiantes y los cambios tecnológicos y políticos para establecer planes de desarrollo en espacios y tiempos determinados, redefiniéndose constantemente.

7.1.5 Acciones conducentes a mejorar la graduación de estudiantes

Para favorecer los procesos de retroalimentación de Unipanamericana, así como para la generación de alianzas “gana-gana” entre los graduados y la institución, es necesario tener un modelo de Seguimiento a los graduados que permita conocer a esta población, su trayectoria laboral, sus intereses académicos, así como la fidelización y el sentido de pertenencia de ellos hacia su Alma Mater. Para ello, se ha establecido una política de graduados a nivel nacional, la cual está enmarcada dentro de los lineamientos establecidos por ley que demarcan la necesidad de generar relaciones de doble vía con esta población. Dentro de esta política de seguimiento a graduados, se establecen varios objetivos a saber:

- “Consolidar una Base de datos robusta, que permita conocer de forma real la información de los graduados de la institución y favorecer el establecimiento de vínculos de comunicación entre ellos y Unipanamericana.
- Establecer las estrategias adecuadas para el seguimiento a la Trayectoria Profesional de los Graduados del Programa.
- Favorecer la participación de los graduados en las acciones y eventos que desde Unipanamericana y el Programa sean pensados para esta población.

La institución se encuentra en proceso de aprobación del portal de empleo por parte del Servicio Público de Empleo (SPE) acorde con el Decreto 2852 de 2013. La plataforma es suministrada por elempleo.com. Adicionalmente en la actualidad se desarrolla un micrositio para graduados, que busca generar un espacio propio para ellos, en donde podrán mantener actualizada la información de contacto, laboral y académica, así como consultar noticias de interés. Igualmente, se hace necesario que se puedan establecer desde el Programa las siguientes acciones con los estudiantes:

- Eficientes y pertinentes canales de comunicación: estimulación del uso adecuado del correo electrónico, información clara y eficiente sobre los procedimientos de la institución, entre otros.
- Capitalización de la relación docente – estudiantes.
- Una relación continua y cercana con los coordinadores, directores de programa y decanos: es necesario que los estudiantes conozcan los directivos de su programa académico y que sientan la confianza de poder expresar ante ellos las dificultades que se les presentan, para que más adelante se constituyan en referentes de cercanía entre la institución y el graduado.
- Favorecer la satisfacción del estudiante con los servicios de la institución.

7.2 Mecanismos y estrategias para seguimiento a graduados

De acuerdo con las directrices institucionales. Los mecanismos y estrategias que se implementan en el Programa para el seguimiento a egresados son:

Caracterizar y segmentar efectivamente al graduado del Programa para determinar sus perfiles e impacto social.

- Fidelizar al graduado por medio de la integración a las actividades y procesos institucionales.
- Generar y facilitar los procesos que permitan al graduado su inclusión en el campo laboral, procurando la pertinencia.
- Medir el impacto laboral del graduado en el medio.
- Lograr una participación de graduados en redes, comités, consejos académicos y directivos.
- Mantener un vínculo cercano con los sectores productivos que nos permita ofrecer al graduado mejores oportunidades laborales.
- Conocer los estudios y actualizaciones académicas realizadas por el graduado a lo largo de su vida laboral a partir del momento del grado.
- Medir el impacto de los graduados en los diferentes sectores productivos a partir del ejercicio de su profesión.

7.3. Orientados a Autoevaluación y autorregulación del programa

La Autoevaluación de los programas en Unipanamericana se desarrolla como un proceso de aprendizaje, mejoramiento y cambio continuo, para el crecimiento y fortalecimiento de los programas institucionales en pro de la calidad. A continuación, se describe la política, el modelo del proceso y metodología del proceso en la institución.

Teniendo en cuenta que la autoevaluación es un proceso en el cual las instituciones evidencian sus fortalezas y debilidades y con ello desarrollan acciones que responden a estas y conducen a una mejora continua, a la autorregulación y al fomento de una cultura de autoevaluación, el objetivo principal de la política de autoevaluación es Identificar y analizar el cumplimiento de los procesos internos y externos relacionados con la mejora continua, respondiendo al aseguramiento de la calidad en la educación superior y así generar cultura institucional respondiendo a los pilares y objetivos de la Fundación Universitaria Panamericana – Unipanamericana.

A comienzos de 2016, se realizó una valoración sobre el proceso de autoevaluación, cuyo resultado fue un diagnóstico y la realización de ajustes al modelo autoevaluación institucional, dando paso al nuevo modelo de autoevaluación; los instrumentos fueron aplicados a todos los programas de la institución. Finalmente, en el año 2017 se revisan nuevamente los instrumentos desarrollados en la autoevaluación y se actualizan, este nuevo instrumento es aplicado a los programas de formación virtual de forma inicial y dando continuidad a la mejora institucional.

En 2018 se hace un proceso de revisión de todo el modelo de autoevaluación con el fin de ajustar los instrumentos y estructura, para dar respuesta a los requerimientos para renovación de registro calificado y para acreditación, basado en las condiciones del decreto 1280 de 2018, en la cual se contemplan diez condiciones institucionales y cuatro de programa y la metodología para su implementación está basada en el ciclo PHVA.

El modelo de autoevaluación se estructura teniendo en cuenta los criterios que definen la calidad para los programas y para Unipanamericana, las actividades a desarrollar o metodología de implementación, los lineamientos que definen la estructura de la evaluación y los actores que hacen parte de ella.

Calidad – Estado Óptimo: esta cuadrícula define el qué y para qué, del modelo de autoevaluación, es donde se definen las características universales y específicas institucionales y del programa, que son los criterios sobre los cuales se definen el concepto de calidad del programa y la institución; definidas en el ya señalado concepto institucional de calidad y en el concepto de calidad que desarrollará cada programa.

Lineamientos de calidad: Esta cuadrícula también define el qué, para una orientación estructural de la autoevaluación, es decir, se definen aquí los criterios o líneas generales sobre las cuales se estructura el proceso de autoevaluación y sobre los cuales la institución y los programas ponderaran sus procesos.

Metodología: Esta cuadrícula define el cómo del modelo de autoevaluación, el cual se mantiene bajo la metodología PHVA, estructurado así:

Planear. En esta etapa se hace la organización del trabajo a desarrollar durante el proceso de autoevaluación:

- Definición cronograma de actividades
- Reunión comités
- Definición del alcance de la aplicación del proceso
- Construcción de instrumentos para aplicar y formatos para la consolidación de la información

Hacer. Durante esta etapa se desarrolla toda la aplicación de instrumentos y recolección de información:

- Talleres de preparación
- Ponderación de factores, características y aspectos

- Aplicación de Instrumentos
- Recopilación de la información

Verificar. Una vez se ha desarrollado todo el proceso de recolección de información inicia el proceso de análisis y consolidación de resultados: en los procesos de análisis de resultados, emisión de juicios de valor y construcción de informe de autoevaluación.

Actuar. Este proceso tiene como actividades la definición de un plan de mejora y mantenimiento frente a las debilidades y fortalezas que se identifiquen y finalmente una actividad de presentación de los resultados a las partes interesadas.

- Actores: La última cuadrícula define el quién y para quién, se define allí a quienes va dirigido o impacta este proceso; pero adicionalmente, quienes participan en él; por ello y como parte fundamental del mismo se definen como actores los siguientes: Docentes, estudiantes, egresados, directivos y empresarios.
- Sensibilización. A lo largo del diseño del modelo se observa un icono de un círculo que en su interior tiene unas manos, este simboliza las etapas o los momentos en los cuales se deberán realizar procesos de sensibilización de la autoevaluación a la comunidad institucional.

El proceso de autoevaluación contempla:

- Instrumentos de percepción, análisis documental y estadístico
- Análisis de resultados
- Construcción de informe y plan de mejoramiento.
- Estrategias para preparación de las pruebas Saber Pro. Desde el Programa de Comunicación Social se tiene previsto generar una estrategia de seguimiento al proceso de las pruebas saber pro con el ánimo de hacer un acompañamiento a los estudiantes de

la carrera con relación a las competencias que mide esta prueba nacional. La estrategia contará con las siguientes etapas:

7.4 Proceso de autoevaluación curricular con fines de mejoramiento

(Ver Anexo C).

8. Incorporación de TIC: Planes y estrategias del programa

El Programa de Comunicación Social incorpora las TIC, a través de sus asignaturas propias de los núcleos lenguajes y narrativas y desarrollos creativos y tecnológicos, así como desde sus actividades académicas. Igualmente, se une a las estrategias Institucionales:

- Estrategias de acceso a recursos bibliográficos disponibles a través de canales electrónicos.
- Estrategias de acceso a recursos que apoyan la transmisión.
- Estrategias de acceso a recursos que apoyan la interacción.
- Estrategias de incorporación de herramientas de educación virtual.

Finalmente, el Programa de Comunicación Social cumple y disfruta los lineamientos institucionales en cuanto a divulgación de la investigación, publicación y estímulos y reconocimientos a la investigación y la producción académica.

9. Anexos

Anexo A. Mapa de Competencias del Programa

Anexo B. Malla Curricular.

Anexo C. Plan de autoevaluación curricular para mejoramiento y procesos de Registro
Calificado.