



Renovación Programa de Comunicación Social



RENOVACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL (PROGRAMA TERMINAL)

Código SNIES 108957

DOCUMENTO MAESTRO

Bogotá D.C

2025



PRESENTACIÓN

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA COMPENSAR – UCOMPENSAR
www.ucompensar.edu.co

Rectora

Margarita Áñez Sampedro

Vicerrectora Académica

Carolina Guzmán Ruiz

Secretaria General

Juliana Barrios Camargo

Directora de Planeación y Aseguramiento de la Calidad

Sofía Sarmiento Bedoya

Decana Facultad de Ciencias Sociales y de la Educación

María Ligia Herrera Navarro

Proceso de Renovación de Registro Calificado

Comunicación Social

© Fundación Universitaria Compensar

Elaborado por:

Directora del Programa de Comunicación Social

Diana Elizabeth Ruiz Herrera

Facultad de Ciencias Sociales y de la Educación

Equipo Docente

Yivany Andrea García Castañeda

Ana Ximena Menjura Cucunubá

Juan Camilo Ruiz Salazar

Jhon Haiber Umba

Luisa Fernanda Sánchez Sánchez

Carlos Alberto Espinosa

Equipo Curricular

Gustavo Adolfo Gil Ángel - Líder de Currículo

Camilo Arturo Contreras – Especialista Curricular

Angie Viviana Plazas Vega – Especialista Curricular



Equipo institucional

José Ignacio Orjuela López - Especialista de Aseguramiento de la Calidad

Víctor Manuel Rojas- Director de Investigación y Transferencia

Kelly García Gómez - Líder de Internacionalización

Alberto Berganza- Líder de Experiencia Empresarial

Diana Roció Gomez- Directora de programa Transversal de Idiomas

Josué Cobaleda Rosero- Líder De Emprendimiento

Diana Carolina Burbano- Especialista Carrera Docente

Jair Eliecer Ocampo Hernández- Líder CRAI

Wilmar Andrés Galvis Pachón- Líder Tecnología

Jeisson Arnulfo Olivos Tunarosa- Coordinador Infraestructura

TABLA DE CONTENIDO

PRESENTACIÓN	3
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA COMPENSAR	16
Descripción de la Facultad y estructura para la gestión del programa	17
1. DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA	18
1.1. Análisis Justificación de la Denominación y Título a Otorgar	19
1.2. Análisis de Correspondencia de la Denominación	21
1.3 Acto Administrativo Creación del Programa	26
Relación de Anexos	26
2. JUSTIFICACIÓN DEL PROGRAMA	27
2.1. Estado de la oferta	30
2.1.1. Análisis de la oferta en el área del programa	31
2.1.2. Oportunidades de Desarrollo	49
2.1.3. Desafíos del programa	49
2.2. Justificación Modalidad del Programa	50
2.2.1. Modalidad	50
2.2.2. Lugar de desarrollo	52
2.3. Necesidades de la Región y del país y su articulación	54
2.4. Atributos Diferenciadores	55
2.5. Justificación del campo o campos de educación y formación	57
2.6. Análisis de Correspondencia a partir de la Justificación	57
2.7. Evidencias e indicadores de la justificación del programa externas y UCompensar	60
a. <i>Personas inscritas, admitidas y matriculadas en primer curso</i>	61
b. <i>Tasas de deserción por cohorte y por periodo académico</i>	66
c. <i>Empleabilidad de los egresados</i>	67
Relación de Anexos:	73
3. ASPECTOS CURRICULARES	74
3.1. El desarrollo curricular del programa académico, durante la vigencia del registro calificado a renovar.	75
3.1.1. Justificación de las modificaciones	86
3.2. Conceptualización teórica y epistemológica del programa académico	88

3.2.1.	Objeto de estudio del programa	89
3.2.2.	Posturas conceptuales dentro del programa	95
3.3.	Incorporación y apropiación de la Fundamentación teórica, epistemológica y conceptual en el diseño y desarrollo del programa académico	107
3.4.	Componentes formativos	112
3.4.1.	Etapa 1. Análisis contextual realizado como base para el programa de Diseño Visual	114
3.4.2.	Etapa 2 – Marco ontológico del programa	115
3.4.3.	Etapa 3 – Perfiles de formación del programa	115
3.4.4.	Etapa 4. Mapa de Competencias y Resultados de Aprendizaje	118
3.4.1.	Formación Disciplinar Profesional	127
3.4.1.1.	El ciclo propedéutico en el programa académico	128
3.4.1.2.	Formación Transversal – Identidad Institucional	130
3.4.1.3.	Formación Integral	131
3.4.1.4.	Malla Curricular	132
3.4.1.5.	Plan General de Estudios	133
3.2.6.1.	Estrategias de Flexibilidad Curricular	136
3.2.6.1.1.	Estrategias Institucionales	136
3.3.	Componentes Pedagógicos	139
3.4.2.	El modelo de formación institucional aplicado en el programa académico, anexo 3.7	140
3.4.2.1.	Experiencias pedagógicas desarrolladas con el sector externo: Relación Universidad – Empresa / Emprendimiento	140
3.4.2.2.	Experiencias de aula significativas (Proyectos de Aula, Proyectos Integradores de Competencia y Retos)	141
3.5.	Componente de Interacción	142
3.5.1.	Vínculos Nacionales e Internacionales	142
3.5.2.	Participación en escenarios académicos	143
3.5.3.	Internacionalización del Currículo	144
3.5.4.	Desarrollo de Competencias en Segunda Lengua (Curriculares y Extracurriculares)	145
3.6.	Mecanismos de Evaluación	145
3.6.1.	Sistema de Evaluación de Resultados de Aprendizaje del programa académico	146
3.6.2.	Instrumentos y criterios de Evaluación del programa académico.	150
3.7.	Estrategias y planes de mejoramiento desarrollados por el programa académico	152
3.7.1.	Procesos de autoevaluación del programa	152
	Relación de Anexos	160
4.	ORGANIZACIÓN DE ACTIVIDADES ACADÉMICAS Y PROCESO FORMATIVO	161

4.1 Planeación de la Estructura Curricular	161
4.2 Pautas de estructuración de los programas	161
4.3 Modelo de créditos y distribución de horas de las actividades académicas.....	162
Principios del diseño en color	167
Color: Ambrose – Harris. Parramón, Barcelona, 2006. https://www.academia.edu/36954509/Color_Ambrose_y_Harris_pdf	167
Psicología del color. Heller,E.(2004) Editorial: Gustavo Gili. https://www.apadisenografico.com/psicologia-del-color-eva-heller-pdf/	167
Relación de Anexos	188
5. INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN Y/O CREACIÓN ARTÍSTICA Y CULTURAL	189
5.1. Investigación en la Fundación Universitaria Compensar	189
5.2. Ambiente Investigativo en el Programa Académico	190
5.3. Formación Investigativa en el Programa Académico de Diseño Visual	191
5.4. TIC en el desarrollo de la investigación en el Programa Académico	199
5.5. Grupos de Investigación Institucional y Articulación con Programa Académico	200
5.6. Proyectos y Resultados de Investigación del Programa Académico	203
5.7. Convenios, Redes o Alianzas Estratégicas en Investigación	205
5.8. Estímulos, Reconocimiento, Premios y Distinciones del Programa Académico	205
5.9. Docentes a Cargo del Fomento de la Investigación del Programa Académico	206
5.10. Plan de Investigación del Programa Académico	206
5.11. Presupuesto de Investigación del Programa Académico	207
Relación de Anexos	207
6. RELACIÓN DEL PROGRAMA CON EL SECTOR EXTERNO.	208
6.1. Actores, necesidades y expectativas y su relación con el programa para el desarrollo de actividades con el sector externo	224
6.2. Estrategias y/o actividades con el sector externo	224
6.3. Plan de actividades	226
Relación de Anexos	230
7. PROFESORES	231
7.1.1. Descripción del grupo de profesores con el que contará el programa, plan de vinculación y su composición en términos del tipo de contratación, vinculación y dedicación	231
7.1.2. Evidencias del cumplimiento de las políticas institucionales	240
7.2. Perfil de profesores	241
7.2.1. Descripción de los procesos para formular y actualizar los perfiles	241

7.2.2.	Descripción de los perfiles requeridos para los profesores que atenderán las labores formativas, académicas, docentes, científicas, culturales y de extensión	241
7.3.	Asignación y gestión de las actividades de los profesores	246
7.4.	Permanencia, desarrollo y capacitación profesoral	247
7.4.1.	Programas de formación y Capacitación	248
7.5.	Seguimiento y evaluación de profesores	249
	Relación de Anexos	251
8.	MEDIOS EDUCATIVOS	252
8.1.	Descripción de los medios educativos y cobertura	252
8.2.	Medios educativo y resultados de aprendizaje	271
8.3.	Medios educativos y barreras de acceso	271
8.4.	Formación del usuario	275
8.5.	Plan de mantenimiento, actualización y reposición para los próximos 7 años	277
8.6.	ESTRUCTURA DE LA VIRTUALIDAD	279
8.6.1.	Estructura de gestión	279
8.6.2.	Modelo de formación virtual	280
8.6.3.	Eje de Gestión Académica	281
8.6.4.	Eje de Gestión de Contenidos	285
8.6.5.	Eje de Gestión Tecnológica	286
8.6.6.	Gestión Operativa	287
	Relación de Anexos	288
9.	INFRAESTRUCTURA FÍSICA Y TECNOLÓGICA	289
9.1.	Descripción, caracterización y cobertura de la infraestructura física.	289
9.2.	Descripción, caracterización y cobertura de la infraestructura tecnológica	293
9.3.	Políticas de Gestión de recursos físicos y tecnológicos	295
9.4.	Descripción de los procesos de asignación de la infraestructura física y tecnológica a la comunidad académica para su uso	295
9.5.	Aseguramiento de infraestructura física	295
9.6.	Recursos físicos y barreras de acceso	295
9.7.	Disposición de espacios físicos y virtuales que le faciliten al estudiante la participación en comunidades de aprendizaje por fuera del aula, de tal forma que se soporte el tiempo de aprendizaje independiente	299
9.8.	Plan de mantenimiento, renovación y actualización	299
9.9.	Proyección de espacios físicos y tecnológicos a 7 años	302
	Relación de Anexos	313

Lista de Tablas

Tabla 1 Identificación del Programa Diseño Visual – Presencial - Virtual.....	18
Tabla 2 Identificación de la Tecnología en Gestión para Proyectos Web – Presencial y Virtual.....	19
Tabla 3 Programas afines Profesional Presencial.....	20
Tabla 4 Programas afines Profesional Virtual	20
Tabla 5 Programas afines Tecnólogo Presencial.....	20
Tabla 6 Programas afines Tecnólogo Virtual	21
Tabla 7 Análisis de Correspondencia a partir de la Denominación Diseño Visual	22
Tabla 8 Análisis de Correspondencia a partir de la Denominación Tecnología en Gestión para Proyectos Web.....	24
Tabla 9 Componentes de formación – Resolución 3463.....	28
Tabla 10 Marco Normativo	29
Tabla 11 Programas afines Profesional Presencial.....	31
Tabla 12 Programas afines Profesional Virtual	33
Tabla 13 Programas afines Tecnólogo Presencial	35
Tabla 14 Programas afines Tecnólogo Virtual.....	37
Tabla 15 Ranking de las 50 mejores universidades de diseño gráfico del mundo	40
Tabla 16 Características básicas programas de diseño a nivel mundial.....	41
Tabla 17 Total de programas de diseño gráfico y afines, según modalidad y nivel de formación.....	45
Tabla 18 Distribución de universidades Top 199, con programas de arte y diseño.....	46
Tabla 19 Listado de universidades latinoamericanas en el Top 199 – QS.....	46
Tabla 20 Estado actual de la formación en el campo de la profesión en el ámbito internacional.....	47
Tabla 21 Desagregación estudiantes graduados en Colombia de diseño gráfico y afines, según nivel de formación.....	48
Tabla 22 Resultados de búsqueda en portales de empleo Profesionales y tecnológicos	48
Tabla 23 Problemas, necesidades y soluciones en lo concerniente al campo disciplinar	54
Tabla 24 Análisis de Correspondencia a partir de la Justificación Profesional.....	58
Tabla 25 Análisis de Correspondencia a partir de la Justificación - Tecnología	59
Tabla 26 Inscritos Profesionales presencial	61
Tabla 27 Inscritos Profesionales virtuales.....	62
Tabla 28 Inscritos tecnólogos Presenciales.....	62
Tabla 29 Inscritos tecnólogos virtuales	63
Tabla 30 Estadísticas por departamento de Inscritos, matriculados y tasa de absorción Presencial profesional	64
Tabla 31 Estadísticas por departamento de Inscritos, matriculados y tasa de absorción profesional virtual.....	65
Tabla 32 Estadísticas por departamento de Inscritos, matriculados y tasa de absorción Tecnológica presencial.....	65
Tabla 33 Estadísticas por departamento de Inscritos, matriculados y tasa de absorción tecnología virtual.....	66

Tabla 34 Perfiles requeridos para profesionales en el portal empleo.com.....	68
Tabla 35 Perfiles requeridos en el portal empleo.com para tecnólogos.....	68
Tabla 36 Empleabilidad de profesionales y tecnólogos de la Ucompensar	69
Tabla 37 Salarios de profesionales y tecnólogos de la Ucompensar	70
Tabla 38 IBC y porcentajes de cotización entre graduados de programas de Diseño	72
Tabla 39 IBC y porcentajes de cotización entre graduados de programas Tecnólogo en diseño web. 72	
Tabla 40 Competencias Diseño Visual – Plan Vigente	75
Tabla 41 Promedio general autoevaluaciones	80
Tabla 42 Propuesta de modificaciones Diseño Visual.....	84
Tabla 43 Propuesta de modificaciones Tecnología en Gestión para Proyectos Web	85
Tabla 44 Integración de saberes disciplinares	86
Tabla 45 Análisis funcional. Campos del Diseño Visual según clasificación CINE 2024.....	89
Tabla 46 Análisis Funcional Profesional – Tunning	90
Tabla 47 Análisis Funcional Tecnología – Tunning.....	93
Tabla 48 Líneas de Formación Diseño Visual	93
Tabla 49 Líneas de Formación Tecnología en Gestión para Proyectos Web.....	94
Tabla 50 Directrices Institucionales	115
Tabla 51 Perfiles de programa	115
Tabla 52 Elementos conceptuales que constituyen el Mapa de Competencias y Resultados de Aprendizaje.	118
Tabla 53 Línea de Formación: Diseño y Expresión.....	119
Tabla 54 Línea de Formación: Gestión.....	120
Tabla 55 Línea de Formación: Proyectual	122
Tabla 56 Niveles de desempeño esperados por resultado de aprendizaje.....	125
Tabla 57 Ciclos propedéuticos	129
Tabla 58 Prerrequisitos y Correquisitos Diseño Visual.....	132
Tabla 59 Diseño Visual Plan de estudios y número de créditos presencial.....	133
Tabla 60 Diseño Visual Plan de estudios y número de créditos virtual.....	134
Tabla 61 Resultados procesos formativos	142
Tabla 62 Vínculos Nacionales e internacionales	142
Tabla 63 Participación en escenarios académicos	143
Tabla 64 Internacionalización de currículo	144
Tabla 65 Plan de evaluación de resultados de aprendizaje del programa.....	147
Tabla 66 Instrumentos de evaluación de resultados de aprendizaje	151
Tabla 67 Resultados de autoevaluación.....	153
Tabla 68 Consolidados resultados de autoevaluación	154
Tabla 69 Acciones de mejora	154
Tabla 70 Resultados obtenidos.....	155
Tabla 71 Acciones de mejora	156
Tabla 72 Procesos de autoevaluación.....	157
Tabla 73 Procesos de autoevaluación Diseño visual virtual.....	158
Tabla 74 Acciones de mejora	158
Tabla 75 Proceso de autoevaluación 2022	159
Tabla 76 Acciones de mejora	160

Tabla 77 Modelo de créditos y distribución de horas de interacción profesor – estudiante de acuerdo con la modalidad, nivel de formación y las prácticas:.....	162
Tabla 78 Distribución de Créditos de acuerdo con su naturaleza (Teórico, teórico-práctico, práctico)	163
Tabla 79 Distribución de Créditos de acuerdo con su naturaleza (Teórico, teórico-práctico, práctico) - Tecnología en Gestión de Proyectos Web	163
Tabla 80 Espacios Académicos por componente	175
Tabla 81 Líneas de formación y relación de cursos	181
Tabla 82 Articulación Investigación del Programa Académico de Diseño Visual.	191
Tabla 83 Cursos de investigación en plan de estudios.....	194
Tabla 84 Modalidad estrategia proyecto de aula	195
Tabla 85 Modalidad de Trabajos de Grado del Programa Académico de Diseño Visual.	196
Tabla 86 Semilleros de Investigación del Programa Académico de Diseño Visual	197
Tabla 87 Escenarios de divulgación de resultados de investigación	198
Tabla 88 Aliados externos en la ruta de investigación.....	199
Tabla 89 Herramientas tic para apoyo del desarrollo de la investigación	200
Tabla 90 Grupos de investigación UCompensar	200
Tabla 91 Articulación Programa Académico a Grupo de Investigación.....	201
Tabla 92 Ficha técnica Grupo de Investigación ICOM.....	201
Tabla 93 Investigadores Categorizados Grupo de Investigación ICOM.....	202
Tabla 94 Semilleros de Investigación Grupo de Investigación ICOM	202
Tabla 95 Productos Resultado de Investigación Grupo de Investigación ICOM.....	202
Tabla 96 Productos TOP de Nuevo Conocimiento Grupo de Investigación ICOM	202
Tabla 97 Resultados de Investigación Transferidos Grupo de Investigación	203
Tabla 98 Proyectos de investigación del Programa Académico de Diseño Visual.	203
99 Tabla proyectos de investigación con financiación externa Programa de Diseño Visual.....	204
Tabla 100 Investigadores Categorizados Programa Académico de Diseño Visual.....	204
Tabla 101 Productos Resultado de Investigación Programa Académico de Diseño Visual.	204
Tabla 102 Productos TOP de Nuevo Conocimiento Programa Académico de Diseño Visual.	204
Tabla 103 Resultados de Investigación Transferidos Programa Académico de Diseño Visual.....	205
Tabla 104 Convenios, Redes, Alianzas Estratégica en Investigación del Programa Académico de Diseño Visual.....	205
Tabla 105 Estímulos y Reconocimientos del Programa Académico de Diseño Visual	205
Tabla 106 Premios, Distinciones o Reconocimientos del Programa Académico de Diseño Visual	206
Tabla 107 Docentes a cargo del fomento de investigación en el Programa Académico de Diseño Visual.	206
Tabla 108 Apuesta Estratégica Investigación Programa Académico de Diseño Visual	206
Tabla 109 Presupuesto destinado a la investigación en el Programa Académico de Diseño Visual. ...	207
Tabla 110 Modalidad que los estudiantes realizaron la materia práctica, 2021 – 2023.....	209
Tabla 111 Practicantes del programa de Diseño visual modalidad Presencial, 2019 – 2024	210
Tabla 112 Satisfacción Práctica programa de Diseño visual modalidad Presencial, 2019 – 2024	210
Tabla 113 Empresas con Practicantes del programa de Diseño visual modalidad Presencial, 2019 – 2024	210
Tabla 114 Practicantes del programa de Diseño visual modalidad Virtual, 2019 – 2024	210
Tabla 115 Satisfacción Práctica programa de Diseño visual modalidad Virtual, 2019 – 2024.....	211

Tabla 116 Empresas con Practicantes del programa de Diseño visual modalidad Virtual, 2019 – 2024	211
Tabla 117 Convenios y Alianzas Estratégicas Del Programa	211
Tabla 118 Formación continua del programa de Diseño visual modalidad Presencial, 2019 – 2024.	215
Tabla 119 Formación continua del programa de Diseño visual modalidad Virtual, 2019 – 2024.....	216
Tabla 120 Movilidad entrante y saliente del programa Diseño visual modalidad Virtual, 2019 – 2024	218
Tabla 121. Aliados en el fortalecimiento institucional para el programa de diseño.....	220
Tabla 122 Participación Del Programa En Redes Y Asociaciones	221
Tabla 123 Proyección de los 7 Años Plan de internacionalización	222
Tabla 124 Plan relación con el sector externo 2025-2032.....	226
Tabla 125 Profesor por nivel de formación.....	232
Tabla 126 Profesor por contratación	232
Tabla 127 Profesor por dedicación	232
Tabla 128 Relación alumno docente*	232
Tabla 129 Profesor por dedicación Transversal	233
Tabla 130 Planta Profesoral del Programa en la vigencia de su registro calificado	234
Tabla 131. Profesores del Programa Dedicación-Tipo de contratación.....	236
Tabla 132 Docentes de Diseño Visual, asignación por funciones sustantivas.....	237
Tabla 133 Proyección de estudiantes de Programa Diseño Visual Presencial	240
Tabla 134 Proyección de estudiantes de Programa Diseño Visual - Virtual.....	240
Tabla 135 Profesores del Programa – Nivel de Formación y Experiencia	242
Tabla 136 Relación de horas para funciones sustantivas.....	246
Tabla 137 Plan de formación docente a 7 años	248
Tabla 138 Herramientas utilizadas por la Facultad.....	260
Tabla 139. Software especializado para el programa	261
Tabla 140. Plan de inversión en Software especializado para el programa.....	261
Tabla 141 Disponibilidad los Recursos Bibliográficos Fundación Universitaria Compensar.	264
Tabla 142 Estadísticas de Consulta Recursos Digitales e Impresos CRAI	265
Tabla 143 Disponibilidad Títulos por Área de Conocimiento Programa de Diseño Visual por Ciclos Propedéuticos.....	266
Tabla 144 Uso de Recursos Electrónicos (BD) Programa Diseño Visual.....	268
Tabla 145 Estadísticas de Uso de los Recursos Bibliográficos Disponibles Programa.....	269
Tabla 146. Plan de inversión en Recursos Bibliográficos	269
Tabla 147 Inversión Institucional Efectuada en Recursos Bibliográficos	269
Tabla 148 Inversión Institucional Efectuada en Recursos Bibliográficos para el programa Diseño Visual	270
Tabla 149. Actividades de inclusión del Programa modalidad presencial y virtual	271
Tabla 150 Resultados participaciones en actividades de formación integral	272
Tabla 151 Resultados participaciones del programa en actividades de Bienestar modalidad presencial	272
Tabla 152 Resultados participaciones del programa en actividades de Bienestar modalidad virtual	273
Tabla 153. Actividades de proyección social con grupos sociales en condición de vulnerabilidad	274
Tabla 154 Estadística de Asistencia a espacios de Formación CRAI.....	276
Tabla 155 inversiones adquisición y renovación de medios educativos 7 años.	279

Tabla 156. Recursos físicos para actividades formativas.	289
Tabla 157. Relación de políticas y procedimientos.....	289
Tabla 158. Usabilidad para actividades formativas.....	292
Tabla 159 Laboratorios para Diseño Visual Sede Teusaquillo.....	292
Tabla 160.Ciclo de Vida Proyecto Campus.....	305

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1 Promedio de créditos profesional presencial	32
Ilustración 2 Promedio de semestres profesional presencial	32
Ilustración 3 Oferta por ciudades profesional presencial	33
Ilustración 4 Rango de créditos profesional virtual	34
Ilustración 5 Semestres profesional virtual	34
Ilustración 6 Oferta por ciudades virtual	34
Ilustración 7 Rango de créditos tecnología presencial	36
Ilustración 8 Oferta por ciudades tecnología presencial	36
Ilustración 9 Oferta según modalidad tecnología.....	37
Ilustración 10 Oferta por ciudades tecnología virtual	38
Ilustración 11 cantidad de créditos tecnología virtual.....	38
Ilustración 12 Egresados según OLE hombres y mujeres.....	42
Ilustración 13 Egresados según OLE por región.....	42
Ilustración 14 Egresados según OLE.....	43
Ilustración 15 Egresados según OLE 2018- 2021	43
Ilustración 16 Egresados según OLE rango salarial	44
Ilustración 17. Sistema de Alertas tempranas.	67
Ilustración 18 Gestión de la Permanencia UCompensar.....	67
Ilustración 19 Egresados según OLE rango salarial Profesionales y Tecnológicos	70
Ilustración 20 Egresados según OLE rango salarial Profesional	71
Ilustración 21 Egresados según OLE rango salarial Tecnológicos	71
Ilustración 22 Acciones y estrategias de mejoramiento curricular	82
Ilustración 23 Etapas de la actualización curricular en UCompensar	113
Ilustración 24 Plan de estudios.....	132
Ilustración 25 Proceso de evaluación	146
Ilustración 26 Modelo Institucional de Syllabus imagen 1	177
Ilustración 27 Modelo Institucional de Syllabus imagen 2	178
Ilustración 28 Modelo Institucional de Syllabus imagen 3	179
Ilustración 29 Modelo Institucional de Syllabus imagen 4	180
Ilustración 30 Modelo Institucional de Syllabus imagen 5	180
Ilustración 31 Tipo de investigación, criterios y alcance de la investigación en UCompensar.....	190
Ilustración 32 Ruta de formación investigativa de la malla curricular propuesta, describiendo los espacios académicos de la estrategia de formación.....	192
Ilustración 33 Espacios académicos que desarrollan y soportan procesos investigativos relacionados con la línea de investigación del programa.....	192
Ilustración 34 Espacios académicos que inciden o desarrollan procesos de indagación e investigación relacionados con el subtema de investigación Multimedia y diseño interactivo	193

Ilustración 35 Espacios académicos que inciden o desarrollan procesos de indagación e investigación relacionados con el subtema de investigación Multimedia y diseño interactivo	193
Ilustración 36 Espacios académicos que inciden o desarrollan procesos de indagación e investigación relacionados con el subtema de investigación Diseño Universal e Inclusivo	194
Ilustración 37 Modelo de relacionamiento Universidad / Empresa / Organizaciones (circulo de relacionamiento).....	208
Ilustración 38 Participación de los estudiantes del programa	213
Ilustración 39 Mejora del nivel de ingles	213
Ilustración 40 estrategia de medición.....	214
Ilustración 41 Participación Movilidad.....	217
Ilustración 42 Caracterización grupo docente	231
Ilustración 43 Resumen de aplicaciones fundamentales	252
Ilustración 44 Acceso a la solución SIAF.....	253
Ilustración 45 Visual externa de la solución CRM	254
Ilustración 46 Acceso e información de otras dependencias en CAMPUS VIRTUAL	254
Ilustración 47 Visual del inicio de la página web.....	255
Ilustración 48 Esquema del proceso de Conduit.....	256
Ilustración 49 Visualización Webex.....	257
Ilustración 50 Visualización Intelliboard	258
Ilustración 51 Visualización informe Turnitin.....	259
Ilustración 52 Flujo de atención de requerimientos de la Mesa Integral de Servicio	260
Ilustración 53 Ecosistema de recursos para el aprendizaje y la investigación	262
Ilustración 54 Accesibilidad a recursos	264
Ilustración 55 APP “Alza la Mano”	275
Ilustración 56 renovación del plan estratégico de TI 2023-2025	278
Ilustración 57 PETI en ejecución	278
Ilustración 58 Proyección renovación de salas de cómputo 2019-2024.....	279
Ilustración 59 Ejes de Gestión de Educación Virtual	280
Ilustración 60 Modelo de formación virtual	281
Ilustración 61 Actores que intervienen en proceso inicial de formación en la modalidad virtual	282
Ilustración 62 Encuentros sincrónicos según número de créditos.....	283
Ilustración 63 Protocolo para encuentros sincrónicos.....	284
Ilustración 64 Ruta general del docente- tutor en el proceso formativo.....	284
Ilustración 65 Modelo ADDIE.....	285
Ilustración 66 Etapas de modelo ADDIE.....	286
Ilustración 67 Sede Teusaquillo	290
Ilustración 68 laboratorios, auditorios, áreas de servicio y bienestar	290
Ilustración 69 Laboratorios y espacios especializados	291
Ilustración 70 Salas Duales y de Computo	291
Ilustración 71 Espacios al aire libre de uso múltiple	291
Ilustración 72 Asignación y accesibilidad de espacios.....	292
Ilustración 73 Topología en Datacenter de los servicios de UCompensar	294
Ilustración 74 Política de protección de datos personales.	294
Ilustración 75 Accesos peatonales	296
Ilustración 76 Vado peatonal en la carrera 17 con calle 32.....	296



Ilustración 77. Ingreso a las instalaciones de la Institución	297
Ilustración 78 Rampas de acceso	297
Ilustración 79 . Auditorio	297
Ilustración 80 Ascensor	298
Ilustración 81 Acceso baños.....	298
Ilustración 82 distribución inversión en infraestructura	300
Ilustración 83 Recursos físicos para actividades formativas.	300
Ilustración 84. Sede Teusaquillo	301
Ilustración 85 Aplicative MIS	301
Ilustración 86. Pilares de proyección de espacios a 7 años	302
Ilustración 87. Plan de Gestión del proyecto	303
Ilustración 88. Plan de Gestión del proyecto	304
Ilustración 89 Avance del proyecto.....	305
Ilustración 90 Proyección de Espacios Facultad de Comunicación – Proyecto Campus.	306
<i>Ilustración 91 Laboratorio de Producción Audiovisual</i>	<i>306</i>
<i>Ilustración 92 Laboratorio de Fotografía Digital.....</i>	<i>308</i>
<i>Ilustración 93 Laboratorio de Medios</i>	<i>311</i>

PRESENTACIÓN

Este documento contiene la información exigida por el Ministerio de Educación Nacional (MEN) para la solicitud de renovación del Registro Calificado del Programa de Comunicación Social. Este proceso se realiza en cumplimiento de la **Ley 1188 del 25 de abril de 2008**, que establece los lineamientos para la obtención y renovación de registros calificados, y del **Decreto Único Reglamentario del Sector Educación (Decreto 1075 de 2015)**, en particular, el **artículo 2.5.3.2.6.3** de dicho decreto que establece los criterios de evaluación de las condiciones de calidad de los programas académicos, asegurando que cumplan con los estándares necesarios para su oferta en el país. Este documento también tiene en cuenta las modificaciones introducidas por el **Decreto 1330 del 26 de julio de 2019**, que busca fortalecer la calidad de la educación superior, con el objetivo de garantizar que el programa continúe formando profesionales con las competencias necesarias para el campo específico.

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA COMPENSAR

La Fundación Universitaria Compensar es una Institución de Educación Superior creada bajo la Ley 30 de 1992, con domicilio principal en Bogotá, entidad privada, de utilidad común, sin ánimo de lucro, con personería jurídica reconocida mediante las Resoluciones No. 23.635 de diciembre 23 de 1981, No. 2.040 del 8 de junio de 1995, No. 2.194 del 18 de septiembre de 2002 y 12.455 del 9 de julio de 2020; expedidas por el Ministerio de Educación Nacional e identificada con el NIT 860.506.140-6. Actualmente la Fundación Universitaria Compensar hace presencia con más de 9319 estudiantes, en 62 programas con registros calificados vigentes en las sedes de Bogotá y Meta, en modalidades presencial y virtual, cuyo desarrollo se sustenta en superar las condiciones mínimas de calidad, mediante la articulación de las funciones sustantivas, la formación docente y una importante inversión tecnológica.

La Institución proyecta innovación y ampliación de la cobertura, planifica y diseña nuevas propuestas académicas soportadas en el análisis de contexto y estudio de mercado, las cuales están validadas por el sector productivo. Como resultado de este proceso se presenta a consideración de la Sala, el documento maestro con sus respectivos soportes para el programa académico de pregrado de Comunicación Social.

Como respuesta al estudio de tendencias disciplinares, tecnológicas y aquellas asociadas al mercado laboral en relación con el campo de la comunicación, el Programa de Comunicación Social pretende formar profesionales líderes en procesos de comunicación en el sector productivo que fortalezcan el posicionamiento, la identidad y las relaciones de las organizaciones con sus diversos públicos.

Ahora bien, a través de una formación integral, el programa desarrolla conocimientos para la creación, gestión y análisis de contenidos digitales multicanal y multiplataforma, en contextos altamente cambiantes, en sinergia con las disposiciones establecidas por el gobierno nacional para el cumplimiento de las exigencias en relación con la calidad para la educación superior y en concordancia con la filosofía Institucional explícita en el proyecto educativo institucional.

En concordancia con lo anterior se elabora el presente documento maestro para el programa de Comunicación Social, el cual se estructura con base en los lineamientos de la Ley 1188 de 2008 *“por la cual se regula el registro calificado de los programas de Educación Superior y se dictan otras disposiciones”*, el Decreto 1330 de 2019, *“por el cual se reglamenta el registro calificado, la oferta y desarrollo de programas académicos de Educación Superior”* y *evaluación de las condiciones de calidad de programa reglamentadas en el Decreto 1075 de 2015, modificadas por el Decreto 1330 de 2019, para la obtención, modificación y renovación del registro calificado”*.



Descripción de la Facultad y estructura para la gestión del programa

La Facultad de Ciencias Sociales y de la Educación creada el año 2019 mediante Actas 2019/07/29 del Consejo Académico y 216 del 15 de agosto de 2019 del Consejo Directivo, tiene su origen en el año 1992, cuando la institución cambia su carácter de institución Técnica a institución Tecnológica, obteniendo un código especial del ICFES para ofrecer las Licenciaturas en Preescolar, Básica Primaria y Básica Secundaria en convenio con la Universidad de San Buenaventura.

Con el compromiso permanente hacia la calidad, en 1998 logra la acreditación de la Licenciatura en Educación Preescolar y desde allí ha obtenido la aprobación de los diferentes procesos de renovación de registro calificado.

Con el fin de contribuir a las diferentes políticas nacionales e internacionales, en el año 2011 se obtiene el Registro Calificado para el programa de Inglés y Bilingüismo y desde el año 2018 la Licenciatura en Educación Infantil se enfoca en la formación de maestros con un fuerte énfasis en diversidad e inclusión social, como una “apuesta para formar docentes que puedan hacer lectura de contextos desde la realidad de las infancias y como desde allí enseñar, evaluar, formar e investigar para la población infantil”.

En la actualidad, la facultad cuenta con los siguientes pregrados: en la sede de Bogotá en formación presencial, Licenciatura en Bilingüismo con Énfasis en inglés, Licenciatura en Educación Infantil, Profesional en Lenguas, Profesional en Deporte y Actividad Física, Comunicación Social, Comunicación Política y Gobierno y Diseño Visual. En formación virtual, los pregrados de Diseño Visual y Profesional en Lenguas. En la sede Meta, en formación presencial, Licenciatura en Bilingüismo con Énfasis en Inglés y Licenciatura en Educación Infantil.

Igualmente, oferta posgrados en formación presencial y virtual: Especialización en Gerencia de la Comunicación Estratégica y Especialización en Narrativas y Leguajes Digitales.

La Facultad de Ciencias Sociales y de la Educación desarrolla el modelo Universidad–Empresa con el propósito de preparar a sus estudiantes para enfrentar los retos de la productividad y la competitividad en el mundo actual. Este modelo se alinea con las "Habilidades del Siglo XXI" propuestas por la Unesco, donde la comunicación desempeña un papel crucial como motor de transformación social y se promueven cambios profundos tanto individuales como sociales, generando espacios para el diálogo, la creatividad y la concertación, esenciales para la evolución cultural.

El enfoque pedagógico de la facultad, basado en el socio-constructivismo, reconoce el valor del talento humano, tanto de docentes como de estudiantes. Éstos deben estar preparados para abordar contextos sociales diversos, con una mentalidad innovadora, crítica y flexible, y una actitud abierta hacia lo intercultural. La facultad busca que sus estudiantes no solo adquieran conocimientos técnicos, sino que también desarrollen habilidades para construir proyectos de vida integrales que sean productivos y empresariales. A través de esta formación integral, que combina el conocimiento académico con principios éticos y valores fundamentales, la facultad aspira a formar ciudadanos capaces de actuar con responsabilidad social, autonomía de pensamiento y un fuerte compromiso con la justicia y el bienestar común. Estos egresados destacan por su creatividad, iniciativa personal y capacidad crítica, preparados para afrontar los desafíos sociales y contribuir de manera significativa a la transformación de su entorno.

1. DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA

A continuación, se presentan la identificación del programa de Comunicación Social en modalidad híbrida.

Tabla 1 Identificación del Programa Comunicación Social – Híbrido

IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA	
Comunicación Social (Híbrido)	
Institución Universitaria	Fundación Universitaria Compensar
Domicilio Principal	Bogotá, Av. 68 #68b-10, Bogotá (Campus)
Página Web	https://ucompensar.edu.co/
Nombre del Programa Académico	Comunicación Social
Título que Otorga	Comunicador social
Duración estimada del programa	8 semestres
Campo Amplio del Conocimiento	Ciencias Sociales, Periodismo y Comunicación
Campo Específico del Conocimiento	Periodismo e Información
Campo Detallado del Conocimiento	Periodismo, Comunicación y Reportajes
Porcentaje de Inclusión Tecnológica	20 % en la modalidad presencial
Periodicidad de Admisión	Semestral
Número de estudiantes primer periodo	45
Norma interna de creación del programa	Resolución No. 10 del 15 de octubre de 2025
Registro Calificado vigente No.	15894 del 18 de diciembre de 2019 – Vigencia de 7 años
Código SNIES	108957
Lugar de oferta del programa	Bogotá
Nivel de Formación	Profesional
Modalidad	Híbrida
Duración del programa en semestres	8 semestres
Créditos Académicos Plan de Estudio	143
Créditos obligatorios	121
Créditos electivos	22
Total créditos	143
Director del Programa académico	Diana Elizabeth Ruiz Herrera
Facultad a la que está adscrito el Programa	Facultad de Ciencias Sociales y de la Educación
Dirigido a	El aspirante al programa de Comunicación Social se perfila a partir de tres categorías, a saber: Conocimientos básicos: En lectura, escritura, oralidad, argumentación y lectura del contexto. Intereses: El aspirante al programa de Comunicación Social debe tener intereses en: Lectura, escritura, generación de contenido, disfrute de las tecnologías relacionadas con la producción mediática, sensibilidad en la comprensión de fenómenos sociales y en el conocimiento en interacción de diversas ciencias sociales. Capacidades, habilidades y aptitudes: Creatividad, trabajo en equipo, inquietud por el conocimiento, interés por la producción mediática, transmedial, análoga y digital. Capacidad de adaptación y recursividad frente a emergencias de cambios en el ecosistema comunicativo, creación de relatos, mensajes y narrativas. Autonomía, compromiso con la diversidad la inclusión y la dignidad humana.

Fuente: Programa, 2025



1.1. Análisis Justificación de la Denominación y Título a Otorgar

La denominación académica del programa de Comunicación Social y su correspondiente titulación, responde a la naturaleza, duración, nivel y modalidad establecido para el perfil.

A continuación, se describirán las ofertas a nivel nacional de programas afines en nivel profesional; todas las tablas están relacionadas con el área de conocimiento de la comunicación, específicamente en la denominación de Comunicación Social. La información de las tablas se obtuvo a través del Sistema Nacional de Información de Educación (SNIES) en abril del 2025.

En la tabla 3 se puede observar la oferta de programas de Comunicación Social en el nivel de formación profesional modalidad presencial.



Tabla 2. Programas afines Comunicación Social

Institución	Nombre	Lugar de desarrollo	Modalidad	Duración	Créditos
Universidad del Valle	Comunicación Social	Cali	Presencial	10 semestres	170
Universidad EAFIT	Comunicación Social	Medellín	Presencial	8 semestres	145
Universidad del Norte	Comunicación Social	Barranquilla	Presencial	8 semestres	146
Universidad de La Sabana	Comunicación Social y Periodismo	Chía (Cundinamarca)	Presencial	9 semestres	163
Pontificia Universidad Javeriana	Comunicación Social	Bogotá y Cali	Presencial	8 semestres	255
Politécnico Grancolombiano	Comunicación Social	Bogotá y virtual	Presencial / Virtual	8 semestres	144
Uniminuto	Comunicación Social	Bogotá (y multicampus nacional)	Presencial / Distancia / Virtual	10 semestres	160
Universidad Cooperativa de Colombia	Comunicación Social	Bogotá, Medellín y multicampus	Presencial	8 semestres	144
Universidad Central	Comunicación Social y Periodismo	Bogotá	Presencial	8 semestres	144
Universidad Santo Tomás	Comunicación Social	Bogotá (y otras sedes)	Presencial	10 semestres	160
Universidad Sergio Arboleda	Comunicación Social y Periodismo	Bogotá (y Santa Marta)	Presencial	8 semestres	144

Fuente: Construcción propia, 2025

Estos programas se han seleccionado con el fin de reconocer elementos referentes del comportamiento de la oferta en la formación de comunicadores sociales, como es el caso de Universidad del Valle, Uniminuto, Santo Tomás y Cooperativa, en la medida que estas instituciones en sus programas de comunicación cuentan con líneas de formación orientadas al compromiso social e inclusivo, por lo que cuentan con un espíritu crítico y transformador, y una comprensión de la comunicación como herramienta de cambio social, educación popular y desarrollo comunitario. Estos programas, además, se enfocan en la acogida de estudiantes de sectores diversos orientados a su función social sin perder de vista la empleabilidad, siendo en este componente de gran valor de aprendizaje para UCompensar, además de facilitar un análisis de la pertinencia del modelo híbrido como propuesta de UCompensar que equilibra la inclusión social con la formación práctica y empresarial.

En el caso de la Universidad Javeriana, Sabana, del Norte, EAFIT y Sergio Arboleda, los programas de estas instituciones se reconocen como referentes nacionales de calidad, innovación y empleabilidad, por lo que el lugar de reconocimiento por sus trayectorias consolidadas en el periodismo, comunicación organizacional y medios digitales, plantean importantes rutas de las cuales, tras el análisis de sus diseños curriculares, se ha aprendido para la generación del programa de Comunicación Social de la UCompensar, por ejemplo, con la inclusión de la tendencia al enfoque empresarial y digital que tiene el programa que se presenta como respuesta a una tendencia clara de la formación en los programas de Comunicación.

Finalmente, en el caso del Grancolombiano y la Central, los modelos de educación relacionados con la ciudad y la práctica con presencia virtual, enfocados en la capacidad de adaptación tecnológica, orientación a industrias creativas y la formación por competencias han permitido comparar la dimensión digital y multimodal del programa, donde la incorporación de la línea de aprendizaje experiencial y los laboratorios vivos son la materialización de estos aprendizajes.

De este ejercicio de análisis de programas locales y nacionales, se logró reconocer cómo el programa de UCompensar permite materializar un equilibrio entre la tradición y modernidad del campo, siendo no solo competitiva en el campo respetando los valores epistémicos del conocimiento mismo, sino además, incorporando elementos que emergen del contexto productivo nacional en concordancia con la apuesta institucional de Universidad Empresa, en especial mediante la experiencia en laboratorios



vivos orientados a la producción de contenidos en diversos tipos de medios, con mensajes coherentes y en el enfoque de la producción de mediaciones coherentes, para contextos como el ejercicio del periodismo y la comunicación estratégica en el sector productivo nacional.

1.2. Análisis de Correspondencia de la Denominación

La denominación del programa de Comunicación Social se corresponde con el propósito de propósito formar profesionales líderes en procesos de comunicación en el sector productivo que fortalezcan el posicionamiento, la identidad y las relaciones de las organizaciones con sus diversos públicos. A través de una formación integral, el programa desarrolla conocimientos para la creación, gestión y análisis de contenidos digitales multicanal y multiplataforma, en contextos altamente cambiantes.

Ahora bien, el alcance de la denominación del programa de Comunicación Social se relaciona con el área de formación, perfiles, competencias, actividades académicas y estrategias pedagógicas; las cuales se encuentran enfocadas en formar comunicadores sociales con visión estratégica, ética y crítica que lideren procesos de comunicación en contextos corporativos y gestionen contenidos a partir del uso de tecnologías y herramientas coherentes con el contexto, orientando su labor a la solución de necesidades comunicativas en organizaciones empresariales, sociales y mediáticas.

De otra parte, en esta apuesta de Renovación se estructuran dos líneas de profundización coherentes con la trayectoria y tendencias del campo de la comunicación a saber: Comunicación estratégica y Periodismo. Estas dos profundizaciones están estrechamente articuladas con las dos líneas de formación del componente de formación denominadas **“Generación de contenidos multiplataforma periodísticos y corporativos, y Comunicación y relacionamiento estratégico”**.

La denominación del programa “Comunicación Social” se ha establecido en concordancia con los perfiles profesionales y de salida requeridos para el desarrollo de este campo del conocimiento, como resultado del análisis epistemológico de dichas tendencias y la revisión detallada de referentes como la Clasificación Única de Ocupaciones para Colombia (CUOC), el Marco Nacional de Cualificaciones y las apuestas actuales de asociaciones y redes como AFACOM y FELAFACS como referentes nacionales e internacionales en la formación de comunicadores sociales. Estos análisis se ven reflejados en la coherencia y estructura del diseño curricular del programa de Comunicación Social en la construcción de las competencias y los perfiles de egreso y ocupacional. Este Análisis Funcional se encuentra en el Anexo 3.3.

A continuación, se detalla el análisis de correspondencia.

Tabla 3. Análisis de Correspondencia a partir de la Denominación Comunicación Social

Perfil de Egreso Profesional	Competencia Profesionales	Asignaturas que intervienen	Dimensión cognitiva (Bloom)	Resultado de aprendizaje
El Comunicador Social de la Fundación Universitaria Compensar: a) Produce contenidos	Produce contenidos comunicativos en diferentes formatos, lenguajes, narrativas y plataformas con el fin de comunicar de manera oportuna, efectiva, pertinente y responsable	Taller de lenguajes y narrativas Expresión y comunicación Redacción Taller Escrituras creativas	Distinguir	Distingue las características y posibilidades comunicativas de los diferentes lenguajes y narrativas, para expresar ideas e informaciones y construir mensajes comunicativos multiplataforma, basados en el desarrollo y estudio de los lenguajes desde el arte hasta los medios de comunicación y las teorías de la narratología.



comunicativos en diferentes formatos, lenguajes, narrativas y plataformas con base en la incorporación de tecnologías emergentes. b) Interpreta las informaciones y datos de la realidad para tomar decisiones frente a la publicación y gestión de contenidos comunicativos.	la información y los mensajes que los diferentes tipos de públicos necesitan, basados en los principios de la redacción, la producción, lenguajes y narrativas, el contexto social y las últimas tendencias de la ecología de los medios y las tecnologías emergentes			
		Taller de Narrativas Convergentes Storytelling estratégico Diseño Básico Diseño Digital I	Aplicar	Distingue las características y posibilidades comunicativas de los diferentes lenguajes y narrativas, para expresar ideas e informaciones y construir mensajes comunicativos multiplataforma, basados en el desarrollo y estudio de los lenguajes desde el arte hasta los medios de comunicación y las teorías de la narratología.
		Taller de periodismo Taller de Entrevista y noticia Taller de crónica y reportaje Periodismo digital Producción periodística Taller de crónica y reportaje Periodismo digital Producción periodística	Aplicar	Produce de manera clara, precisa y veraz, informaciones periodísticas multiplataforma en diferentes géneros, formatos, que den cuenta del acontecer y las problemáticas de la realidad, con el fin de consolidar una opinión pública informada capaz de tomar decisiones en la sociedad, basados en los estudios de periodismo, las experiencias, publicaciones y manuales de estilo de los diferentes medios
		Sujeto, cuerpo y comunicación Semiótica y cultura Ecología de medios Opinión pública Investigación en Comunicación	Aplicar	Construye mensajes e historias aprovechando las características y posibilidades comunicativas de los diferentes lenguajes y narrativas, con el fin de llegar de manera adecuada y responsable a los diferentes públicos, cumpliendo un objetivo comunicacional, basados en las teorías de la comunicación.
c) Analiza las características y problemáticas de los procesos de comunicación en organizaciones, desde su naturaleza y estructura. d) Genera procesos de relacionamiento entre diferentes públicos, actores y organizaciones sociales, entendiendo sus contextos pluriculturales. e) Propone y coordina planes y proyectos de comunicación corporativa, institucional, empresarial y social, en equipos de trabajo, de acuerdo con principios de sostenibilidad. f) Desarrolla investigación aplicada en el área de la comunicación.	Diseña procesos de comunicación estratégica en las empresas y organizaciones de todos los sectores, teniendo en cuenta su naturaleza, estructura, necesidades y problemáticas, para generar acciones comunicativas responsables, que contribuyan al mejoramiento de sus procesos encaminados al logro de metas y objetivos particulares, basados en la aplicación de metodologías de diagnóstico organizacional y una lectura juiciosa del contexto en el que dichas organizaciones se insertan.	Redes y contextos Comunicación estratégica Comunicación, reputación y gobierno corporativo	Analizar	Revisa los conceptos básicos que caracterizan los procesos de comunicación en las organizaciones, tanto internos como externos, para diagnosticar, analizar y consolidar planes de comunicación pertinentes para el desarrollo de la organización, basados en el estudio de las distintas teorías organizacionales de la comunicación y sus casos de aplicación.
		Gestión de la comunicación Públicos, eventos y Relaciones Públicas Comunicación interna y endomarketing Comunicación y gestión de crisis	Analizar	Ejecuta diferentes acciones comunicativas dentro de las organizaciones, bajo lineamientos y protocolos, como eventos, planes de medios, mapa de stakeholders, redes y comunicaciones de manera responsable, encaminados al logro del cumplimiento de metas y objetivos de la organización.
		Comunicación estratégica de Marketing Comunicación, imagen y posicionamiento Prospectiva y planificación de la comunicación	Aplicar	Propone procesos integrales de diseño de producto y gestión estratégica y de marca adaptados a las necesidades de comunicación y respetuosos de los códigos éticos digitales utilizando herramientas analógicas y digitales, aplicando principios de composición, interacción y coherencia conceptual



	Crea mensajes, contenidos e informaciones a partir de la interpretación, análisis y selección de datos, para su divulgación a los diferentes públicos sociales o empresariales, en contexto y con sentido crítico, a través de diferentes medios y plataformas y el relacionamiento permanente con las organizaciones y sus necesidades y basados en el estudio y desarrollo de metodologías de investigación adaptadas a los desarrollos digitales.	Laboratorio de Fotografía y realidad Laboratorio de pre-producción audiovisual Laboratorio de postproducción y medios	Realizar	Elabora mensajes, contenidos y narrativas haciendo uso de todos sus elementos y características, para comunicarlos de manera ética por diferentes medios y plataformas, con base en una lectura crítica de la realidad y la aplicación de metodologías para la caracterización y el diagnóstico organizacional desde la perspectiva de la comunicación.
		Laboratorio de Locución y Producción Sonora Laboratorio de Podcast y narrativas sonoras Laboratorio de Producción de contenidos digitales Laboratorio de comunicación inmersiva (RA, RV, IA)	Aplicar	Realiza con creatividad, responsabilidad y conocimiento de la realidad organizacional productos audiovisuales, sonoros, escritos, digitales, para comunicar informaciones, contenidos o mensajes, teniendo como punto de partida las reflexiones propias de las Teorías de la Comunicación.
		Proyectos estratégicos y propectiva Comunicación para el cambio social	Aplicar	Proyecta nuevas propuestas, planes o proyectos en medios y organizaciones, para generar posibilidades de innovación y transformación en la formulación de soluciones de comunicación en la sociedad y el sector productivo, a partir de la creación de mensajes comunicativos éticos, creativos y de calidad,
		Taller de Visualización de datos y toma de decisiones Diseño UX - UI	Aplicar	Busca y valida datos en diferentes fuentes responsablemente, a partir de su selección, organización y análisis, para construir nuevos mensajes e informaciones, basado en el estudio de las herramientas de análisis de investigación social y digital para la toma de decisiones.

Fuente: Elaboración propia a partir de Mapa de Competencias, 2025

El Programa de Comunicación Social, en su ejercicio de Renovación del Registro Calificado, apunta a una formación disciplinar con tres líneas claras a saber: Generación de contenidos multiplataforma periodísticos y corporativos, y Comunicación y relacionamiento estratégico y Laboratorios Vivos (Aprendizaje experiencial), las cuales surgen del análisis detallado de tendencias académicas, formativas, de investigación y del mercado laboral revisadas en el proceso de Renovación del Registro Calificado. Igualmente, el programa ha mantenido, como parte de su tradición, la formación en temas de comunicación en las organizaciones, gestión de la comunicación, comunicación estratégica, como parte de la memoria del programa.

De este modo, el programa de Comunicación Social de la Fundación Universitaria Compensar, desarrolla sus contenidos curriculares en componentes específicos del campo del conocimiento que son consecuentes y pertinentes de cara a las tendencias y los cuales mantienen la memoria, experiencia y tradición del programa. Con este panorama integral y holístico de formación, que además articula la formación transversal propia del ADN institucional, se logran importantes avances respecto de la consolidación de perfiles de egreso y ocupacionales pertinentes respecto de las necesidades del entorno, orientados espacialmente, por las siguientes tres categorías:

1. **Generación de contenidos multiplataforma periodísticos y corporativos** Será experto en producir contenidos comunicativos en diferentes formatos, lenguajes, narrativas y plataformas con el fin de comunicar de manera oportuna, efectiva, pertinente y responsable la información y los mensajes que los diferentes tipos de públicos necesitan, basados en los principios de la redacción, la

producción, lenguajes y narrativas, el contexto social y las últimas tendencias de la ecología de los medios y las tecnologías emergentes.

2. **Comunicación y relacionamiento estratégico:** Será capaz de diseñar procesos de comunicación estratégica en las empresas y organizaciones de todos los sectores, teniendo en cuenta su naturaleza, estructura, necesidades y problemáticas, para generar acciones comunicativas responsables, que contribuyan al mejoramiento de sus procesos encaminados al logro de metas y objetivos particulares, basados en la aplicación de metodologías de diagnóstico organizacional y una lectura juiciosa del contexto en el que dichas organizaciones se insertan.
3. **Aprendizaje experiencial (Laboratorios Vivos):** Será hábil en crear mensajes, contenidos e informaciones a partir de la interpretación, análisis y selección de datos, para su divulgación a los diferentes públicos sociales o empresariales, en contexto y con sentido crítico, a través de diferentes medios y plataformas y el relacionamiento permanente con las organizaciones y sus necesidades y basados en el estudio y desarrollo de metodologías de investigación adaptadas a los desarrollos digitales.

1.3 Acto Administrativo Creación del Programa

El Consejo Académico de la Fundación Universitaria Compensar, autorizó al representante legal para que se efectuara el proceso de Renovación del Registro Calificado del programa de Comunicación Social, en modalidad híbrida, mediante Resolución No.10 del 15 de octubre de 2025 y que se procediera a gestionar y tramitar ante el Ministerio de Educación Nacional la respectiva solicitud.

Relación de Anexos

Anexo 1.1. Resolución 10. Consejo Académico. RRC Comunicación Social

Anexo 1.2 Relación del perfil profesional, competencias, cursos, resultados de aprendizaje

Anexo 1.3 Plan Estratégico 2024-2027



2. JUSTIFICACIÓN DEL PROGRAMA

El programa de Comunicación Social de la Fundación Universitaria Compensar obtuvo su Registro Calificado el 18 de diciembre de 2019, a través de la Resolución 15894 por un término de 7 años. Esta experiencia en la formación de comunicadores sociales ha sido fundamental, por una parte, para definir las rutas de formación que respondan a las necesidades del mercado laboral, del campo académico de formación y por otra, para reconocer las buenas prácticas y las experiencias significativas de formación, aprendizaje experiencial, investigación y relacionamiento con el sector externo que puede tener este programa.

Ahora bien, El programa de Comunicación Social se basa en las normas legales vigentes que soportan las políticas gubernamentales así:

Tabla 4. Marco Normativo

Organización	Ámbito	Descripción
Marco normativo	Nacional	- Ley 30 de diciembre 28 de 1992 “por el cual se organiza el servicio público de la Educación Superior”. - Decreto 1075 de mayo 26 de 2015, su naturaleza está relacionada con las áreas de las ciencias económicas y administrativas, obedece a una perspectiva de carácter global para lograr organizaciones sostenibles, en crecimiento y con entornos superiores de equidad en Colombia. - Decreto 1330 de 2019 “Por el cual se sustituye el Capítulo 2 y se suprime el Capítulo 7 del Título 3 de la Parte 5 del Libro 2 del Decreto 1075 de 2015 -Único Reglamentario del Sector Educación”. - Ley 115 de 1994 (Ley General de Educación): Regula la educación en todos sus niveles y establece las disposiciones básicas para la prestación del servicio educativo. - Ley 1188 de 2008: Regula la calidad de la educación superior en Colombia, estableciendo criterios para la acreditación de programas y la institucionalidad de la calidad. - Decreto 1174 del 12 de julio de 2023. Por el que se sustituye la Sección 12 del Capítulo 2 del Título 3 de la Parte 5 del Libro 2 del Decreto 1075 de 2015 —Único Reglamentario del Sector Educación—, para establecer medidas transitorias de registro calificado.

Fuente: Elaboración propia, 2025

La oferta del programa de Comunicación Social en la región de Bogotá responde a la creciente demanda de profesionales formados de manera interdisciplinar y que cuenten con saberes relacionados con los requerimientos del sector productivo y del escenario laboral. En los procesos de valoración del Comunicador Social en el entorno se ha encontrado una permanente necesidad de profesionales con capacidades de gestionar procesos estratégicos de comunicación en organizaciones de diversa índole y que, además, cuenten con competencias importantes en la generación y gestión de contenidos multiplataforma, incluyendo el ejercicio periodístico de rigor, que es un campo laboral que hace parte de la tradición en la formación de comunicadores sociales.

Por otra parte, este análisis de perfiles y pertinencia de la formación de comunicadores sociales, surge de la perspectiva valiosa que brinda el Análisis Funcional del programa, a través del cual se revisan referentes fundamentales del quehacer profesional como la Clasificación Única de Ocupaciones para Colombia (CUOC), el Marco Nacional de Cualificaciones, pero también las tendencias de formación desde Redes y Asociaciones nacionales e internacionales como AFACOM y FELAFACS de manera tal, que los perfiles propuestos se correspondan con estos lineamientos. De manera adicional, en 2024 el programa realizó un encuentro con algunos de los empleadores aliados de sus procesos formativos, y en este espacio se realizó la valoración de la pertinencia del perfil del comunicador social en el proceso laboral tanto en medios como en organizaciones. Algunas de las empresas participantes en este ejercicio de diálogo fueron: Compensar, Colpensiones, RTVC, Win Sports, France 24, USAID y a través de sus representantes, confirmaron el valor de los comunicadores sociales para las organizaciones y la necesidad de formar estos profesionales con competencias en la aplicación de tecnologías emergentes en los procesos de comunicación, redacción de contenido de alto nivel, creativo y objetivo, análisis y comprensión de textos complejos, búsqueda y análisis de información relevante, que dominen la expresión verbal y escrita para transmitir mensajes claros y efectivos.



Entre las capacidades y competencias más desatacadas y requeridas para el sector externo de los profesionales en comunicación social, los empleadores:

- Herramientas digitales: Manejo de plataformas y herramientas digitales para la creación y difusión de contenido.
- Narrativa: Capacidad para construir historias y mensajes coherentes y atractivos.
- Comunicación digital: Habilidad para gestionar y crear contenido en medios digitales.
- Competencias Blandas:
- Formación de criterio: Capacidad para tomar decisiones informadas y fundamentadas.
- Pensamiento analítico y crítico: Habilidad para evaluar situaciones y problemas de manera lógica y objetiva.
- Creatividad e innovación: Capacidad para generar ideas nuevas y soluciones originales.

Ante este panorama de necesidad de comunicadores sociales en diversidad de escenarios laborales en el programa de Comunicación Social de la UCompensar, se ha estructurado una propuesta de renovación que incorpora estos elementos e integra, además, la trayectoria y experiencia del programa en la formación de comunicadores sociales en las líneas de periodismo, comunicación estratégica, comunicación para el cambio social, comunicación digital, entre otras.

2.1. Estado de la oferta

En Colombia al interior de los programas de Comunicación Social Periodismo, es común reconocerse como campo, dejando de lado discusiones sobre disciplina o ciencia, lo anterior en la medida que en este campo convergen diversos saberes, hecho que puede comprenderse a partir de la historia de las ciencias sociales y su surgimiento al interior de las universidades, cómo lo propone Inmanuel Wallerstein (2003), donde evidencia el sentido de cada una de las denominadas ciencias sociales y sus roles en la organización del conocimiento por especificidades, donde la idea de ciencia es posible de reconocer por la presencia de un método y un objeto para cada una de ellas.

En la comunicación por los debates y el surgimiento mismo del campo, se relacionan múltiples métodos provenientes de saberes como la sociología, la lingüística, la semiótica, los estudios culturales, la economía política, entre otros, por lo que la emergencia de diversos objetos y métodos son parte misma del pensamiento en comunicación social periodismo, de allí la necesidad de reconocerse como campo, donde las tensiones constante entre métodos y objetos están presentes en la consolidación del conocimiento del campo de una forma holística.

Comprendiendo lo anterior, el programa de la UCompensar se enmarca en la propuesta de campo, donde nuevos conocimientos pueden y requieren estar presentes, toda vez que todo proceso, acto o hecho comunicativo será modificado por los contextos y por los conocimientos mismos que emergen de otros campos del saber. Así por ejemplo la emergencia digital, los procesos de análisis y ciencias de datos que conducen a la aparición de modelos generativos (IA), son parte del campo hoy en día, pese a que sus orígenes se encuentren en la matemática, ingeniería computacional y la estadística, son parte constitutiva de la comunicación hoy en día.

En el campo de la comunicación, además de la constante interacción de saberes y tensiones entre ellos, se pueden reconocer esferas de aplicación cotidianas, de todas ellas en UCompensar, nos





enfocamos en dos que se relacionan con el medio productivo, en coherencia con el enfoque y apuesta institucional de la Universidad, se trata de I) La producción de mensajes en múltiples plataformas, orientado por lo tanto a las prácticas del periodismo, y II) la comunicación estratégica, orientada a la comunicación de orden más organizacional.

Así las cosas, el programa se ubica en las ciencias sociales, como puente de contacto que las junta, las tensiona y en esas relaciones complejas emergen conocimientos que permiten poner en marcha procesos de producción de sentido en común – comunicación- enfocándose en las dos esferas antes mencionadas, además de lo anterior, la forma de evidenciar, reconocer y comprender esas tensiones y formas del conocimiento, se realizan a partir de una apuesta experiencial mediante laboratorios vivos.

Lo anterior, es parte del reconocimiento de la emergencia de la digitalización constante y cada vez más veloz, no solo presente en modelos de IA, sino en prácticas comunicativas mediadas por tecnologías digitales, todas estas por lo general funcionando en procesos de aceleración casi infinitas, lo que ha modificado la experiencia comunicativa de forma drástica, llevando incluso a la generación de nuevas leyes para regular procesos de interacción laboral mediada por tecnologías digitales en espacios o tiempos no laborales, como ha sucedido en la Unión Europea. Teniendo en cuenta este tipo de dinámicas y fenómenos emergentes, la educación a partir de la experiencia busca justamente mediante los laboratorios vivos transformar la experiencia cotidiana y con el sector productivo en un campo de reflexión donde las teorías de la comunicación son el componente reflexivo clave, llevando así a que la velocidad y las características de la digitalización sean parte misma del proceso de aprendizaje al interior del programa.

Ahora bien, la existencia del campo no implica que se encuentre una ausencia total de objetos y métodos que permitan la consolidación de formas del conocimiento, de hecho al interior del mismo campo se pueden encontrar al menos tres esferas de indagación o donde se enfoca la mirada para la producción de conocimiento, I) el medio, II) el mensaje y III) la mediación, éstas confluyen en prácticas sobre contextos específicos, así la labor periodística se encuentra cruzada por las relaciones y tensiones entre las tres esferas anteriores en relación a la formación de ciudadanías con democracias cada vez más profundas, de forma similar funciona la puesta en marcha de espacios estratégicos de comunicación en el sector productivo.

En este orden de ideas, además de esta pertinencia en el marco de las comprensiones epistemológicas de la comunicación, en tanto campo, para la Renovación del programa de Comunicación Social se ha realizado un análisis del contexto nacional e internacional, en términos de la oferta activa de programas y sus características, con el fin de determinar las tendencias en la formación de comunicadores y sociales, y estructurar esta renovación teniendo de presente estas tendencias y las que provienen del entorno laboral, social, político, económico y cultural.

2.1.1. Análisis de la oferta en el área del programa

En Colombia se pueden rastrear en los datos del SNIES 133 programas de comunicación social, la mayoría de ellos concentrados en Bogotá y en Antioquia (32 y 17 respectivamente), la mayoría de los programas son ofertados por universidades privadas, solo 28 de los programas registrados en el SNIES pertenecen al sector público, la amplia oferta en el país en prácticamente todos los departamentos, evidencia por un lado la existencia de un mercado estudiantil, elemento que será ampliado más adelante, ahora bien, entre los 133 programas se han seleccionado 11 de ellos, que se establecen ya sea como referencia para el programa de UCompensar o por ser un programa con el cual se comparten los nichos de mercado de estudiantes, esto con el fin de establecer la validez del programa que se presenta en este documento frente al análisis de la oferta en el contexto nacional.



Tabla 5. Programas afines Comunicación Social a nivel nacional

Institución	Nombre	Lugar de desarrollo	Modalidad	Duración	Créditos
Universidad del Valle	Comunicación Social	Cali	Presencial	10 semestres	170
Universidad EAFIT	Comunicación Social	Medellín	Presencial	8 semestres	145
Universidad del Norte	Comunicación Social	Barranquilla	Presencial	8 semestres	146
Universidad de La Sabana	Comunicación Social y Periodismo	Chía (Cundinamarca)	Presencial	9 semestres	163
Pontificia Universidad Javeriana	Comunicación Social	Bogotá y Cali	Presencial	8 semestres	255
Politécnico Gran Colombiano	Comunicación Social	Bogotá y virtual	Presencial / Virtual	8 semestres	144
Uniminuto	Comunicación Social	Bogotá (y multicampus nacional)	Presencial / Distancia / Virtual	10 semestres	160
Universidad Cooperativa de Colombia	Comunicación Social	Bogotá, Medellín y multicampus	Presencial	8 semestres	144
Universidad Central	Comunicación Social y Periodismo	Bogotá	Presencial	8 semestres	144
Universidad Santo Tomás	Comunicación Social	Bogotá (y otras sedes)	Presencial	10 semestres	160
Universidad Sergio Arboleda	Comunicación Social y Periodismo	Bogotá (y Santa Marta)	Presencial	8 semestres	144

Fuente: Elaboración propia, 2025

De la revisión de esta oferta académica específica a nivel nacional, se han analizado las apuestas de formación de instituciones y programas de la Universidad del Valle, Uniminuto, Santo Tomás y Cooperativa, en la medida en que estas cuentan con un compromiso social e inclusivo, por lo que apuestan a la formación de un espíritu crítico y transformador, orientado a la comunicación como herramienta de cambio social, educación popular y desarrollo comunitario; estos programas, además, se enfocan en la acogida de estudiantes de sectores diversos orientados a la función social sin perder de vista la empleabilidad, siendo este componente de gran valor para UCompensar por su apuesta de relacionamiento con el sector productivo a través del modelo Universidad – Empresa y porque, a la luz de estas experiencias, se puede reconocer un camino para equilibrar la formación de comunicadores en términos de los procesos de inclusión social con la formación práctica y empresarial.

En el caso de la Universidad Javeriana, Sabana, del Norte, EAFIT y Sergio Arboleda, éstas se reconocen como referentes nacionales de calidad, innovación y empleabilidad, por lo que desde el lugar de reconocimiento de sus trayectorias consolidadas en el periodismo, comunicación organizacional y medios digitales, plantean importantes ejemplos de los cuales, tras el análisis de sus diseños curriculares, se hace evidente una ruta importante del enfoque empresarial y digital de la Comunicación y sus estrechos procesos en términos del valor de la comunicación en lo estratégico, corporativo, narrativo y digital.

En el caso de la oferta de programas de Comunicación en el Politécnico Gran Colombiano y la Universidad Central, los modelos de educación relacionados con la ciudad y la práctica con presencia virtual, enfocados en la capacidad de adaptación tecnológica, orientación a industrias creativas y la formación por competencias son un elemento significativo respecto de la inclusión de diversas formas de enseñanza y aprendizaje, y la incorporación de los laboratorios para el fortalecimiento del aprendizaje a través de la práctica.

Ahora bien, acorde con la distribución geográfica de la población en el país, en tres departamentos del país se concentran la mayoría de los programas de Comunicación Social, Bogotá, Antioquia y Valle del Cauca (35% del total de programas), lo que ubica nuestro programa en uno de los sectores con mayor oferta de programas (Bogotá con el 18%). Lo anterior, instala el programa de la UCompensar en el espacio con mayor oferta a nivel nacional, por lo que el valor diferencial del programa frente a los demás es un elemento clave para garantizar la competitividad frente a la oferta que se registra en la ciudad. Así con el fin de establecer particularidades de los programas, se empleó un procesamiento de minería textual, empleando los perfiles de egreso de los programas de comunicación en el país, reconociendo en el uso de las palabras en los perfiles los ejes o diferenciadores de los programas, con los siguientes resultados:



Figura 1. Ejes temáticos de los perfiles de egreso de programas de Comunicación Social a nivel nacional.



Fuente: Elaboración propia, 2025

De acuerdo con los hallazgos, los perfiles suelen orientarse a la comunicación relacionada con el periodismo y las narrativas digitales, así como a la producción mediática y audiovisual principalmente; al reducir los programas a aquellos que se ofertan en la ciudad de Bogotá se produce el resultado de la Figura 2.

Figura 2. Ejes temáticos de los perfiles de egreso de programas de Comunicación Social en Bogotá.



Fuente: Elaboración propia, 2025.

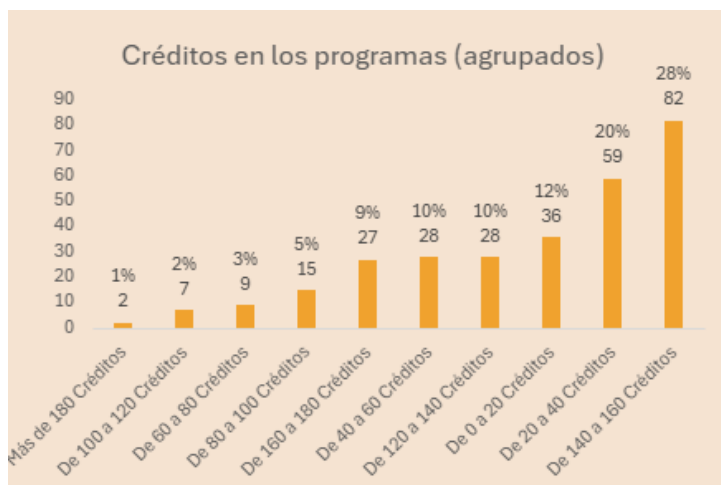


En la figura 2, se resalta un cambio respecto de los resultados de la figura 1, con la aparición de otro eje diferenciador a saber: Comunicación para el Cambio Social, como una apuesta importante de algunos programas a nivel local en la ciudad de Bogotá. En el caso de UCompensar, el programa de Comunicación Social se ubicaría en el renglón número cinco, en el campo de Comunicación Empresa, contando solo con un programa en la ciudad con un perfil orientado también a la formación y ejercicios de relacionamiento con el sector empresarial.

Ahora bien, a nivel nacional este tipo de enfoque se encuentra en 7 programas en total, distribuidos entre el Atlántico (1), Magdalena (1), Valle del Cauca (1), Santander (2) y las de Bogotá, hecho que permite evidenciar la idoneidad y marco diferencial del perfil y eje diferenciador del programa en su campo de acción. Es preciso resaltar, que para este caso particular del modelo Universidad -Empresa, aplicado a la formación de comunicadores sociales, en la ciudad de Bogotá los perfiles de estudiantes de las dos universidades con esta apuesta formativa difieren, lo que garantiza la existencia de un público objetivo para el programa en el mediano y largo plazo, pues la otra universidad con un perfil similar es la Universidad Sergio Arboleda, que contempla en su perfil de egreso de forma robusta la relación de su egresado con los sectores productivos empresariales del país, siendo estas dos universidades apuestas por grupos poblacionales diferentes.

Respecto del número de créditos de las estructuras curriculares de los programas de Comunicación Social a nivel nacional, en la figura 3, se presentan los promedios de número de créditos totales.

Figura 3. Número de créditos programas de Comunicación Social a nivel Nacional.



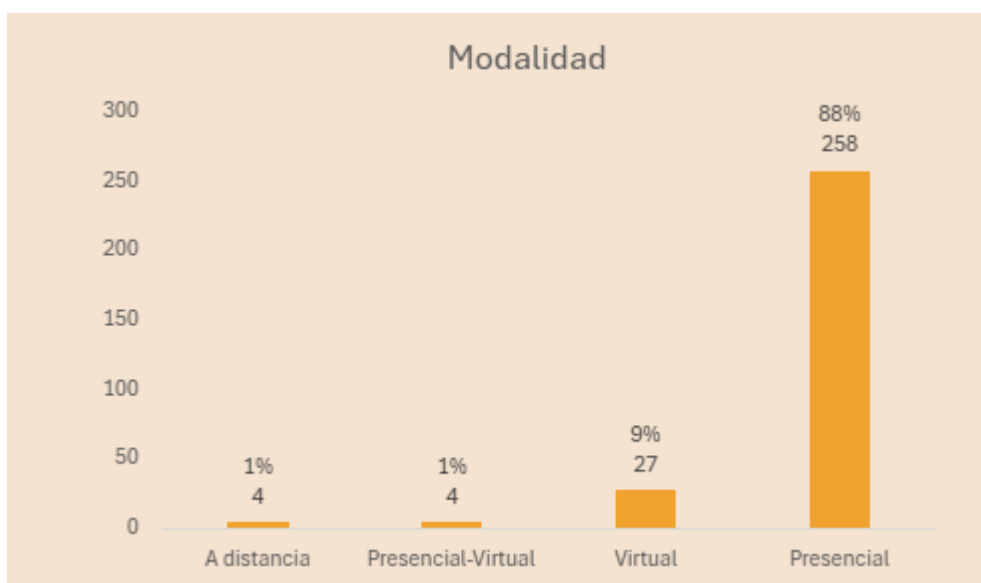
Fuente: Elaboración propia, 2025.

Como se observa en la Figura 3, la mayoría de programas se encuentran en el rango de 140 a 160 créditos con un 28%. Los programas con menor cantidad de créditos se corresponden a ofertas con otros niveles formación como técnicos profesionales o especializaciones. De hecho, la propuesta de Renovación del programa de Comunicación Social se estructura en un plan de estudios con 143 créditos, que es correspondiente con su nivel de formación y con las tendencias curriculares a nivel nacional.



Respecto de las tendencias en la oferta académica en lo relacionado con las modalidades, se realiza un análisis de cómo se ha transformado dicha oferta y en este sentido, cuál sería una oferta pertinente de cara a la normativa y al comportamiento del mercado. La Figura 4 presenta este análisis.

Figura 4. Oferta de modalidades según modalidad de programas de Comunicación Social a nivel nacional.



Fuente: Elaboración propia, 2025.

Respecto de la modalidad, se encontró que el 88% de los programas de formación en la línea de Comunicación de diferentes niveles de formación, tienen una tendencia marcada a ofertarse de manera presencial con un 88%, virtual con un 9% y otras modalidades con un 2%, lo que se configura en una oportunidad para que el programa de Comunicación Social en su proceso de Renovación valore, de cara al mercado y a las normativas del Ministerio de Educación Nacional, la posibilidad de incorporar otras modalidades como la híbrida, de acuerdo con sus apuestas de formación.

Además de estas particularidades, en Colombia se pueden rastrear en los datos del SNIES 133 programas de comunicación social, la mayoría de ellos concentrados en Bogotá y en Antioquia (32 y 17 respectivamente), la mayoría de los programas son ofertados por universidades privadas, solo 28 de los programas registrados en el SNIES pertenecen al sector público, la amplia oferta en el país en prácticamente todos los departamentos, evidencia por un lado la existencia de un mercado estudiantil, elemento que será ampliado más adelante, ahora bien, entre los 133 programas se han seleccionado 11 de ellos, que se establecen ya sea como referencia para el programa de UCompensar o por ser un programa con el cual se comparten los mercados de estudiantes, esto con el fin de establecer la validez del programa que se presenta en este documento frente al campo nacional.

Otro de los escenarios que fue analizado para valorar la pertinencia del programa de Comunicación Social, fue el internacional con un análisis de las tendencias de formación y las apuestas particulares de programas para la formación de Comunicadores sociales. En este sentido, se realizó el análisis de 6 programas de comunicación en Norte América y Sur América; cada programa fue seleccionado con la intención de reconocer oportunidades, aspectos diferenciales y elementos de formación que ofrecieran una pauta de cómo se están formando los comunicadores sociales en el escenario internacional.



La *York University* de Canada cuenta con un programa referente en el norte del continente, en el cual se combina la teoría y la práctica mediática, coherente con los laboratorios vivos para la formación experiencial, de igual forma, se enfoca en procesos de formación en comunicación organizacional y medios digitales. Los perfiles socioeconómicos de esta universidad y programa se enfocan en inmigrantes y clases urbanas medias, permitiendo una comprensión de su alcance y el grupo objetivo al que dirige la formación.

En el caso de *Arizona State University*, este programa cuenta con experiencias de formación en modalidades online y presencial, permitiendo reflexionar respecto de la apuesta híbrida del programa de UCompensar en su renovación, además cuenta con un currículo flexible con una fuerte orientación sobre lo experiencial, los perfiles socioeconómicos de esta universidad suelen relacionarse con primeras generaciones de estudiantes universitarios.

La Universidad Autónoma de México es una de las universidades de referencia más importantes del continente, la cual oferta el programa de Comunicación tanto en modalidad presencial como a distancia y brinda a sus estudiantes una experiencia interesante en la organización académica del programa para casos híbridos. En este sentido, se hace evidente una gran flexibilidad curricular que facilita el tránsito de sus estudiantes al ejercicio laboral y permite la cobertura educativa en diferentes territorios del país mexicano.

Por su parte, la Pontificia Universidad de Chile (PUC) es uno de los programas más importantes de habla hispana de la mano con la UNAM, además de esta importante trayectoria como institución y en la formación de Comunicadores Sociales, su programa cuenta con una gran pertinencia académica, una formación teórica con énfasis en prácticas profesionales y el desarrollo de un ejercicio formativo con experiencias prácticas a través de laboratorios especializados. Ahora bien, la Universidad Nacional de La Plata es una de las universidades públicas más importantes, la cual cuenta con un programa de comunicación que orienta su perfil hacia el sector de medios populares con un enfoque crítico, y tiene una visión de la manera en la que se articulan procesos propios de la comunicación empresarial con las prácticas populares. Finalmente, la Universidad ORT, como institución privada, posee un modelo muy cercano al europeo, con enfoque en periodismo, comunicación corporativa y medios digitales.

A continuación, se encuentran algunas particularidades de los programas, cabe señalar, que los créditos fueron ajustados al sistema colombiano, por ello en ocasiones se puede tener un valor aproximado.

Tabla 6. Programas de Comunicación Social a nivel Internacional

Institución	Nombre	Lugar de desarrollo	Modalidad	Duración	Créditos
York University	BA in Communication & Media Studies	Canada	Presencial	4 Años	120
Arizona State University	BA in Communication	EEUU	Presencial / Online	4 Años	120
UNAM	Lic. en Ciencias de la Comunicación (FCPyS)	México	Escolarizado / Abierto / a distancia	8-9 semestres	150-170
Pontificia U. Católica de Chile	Periodismo	Chile	Presencial	9 semestres	254
U. Nacional de La Plata	Lic. en Comunicación Social	Argentina	Presencial	5 Años	160-180
Universidad ORT	Lic. en Comunicación	Uruguay	Presencial	4 Años	150

Fuente: Elaboración propia, 2025.

El programa de Comunicación Social de la UCompensar con su propuesta de Renovación es más exigente que el programa de Arizona y York en número de créditos e intensidad de la formación, con cargas similares con la UNAM, La Plata y ORT, y se encuentra menos exigente en créditos que la Pontificia Universidad de Chile. Este análisis evidencia un equilibrio del programa frente a estos referentes internacionales, en especial cuando se tiene en cuenta que los casos de México, Argentina y



Uruguay se encuentran en el mismo rango de créditos y cargas académicas.

Ahora bien, frente a los perfiles de ingreso, en general, todos los programas se relacionan con diversidad de perfiles, sin embargo, un elemento común de los programas es que se espera de los aspirantes una perspectiva de apertura a temáticas y experiencias, en algunos casos (UNAM y La Plata) la perspectiva crítica es deseable para quienes desean iniciar su proceso de formación en comunicación en estas instituciones.

Frente al perfil de egreso, estas instituciones y sus programas de comunicación proponen una serie de apuestas por la diversificación laboral, donde elementos como la comunicación organizacional, digital, política y comunitaria están presentes, así mismo, se busca el desarrollo de competencias digitales en el análisis de datos, además del manejo de narrativas digitales y multimedia, teniendo en cuenta en las formaciones equilibrios entre la crítica y el mercado. Otro elemento transversal de estos programas en sus apuestas de formación es la noción de una experiencia práctica temprana con enfoques en internacionalización.

Otro de los componentes para la revisión de la pertinencia del Programa de Comunicación Social en el entorno, se encuentra relacionado con indicadores de personas inscritas, admitidas y matriculadas en Programas de Comunicación Social a nivel nacional, al igual que datos relacionados con la deserción y las dinámicas generales de los graduados en el mercado laboral. De esta manera, en la tabla 13 se presentan los datos de inscritos, admitidos y matriculados en el Programa de Comunicación Social de la UCompensar.

Tabla 7. Personas inscritas, admitidas y matriculadas en el programa de Comunicación Social de la UCompensar

PERIODO	INSCRITOS	ADMITIDOS	MATRICULADOS (1 ^{er} semestre)	Tasa de selección (admitidos/ inscritos*100)	Tasa absorción (matriculados en 1 ^{er} semestre/ inscritos*100)
2020	43	10	10	23,3	23,3
2021	41	24	30	73,2	73,2
2022	60	32	32	53,3	53,3
2023	54	29	31	57,4	57,4
2024	47	20	26	55,3	55,3

Fuente: SNIES, 2025.

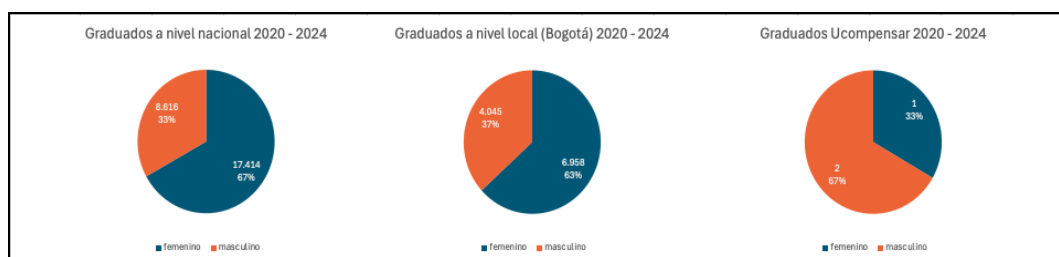
Los datos presentados fueron rastreados en el SNIES desde el año 2020 hasta el 2025 y es relevante evidenciar una tendencia en el programa de ingreso de nuevos estudiantes con algunos períodos de disminución en este número asociados a los segundos períodos del año, dado que la mayoría de los aspirantes al programa se concentran en el Calendario A. En 2025 se viene dando un ejercicio de aumento en el número de estudiantes matriculados con 41 personas nuevas entre 20251 y 20252, lo que demuestra un proceso de fortalecimiento del programa y de posicionamiento del mismo en el mercado, con el apoyo del Ecosistema Campus Avenida 68.

Tendencias de las convocatorias Profesionales

Estos análisis realizados sobre el estado de la oferta a nivel nacional e internacional se deben complementar con una perspectiva más detallada sobre el estado de las condiciones laborales de las y los egresados de los programas de Comunicación Social, en especial, en el periodo de 2020 a 2024. Precisamente, a partir de los datos del SNIES es posible reconocer, en este período, 26.030 egresados de programas de Comunicación social - periodismo a nivel nacional. Por su parte, en Bogotá, para el mismo periodo, se reconocen 11.003 egresados. A continuación (Figura 5), se puede observar que a nivel nacional y local, el mayor número de egresados son mujeres (67%).



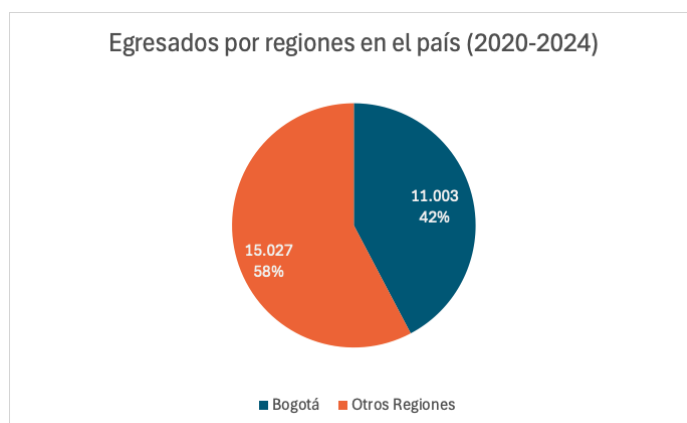
Figura 5. Comparativos graduados 2020-2024 por sexo a nivel Nacional, Local, UCompensar.



Fuente: Elaboración propia datos SNIES, 2025

De los 26.030 egresados de programas de Comunicación Social en el país, el 42% de ellos en el periodo 2020 – 2024 son producto de los programas que tienen lugar en la ciudad de Bogotá, el restante 58% del resto del país, a su vez Antioquia representa el 13% y Valle del Cauca el 7% sobre el total nacional, el estado específico de Bogotá se puede observar en el siguiente gráfico.

Figura 6. Egresados 2020 – 2024 Regiones vs. Bogotá



Fuente: Elaboración propia datos SNIES, 2025

El volumen de egresados que los programas de comunicación entregan al mercado laboral de la ciudad, no solo es un registro cuantitativo, también se puede observar su correlato en las ofertas laborales que se rastrean en la ciudad.

En el país, la demanda por profesionales en comunicación social es continua y amplia, lo que señala la necesidad del mercado de contar con profesionales en este campo para los procesos que desarrollan las organizaciones y los medios en un ecosistema de comunicación digital. Dichas oportunidades laborales no solo se encuentran en el sector relacionado con medios, a su vez existe una amplia demanda de sectores productivos y empresariales, lo que se corresponde con el perfil y líneas que fundamentan el programa de Comunicación Social de la UCompensar.

Los salarios en las ofertas rastreadas se ubican principalmente en un rango de \$1. 500.000 pesos hasta 3 millones de pesos, con una oferta tope de 12 millones. Estos valores dependen de las exigencias que se tienen en las ofertas, la experiencia y los sectores, donde sobresalen el sector de petróleo, por ejemplo, mientras que el límite inferior se está relacionado con las coordinaciones de comunicaciones digitales del sector empresarial. A continuación, se puede observar en la tabla 8 algunos datos claves de la oferta laboral en Bogotá.



Tabla 8. Resultados de búsqueda en portales de empleo profesionales en Comunicación Social

Portal	Vacantes	Perfiles Buscados	Rango de Resultados
Elemplo.com	1105	Comunicador social	Octubre 23 a 30 2025
Computrabajo.com	208	Comunicador social	Octubre 23 a 30 2025
agenciapublicadeempleo sena.edu.co	1	Comunicador social	21 Octubre 2025
Magneto365	7	Comunicación y periodismo	Octubre 23 a 30 2025
LinkedIn	1277	Comunicador Social	Octubre 23 a 30 2025

Fuente: Elaboración propia, 2025

2.1.2. Oportunidades de Desarrollo

Al revisar a fondo el panorama de ofertas laborales se encuentra una tendencia enfocada en la integración profunda de ecosistemas digitales, marketing estratégico y la comunicación corporativa, tres elementos que se relacionan con el perfil de egreso del programa, a partir del desarrollo de contenidos multiplataforma, además del enfoque en estratégica orientada al mundo corporativo, lo que permite hacer evidente una oportunidad para las y los egresados del campo con la oferta actual.

El desarrollo de laboratorios vivos como propuesta diferencial del programa se establece como una oportunidad de desarrollo, toda vez que en el análisis de la oferta laboral se encuentra una imperativa necesidad de integración entre la producción de contenido y la gestión estratégica de plataformas digitales y de datos, elementos que se abordan vivencialmente en estos espacios académicos, brindando de esta forma una fortaleza a las y los egresados desde la perspectiva de una fortaleza tecnológica en su capacidad de adaptación y comprensión de los fenómenos.

Así las cosas, desde la perspectiva socioeconómica y tecnológica, el programa cuenta con profundas oportunidades para seguir impulsando el campo de la comunicación desde la formación de profesionales, en concordancia con el mercado laboral. Ahora bien, es preciso reconocer, que justamente el programa de Comunicación Social de la UCompensar responde al análisis constante de los cambios tanto del campo académico como del espacio laboral, permitiendo así lugares de coherencia entre las tendencias en la formación de comunicadores sociales y los requerimientos y necesidades del mercado laboral.

En el marco de las oportunidades culturales, el programa fomentará la creatividad y la expresión artística, desde el ejercicio de generación de contenido multiplataforma para organizaciones con un claro *core* cultural. Al integrar proyectos colaborativos y actividades interdisciplinarias, los estudiantes tendrán la oportunidad de explorar y desarrollar su potencial creativo, promoviendo una cultura de innovación y diversidad. Además, la vinculación con empresas y comunidades locales permitirá que los proyectos académicos tengan un impacto tangible en la sociedad, reflejando y celebrando la identidad cultural regional.

2.1.3. Desafíos del programa

Implementar un programa académico de Comunicación Social puede enfrentar varios desafíos. A continuación, se detallan algunos de los desafíos más relevantes.



En la última década, a nivel social, cultural, ambiental, tecnológico, económico y científico se han presentado una serie de fenómenos que sin lugar a duda cuentan con una incidencia significativa, no solo en el campo de la comunicación en general, sino en el proceso de formación de Comunicadores Sociales.

Iniciando por el contexto social, es preciso rescatar las transformaciones urbanas de la ciudad, en la medida en que las migraciones tanto internas como externas han consolidado una diversidad en los públicos y audiencias de la ciudad, desde la incorporación de grandes colectivos venezolanos hasta procesos migratorios internos a causa de obras de infraestructura y procesos de gentrificación en la ciudad, conducentes a profundos cambios en las dinámicas de distribución y acceso de informaciones y procesos comunicativos.

Lo anterior ha generado una demanda por procesos de comunicación conducentes a la convivencia y la inclusión en el territorio de la ciudad, en especial al contemplar los estallidos sociales (2019, 2021) donde el uso de medios alternativos para comunicar e informar, fueron parte de la movilización de recursos por parte de los sectores que se manifestaron en las calles. Este elemento no solo es un giro en algunas prácticas del campo, además, evidencia cómo cada vez son más fuertes las subjetividades digitales, donde las plataformas y canales que se promueven por medio de la digitalización constante de las sociedades, cuenta con profundos efectos en la producción de opinión pública, sentidos en común, en últimas de las subjetividades y ciudadanías.

Con la incidencia en las subjetividades por los escenarios digitales, en la década de 2015-2025 emergen también temas como los ninis (Ni estudian ni trabajan), sectores de estudiantes que como su nombre lo indica, parecieran no estar vinculados con las estrategias clásicas de inmersión en los procesos sociales cotidianos y más clásicos, hecho que ha llevado a que muchas de las familias en la ciudad se preocupen cada vez más por la relación entre estudio y vinculación laboral, siendo este sector -los padres y madres- quienes muchas veces son la fuerza más relevante para que un joven decida iniciar sus estudios profesionales.

En este contexto social, el programa de Comunicación Social de la UCompensar se propone continuar en el reto de formar comunicadores sociales con capacidades para analizar entornos sociales, económicos, culturales, políticos, mediáticos, corporativos etc. consolidando prácticas comunicativas con estrategias comunicacionales éticas e innovadoras. Adicionalmente, el modelo Universidad Empresa, permite dar un panorama futuro más fuerte para las y los estudiantes de cara a sus escenarios laborales, con una apuesta de aprendizaje significativo a partir del relacionamiento permanente con organizaciones de diversas características.

De igual forma, en los últimos 10 años, la emergencia de industrias culturales y creativas, así como la descentralización cultural en la ciudad, ha permitido que muchos territorios antes no presentes en la oferta cultural de la ciudad, comiencen a aparecer en la oferta de productos culturales, desde museos del vidrio hasta maridajes de vino con bandejas paisas, hechos que se materializan en narrativas transmedia y participación de actores locales, dando mayores aperturas a relatos participativos, periodismo alternativo y proyectos de fortalecimiento y memoria local.

Todo lo anterior vinculado con los territorios principalmente, a su vez, en los sectores productivos empresariales, el auge de storytelling institucional y estratégico, las apuestas por la responsabilidad social, los ejercicios de construcción de rutas comunicativas para el relacionamiento con stakeholders, el endomarketing, el marketing, la reputación, la comunicación con propósito, son unas de las claves distintivas de los giros de esta década; espacios donde el programa de Comunicación Social de la UCompensar se fortalece a través de los laboratorios vivos, el aprendizaje significativo y experiencial, la apuesta por la formación en la comunicación estratégica y corporativa y en la generación de contenidos multiplataforma, como estrategia de comprensión y acción en escenarios locales, colectivos y en especial en la producción de narrativas diversas en canales apropiados y coherentes para organizaciones igualmente diversas.



Tanto los laboratorios vivos como la creación de narrativas diversas, aunado a la apropiación de lo estratégico en la comunicación, permite dar razón de procesos de cambio en la sociedad frente a una preocupación cada vez más latente en espacios como la agenda ambiental urbana, donde la ciudad cada vez es más consciente de elementos como la calidad del aire, movilidad sostenible, cambio climático y gestión de residuos son cada vez más relevantes en los planes de desarrollo de la ciudad, incorporando así la necesidad de procesos y prácticas comunicativas que den razón de estos intereses.

Cómo se mencionó antes, los laboratorios vivos del programa, responden en gran medida a cambios tecnológicos donde la velocidad incide en las experiencias vitales gracias a la digitalización constante, donde una de las expresiones más claras ha sido la convergencia mediática con la necesidad de nuevos perfiles profesionales en las y los comunicadores, pues con la digitalización el trabajo de datos en la perfilación y segmentación de públicos es cada vez más específico, deseado y requerido para la construcción de esas estrategias comunicativas en diversos medios y narrativas.

Estos giros y ajustes del campo desde lo tecnológico, también se relaciona con el campo económico, donde el capitalismo de plataformas, cada vez más presente en el sector productivo, además de apuestas de emprendimiento, requieren de comunicadores cada vez más versátiles frente al cambio y el reconocimiento de los contextos en los que se buscan desarrollar determinadas prácticas comunicativas. En este sentido, este tipo de comunicador es posible en el caso de UCompensar, mediante la relación entre comunicación estratégica, producción de narrativas múltiples en diversos medios apoyado todo esto en los laboratorios vivos y en la consolidación de líneas de formación.

Uno de los cambios más radicales en el campo, se presenta desde lo que se ha denominado como Humanidades Digitales, donde el impulso constante por la apropiación de prácticas digitales, para la producción de nuevos conocimientos a partir de la cooperación y el trabajo transdisciplinar como práctica, son su núcleo, por lo que en el campo de la comunicación, cada día se requiere de sujetos con mayor capacidad de adaptación en la apropiación y manejo de modelos de IA, por ejemplo, para la investigación en el campo, además de la ampliación de campos como la comunicación de la ciencia y la ciencia abierta y datos abiertos.

En últimas, las humanidades digitales, han puesto sobre la mesa una fuerte tensión con las prácticas investigativas, la consolidación de objetos de estudio, y, sobre todo, las formas de distribución del conocimiento, cada vez girando de forma más contundente a la idea de la circulación libre de autoridad del conocimiento. Reconocer este tipo de emergencias no es solo un capricho contextual, es, en últimas, la posibilidad de adaptación a los contextos futuros posibles, donde de nuevo, la forma de acceder al conocimiento mediante laboratorios vivos se consolida como un ejercicio relevante en este contexto de giros y cambios en tantos niveles durante la última década. Parte de este proceso en el programa, se puede observar o materializar en la forma cómo se accede al conocimiento teórico mediante la puesta en escena de este conocimiento para la lectura crítica de los fenómenos y no cómo un discurso requerido, pero no útil.

2.2. Justificación Modalidad del Programa

La decisión del programa de Comunicación Social en modalidad híbrida (presencial y virtual) responde a razones estratégicas y prácticas que resultan de un proceso riguroso de caracterización de las tendencias del mercado, la oferta laboral, los desafíos en la formación y el diálogo con los empresarios y representantes del sector productivo.

2.2.1. Modalidad

Con base en los procesos de caracterización ya explicados en el apartado anterior, la elección de la modalidad híbrida no es inocente, de hecho, es el resultado de un ejercicio concienzudo y riguroso que ha rastreado al menos tres componentes, I) contextual, II) pedagógico e III) Institucional. Los cuales serán descritos a continuación.



Pertinencia contextual.

Como se ha evidenciado, el proceso de digitalización, la automatización de cada vez más prácticas, así como la convergencia mediática, son tal vez, las tres mayores características contextuales del campo hoy en día. En el país y en Bogotá, estos elementos han llevado a la consolidación de ecosistemas de industrias creativas, medios digitales y empresas de servicios tecnológicos que cada vez más demandan profesionales en comunicación social flexibles, capaces de desenvolverse tanto en entornos presenciales como remotos (en especial tras el cierre por COVID19 que llevó a estandarizar y generalizar el trabajo remoto).

Así, el modelo híbrido que se presenta, responde a la expansión económica digital y de plataformas (Srnicek, 2016), donde comunicadores(as) con dominio de entornos digitales, producción multimedia y gestión de datos son requeridos; también responde a las formas emergentes de trabajo y empleabilidad, donde, como se señaló, el trabajo remoto es cada vez más empleado por empresas no solo locales sino internacionales, permitiendo así trabajar para una empresa en otro territorio sin la necesidad de reubicarse, en este contexto la formación exclusivamente presencial limita la experiencia que implica el mundo laboral mediado por recursos digitales.

Es en este contexto donde la modalidad híbrida en últimas, permite la inclusión, flexibilidad y pertinencia en la adaptación a las realidades múltiples de los públicos urbanos y a las demandas laborales del mercado en la ciudad. Por otra parte, uno de los elementos clave en el perfil de los estudiantes del programa de Comunicación Social es que se ha identificado que un importante número de ellos se incorpora rápidamente al escenario laboral. En este sentido, una modalidad híbrida flexibiliza los procesos de formación, para este caso, manteniendo la presencialidad que es fundamental para el aprendizaje de prácticas y procesos comunicativos diversos, y la virtualidad como un escenario que permite la formación de teorías y conceptos propios del campo de la comunicación y de la transversalidad a la que ha apostado la UCompensar en su ejercicio formativo.

Pertinencia pedagógica y del campo

Uno de los elementos sobre el que más énfasis se ha hecho es el nivel experiencial del programa, así, la apuesta híbrida está estrechamente articulada con el fortalecimiento de dicha experiencia, permitiendo así que la articulación teoría, práctica y reflexión, no sean solo un ejercicio regulado o restringido a unos espacios específicos. Entonces, la apuesta misma de contar con escenarios digitales de formación, que deben abordar de la misma forma la triple dimensión anterior, permiten la consolidación de experiencias en las y los estudiantes preparándolos para espacios laborales y reflexivos.

De hecho, en la apuesta de formación presencial, los escenarios y posibilidades de encuentro y construcción colectiva del conocimiento, fortalecen la práctica comunicativa en espacios de producción, análisis de medios y simulaciones de contextos profesionales, a su vez, los espacios digitales permiten la ampliación de apuestas reflexivas, la co-creación asincrónica y el uso de herramientas digitales emergentes; es en la relación de estos dos espacios donde las competencias transversales del programa se materializan no en relación a contenidos segmentados por asignaturas, a su vez, es una práctica en la modalidad misma del programa.

Promover la autonomía de las y los estudiantes en sus capacidades de desarrollarse en entornos laborales mixtos (UNESCO, 2023), mediados por tecnología, es optar por un modelo de aprendizaje activo, reflexivo y adaptativo, es esta, precisamente, la apuesta del modelo híbrido.

Pertinencia institucional y estratégica.

Reconocer el enfoque de Universidad-Empresa implica, a su vez, establecer la formación orientada a



la pertinencia del programa con el sector productivo y con la innovación social, por ello, la modalidad híbrida se orienta al fortalecimiento de la articulación con el sector empresarial, pues facilita la participación de profesionales de múltiples sectores productivos en espacios académicos tanto digitales como presenciales. Además, permite el desarrollo de proyectos integradores en alianza con organizaciones del ecosistema comunicativo, cultural y tecnológico de la ciudad, por ejemplo, con retos ofrecidos por la Cámara de Comercio de Bogotá.

La modalidad híbrida, aumenta la cobertura y la accesibilidad del programa, en la medida que amplía las oportunidades de formación para estudiantes que deben combinar estudio y trabajo. Lo anterior, apalancado por una infraestructura institucional, donde los laboratorios físicos y las plataformas digitales se asumen de forma estratégica en aras de facilitar y acompañar el proceso de formación.

Así entonces, el programa de Comunicación Social de UCompensar, en modalidad híbrida, se constituye como una respuesta educativa innovadora y sostenible en respuesta a los retos del contexto social, económico y tecnológico contemporáneo. Integrando los espacios presenciales para la creación, interacción y experimentación práctica, los espacios digitales como posibilidades de reflexión, actualización, creación, trabajo co-creativo en relaciones no lineales. Así esta modalidad posibilita la formación de comunicadores coherentes con las transformaciones del campo comunicativo y con la misión institucional de contribuir al desarrollo, social, cultural y empresarial del país.

Cabe señalar que la Fundación Universitaria Compensar cuenta con un documento denominado “Orientaciones para el diseño de programas académicos en modalidad híbrida”, el cual brinda los lineamientos para que el programa de Comunicación Social materialice esta modalidad con fundamento en el marco normativo y con base en una apuesta institucional “por un modelo académico disruptivo, basado en rutas formativas, estructuras curriculares flexibles, tecnologías emergentes y formación por competencias, que responda a las necesidades de estudiantes, empresas y sociedad. Desde esta perspectiva, la implementación de la modalidad híbrida se constituye como una estrategia central para la innovación educativa y la ampliación de oportunidades formativas” (p.3)

Con respecto a lo normativo, el Decreto 0529 del 29 de abril de 2024, expedido por el Ministerio de Educación Nacional, establece las directrices generales para la implementación de la modalidad híbrida en programas de educación superior. Este decreto modifica parcialmente el Capítulo 2 del Título 3 de la Parte 5 del Libro 2 del Decreto 1075 de 2015, estableciendo una definición general de la modalidad y requiriendo, por parte de las IES la construcción de modelos respaldados por argumentos suficientes y pertinentes para su aprobación e implementación.

En coherencia con el marco normativo, las tendencias actuales en educación superior y la proyección institucional, la Fundación Universitaria Compensar define, a través de este documento orientador, lineamientos para el diseño e implementación de programas académicos en modalidad híbrida. El objetivo es proporcionar lineamientos que permitan desarrollar programas flexibles y de calidad en los niveles de Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano (ETDH), pregrado y posgrado, adaptados a las necesidades de los estudiantes y las exigencias del entorno educativo contemporáneo.

La modalidad híbrida está reglamentada por el Decreto 0529 del 29 de abril de 2024, expedido por el Ministerio de Educación Nacional (MEN). Este decreto establece, a través del artículo 2.5.3.2.2.5, lo siguiente:

“Definición de modalidad: Es el modo utilizado que integra un conjunto de opciones organizativas y/o curriculares que buscan dar respuesta a requerimientos específicos del programa académico y atender características conceptuales que faciliten el acceso a los estudiantes, en condiciones diversas de tiempo y espacio. Son modalidades para el desarrollo y oferta de programas académicos de educación superior las siguientes: presencial, a distancia, virtual, dual u otros desarrollos que combinen las anteriores modalidades. La combinación de las modalidades presencial, a distancia o dual con la modalidad virtual se denominará modalidad híbrida, y se identificarán como híbrida (presencial - virtual), híbrida (a distancia - virtual) e híbrida (dual - virtual). Corresponderá a la institución justificar, en la respectiva



solicitud, la combinación de modalidades a partir del desarrollo de las condiciones de calidad”.

2.2.2. Lugar de desarrollo

Presencial

En consonancia con la modalidad híbrida compuesta por presencial y virtual, en el caso de la presencialidad, el Programa de Comunicación Social se desarrollará en Bogotá, concretamente en la sede de la Fundación Universitaria Compensar, Avenida Carrera 68. No. 68 B – 45. Aquí los estudiantes tendrán acceso a aulas, laboratorios de producción audiovisual, fotográfica, Laboratorio de Locución y producción Multimedia, Cámara Gessel, WOW Room, etc.

En esta sede, el estudiante cuenta con los escenarios para Bienestar Universitario en la apuesta institucional por la formación integral, el CRAI (Centro de Recursos para el Aprendizaje e Investigación) y actividades complementarias como clubes de lectura, clubes de conversación en segunda lengua y eventos académicos.

El campus de la Avenida 68 es mucho más que un espacio académico, es un "mercado de conocimiento", un punto de encuentro e intercambio de saberes, sustentado en el principio de bienestar de Compensar. Su diseño permite la entrada de luz natural desde todos los ángulos, gracias a su estructura transparente que fomenta la interacción entre el aprendizaje y el mundo empresarial.

La construcción del Campus Vertical de la Fundación Universitaria Compensar ha brindado una experiencia única de bienestar para toda la comunidad. En sus quince pisos, los estudiantes y profesionales disfrutan de amplios espacios verticales y horizontales que promoverán la educación continua y conectarán las actividades formativas, dentro y fuera del campus.

Virtual

El lineamiento virtual de UCompensar (2021) establece la importancia del uso de las tecnologías en la formación académica, la relevancia de lo digital y las tecnologías emergentes en el proceso formativo. De la misma forma, el PEI plantea la incorporación de Tecnologías Educativas, entendiendo el fortalecimiento de la calidad, ampliación de la cobertura y la posibilidad de vincular diferentes escenarios y contextos, que permitan que más colombianos y otros interesados accedan a la educación superior.

Precisamente, el lineamiento virtual mencionado establece las condiciones curriculares, metodológicas, didácticas, administrativas y tecnológicas necesarias para que los ambientes de aprendizaje correspondan a las políticas institucionales, a los intereses de estudiantes, comunidad académica y demás actores y población que participan en los proyectos formación mediada por la virtualidad.

La plataforma tecnológica que soporta la formación en modalidad virtual cuenta con la estructura, soporte y dimensión de actualizaciones que garantizan el acceso en el territorio nacional e internacional y amplía el espectro y posibilidades de uso. En resumen, el lugar de operación y administración de la plataforma tecnológica se hará desde la sede principal de UCompensar para que discentes, docentes y comunidad se conecten y adelanten sus procesos de formación.

2.3. Necesidades de la Región y del país y su articulación

Con la emergencia de la sociedad digital, en el mundo se ha construido la necesidad constante de mejorar y cualificar cada vez más los procesos comunicativos, lo anterior impulsado por casos como el *de Cambridge Analítica* en Facebook para las elecciones norteamericanas en 2016, que deja al descubierto los procesos de ultra



segmentación de mensajes políticos para públicos en la propaganda política, abriendo el paso a procesos como el de la posverdad, la desinformación y las denominadas *fake news*, dando como respuesta un impulso global por la necesidad de fortalecer la democracia a través de ciudadanías informadas, demanda que puede ser rastreada en organizaciones como la UNESCO y el objetivo de desarrollo sostenible por una educación de calidad, estando presente también en los planes de desarrollo nacionales y locales.

Este fenómeno no es ajeno a las realidades de territorios como el latinoamericano ni el colombiano, dejando en evidencia la constante necesidad de contar con profesionales en comunicación, para la promoción, generación y lectura crítica para ciudadanías informadas que puedan fortalecer las democracias de la región y del país.

Por otro lado, los cambios que se generaron en el campo del periodismo por la emergencia digital, también han modificado otros campos en el contexto regional y nacional, el capitalismo de plataformas (Srnicsek, 2016) por ejemplo, ha puesto en evidencia la necesidad de acoplar o reconocer la comunicación estratégica desde los procesos digitales, en escenarios de experiencia e interfaz de usuario hasta la comunicación interna de las organizaciones, que cada vez más acuden a procesos de analítica de datos para la toma de decisiones del negocio en su funcionamiento interno como externo. En estos escenarios, el rol de la comunicación se transforma en esencial toda vez que los datos requieren de procesos de traducción constante entre la cifra, la tendencia, el patrón encontrado y su significado para los sujetos implicados en los negocios, organizaciones y también en las entidades públicas.

Todo lo anterior no se escapa de la necesidad constante de producir sentido en común- comunicar- la relevancia social y los procesos de desarrollo sostenible, impulsados por las Naciones Unidas y de las cuales no somos ajenos, es por ello que en el contexto regional y local, la participación de profesionales en Comunicación Social Periodismo es fundamental para todo tipo de organizaciones, ya sean empresariales, estatales o del tercer sector – ONG´s y agencias internacionales en los diversos territorios.

El programa de Comunicación Social de UCompensar se ha pensado, teniendo en cuenta que para lograr este tipo de interacciones con las necesidades de la región, del país y de la ciudad, debe partir de un ejercicio experiencial del aprendizaje, pues esas modificaciones digitales de nuestras vidas particulares y sociales, se viven en lo que se denomina como: -tiempo real-, a velocidades cada vez mayores, por ello, el modelo que se presenta en este documento reconoce la digitalización, la velocidad y la necesidad de la experiencia en tiempo real, con enfoques híbridos de educación que permitan así formar las competencias que el contexto mismo demanda actualmente.

Tabla 9. Problemas, necesidades y soluciones en lo concerniente al campo disciplinar

Necesidades	Problemas detectados	Problemas y situaciones que abordará el profesional
Vinculación de jóvenes Ninis a contextos laborales y educativos del país.	Problemas familiares. Lazos sociales debilitados. Desinterés por falta de oportunidades laborales. Resistencia para trabajar en sectores no atrayentes para el joven.	El egresado tendrá la oportunidad de desarrollarse tanto profesional como económicamente, utilizando su creatividad como base para su trabajo y generando ingresos a través de lo que le apasiona. Con el dominio de conocimientos y herramientas especializadas para desarrollar procesos comunicativos en contextos diversos, estará capacitado para satisfacer las necesidades de sus grupos de interés, alineándose con las tendencias actuales del sector.



Impulso a economías creativas como alternativa a los sectores industriales tradicionales	Desconocimiento de los incentivos a la industria creativa en el país. Miedo a asumir las responsabilidades y deberes tributarios que tienen las empresas legalmente constituidas.	El egresado tendrá la oportunidad de crear su propia empresa durante su formación en la institución, con un entendimiento claro de sus deberes y derechos como empresario. Además, estará capacitado para generar empleo a través de su emprendimiento, aprovechando los incentivos ofrecidos por diversas entidades gubernamentales y privadas. Esta formación le permitirá no solo generar ingresos, sino también contribuir al desarrollo económico mediante la creación de nuevas oportunidades laborales.
Activación de industrias creativas legales, que tributen al Estado y generen empleo	Búsqueda, por parte de los clientes, de clientes no legalizados por ser más económicos.	El egresado tendrá la oportunidad de crear su propia empresa durante su formación en la institución, con una comprensión clara de sus deberes y derechos como empresario. Además, estará capacitado para generar empleo a través de su emprendimiento, estableciendo su empresa de manera legal y contribuyendo al bienestar del país. Podrá ofrecer servicios de calidad a precios competitivos tanto a empresas nacionales como extranjeras, fomentando relaciones fuertes y duraderas con sus clientes.

Fuente de elaboración propia

El programa de Comunicación Social de la Fundación Universitaria Compensar en Bogotá se integra eficazmente en el contexto social, cultural, ambiental, tecnológico, económico y científico, considerando políticas y planes de desarrollo a diferentes niveles y el compromiso con la innovación, la transformación organizacional y la incidencia social. A continuación, se describe cómo el programa aborda estos diversos contextos:

- **Social y cultural:**

El programa fomenta la inclusión y la diversidad, respetando y promoviendo la pluriculturalidad en sus contenidos y metodologías. Se enfoca en desarrollar proyectos y fortalecer procesos que atiendan las necesidades y problemáticas específicas de diversas comunidades y regiones, promoviendo el bienestar social y la transformación organizacional a través de la comunicación.

Es importante señalar, que la línea de formación en generación de contenidos multiplataforma periodísticos y corporativos permite fortalecer procesos culturales con la difusión, socialización de la oferta cultural y su diversidad.

- **Ambiental:**

El currículo incluye la enseñanza de prácticas sostenibles y el diseño ecológico, preparando a los estudiantes para crear soluciones que minimicen el impacto ambiental. Igualmente, se alinean con políticas ambientales y planes de desarrollo sostenible, promoviendo la conciencia ecológica y la responsabilidad social en todos los proyectos y actividades del programa.

- **Tecnológico:**

Se integra con las últimas tendencias tecnológicas y de transformación digital propias de la comunicación, asegurando que los estudiantes adquieran competencias en herramientas y técnicas de vanguardia. El programa mantiene una actualización constante de sus contenidos para incorporar innovaciones tecnológicas que impacten positivamente el sector productivo.

- **Económico:**

La relación con el sector productivo es fundamental, fortaleciendo la colaboración con empresas y entidades económicas para adaptar el currículo a las demandas del mercado laboral. Se participa en planes de desarrollo económico regional y nacional, asegurando que los egresados sean profesionales competitivos y capaces de contribuir al crecimiento económico.





- **Científico:**

Fomenta la investigación y el desarrollo de nuevas metodologías en comunicación, impulsando el conocimiento científico en el campo. Se alinea con políticas y planes de desarrollo científico, promoviendo la innovación y la generación de nuevo conocimiento que tenga un impacto positivo en la sociedad y la industria

2.4. Atributos Diferenciadores

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 Comunicadores sociales, 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.

Con base en el PEP es posible indicar de manera explícita y puntual los rasgos distintivos del Programa de Comunicación Social de la UCompensar, sin ánimo exhaustivo, en los siguientes puntos:

- **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. En esta articulación, el programa de Comunicación Social contempla una línea de formación en laboratorios vivos, a través de la cual se espera un relacionamiento permanente con el sector productivo a través de los PIC (Proyectos Integradores de competencias) y los retos empresariales, y por otra parte, la propuesta de Renovación del Registro Calificado contempla la inclusión de una práctica de Inmersión Empresarial en quinto semestre, como respuesta a esta articulación con el sector productivo y a las necesidades expresadas por los estudiantes en los grupos focales.
- **Perfil integral:** El cual se expresa a través de la inclusión de importantes ejercicios formativos relacionados con la comunicación estratégica, la comunicación corporativa, la generación de contenido multiplataforma, las narrativas convergentes, inmersivas, el periodismo, la comunicación para el cambio social, transversalizados estos elementos por la comunicación digital. El programa tiene un importante componente de formación trasversal como espíritu y apuesta institucional de cara a la formación integral.
- **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.
- **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 en términos de la propuesta de modalidad híbrida y con flexibilidad horaria en aras de materializar el reto institucional de aportar a la democratización de la educación.





- **Formación integral:** materializada en los componentes transversal y electivo y en los componentes de formación específica disciplinar, que responden a las tendencias y desafíos del entorno y del sector productivo y que le permiten al comunicador social de la UCompensar desempeñarse en diferentes áreas de la comunicación.
- **Emprendimiento:** El programa cuenta con 2 espacios académicos específicos en la formación de emprendimiento en temas como liderazgo, intraemprendimiento, competencias blandas entre otros. Esta perspectiva formativa propia de la Fundación Universitaria Compensares un factor diferencial de nuestros profesionales mientras los prepara para ser proactivos, propositivos en la generación de iniciativas de negocio.
- **Experiencia en comunicación estratégica y comunicación corporativa.** El programa de Comunicación Social de la UCompensar cuenta con una importante trayectoria en la formación de comunicadores sociales en un estrecho relacionamiento con el sector productivo, a través de diseños curriculares que integran la perspectiva de los empresarios, con el desarrollo de Proyectos Integradores de Competencias (PIC), retos empresariales, visitas empresariales, empresarios al aula etc. Lo que le da brinda una coherencia fundamental en el marco del modelo Universidad – Empresa.
- **Laboratorios vivos.** Fortaleciendo la apuesta por el aprendizaje experiencial y significativo de la UCompensar, el Programa de Comunicación Social incorpora en su propuesta de renovación, laboratorios vivos pensados como espacios integradores de saberes y generadores de alternativas de solución para los problemas y necesidades del sector externo. El modelo educativo experiencial de laboratorios vivos, como forma de aprender y aprender la comunicación, es un factor que permite no solo reconocer contenidos, prácticas y formas de comunicar, sino que permite la consolidación de la comunicación como práctica, lo que se vincula con el modelo híbrido, que justamente se orienta a la consolidación de un ejercicio de formación holístico; se trata, entonces, de privilegiar el aprendizaje a través de la experiencia en escenarios coherentes a la práctica misma.

2.5. Justificación del campo o campos de educación y formación

En Colombia al interior de los programas de Comunicación Social Periodismo, es común reconocerse como campo, dejando de lado discusiones sobre disciplina o ciencia, lo anterior en la medida que en este campo convergen diversos saberes, hecho que puede comprenderse a partir de la historia de las ciencias sociales y su surgimiento al interior de las universidades, como lo propone Inmanuel Wallerstein (2003), donde se evidencia el sentido de cada una de las denominadas ciencias sociales y sus roles en la organización del conocimiento por especificidades, donde la idea de ciencia es posible de reconocer por la presencia de un método y un objeto para cada una de ellas.

En la comunicación por los debates y el surgimiento mismo del campo, se relacionan múltiples métodos provenientes de saberes como la sociología, la lingüística, la semiótica, los estudios culturales, la economía política, entre otros, por lo que la emergencia de diversos objetos y métodos son parte misma del pensamiento en comunicación, de allí la necesidad de reconocerse como campo, donde las tensiones constantes entre métodos y objetos están presentes en la consolidación del conocimiento del campo de una forma holística.

Comprendiendo lo anterior, el programa de Comunicación Social de la UCompensar se enmarca en la propuesta de campo, donde nuevos conocimientos pueden y requieren estar presentes, toda vez que todo proceso, acto o hecho comunicativo será modificado por los contextos y por los conocimientos mismos que emergen de otros campos del saber. Así, por ejemplo, la emergencia digital, los procesos de análisis y ciencias de datos que conducen a la aparición de modelos generativos (IA), son parte del



campo hoy en día, pese a que sus orígenes se encuentren en la matemática, ingeniería computacional y la estadística, son parte constitutiva de la comunicación hoy.

En el campo de la comunicación, además de la constante interacción de saberes y tensiones entre ellos, se pueden reconocer esferas de aplicación cotidianas, de todas ellas en UCompensar, se hace especial foco en dos que se relacionan con el medio productivo, en coherencia con el enfoque y apuesta institucional de la Universidad, se trata de I) La producción de mensajes en múltiples plataformas, orientado por lo tanto a las prácticas del periodismo y a otras derivadas de los requerimientos de la comunicación corporativa en la generación de contenidos, y II) la comunicación estratégica, orientada a la gestión de procesos comunicativos en organizaciones de diversa índole.

Así las cosas, el programa se ubica en el marco de las ciencias sociales, como puente de contacto que las junta, las tensiona y en esas relaciones complejas emergen conocimientos que permiten poner en marcha procesos de producción de sentido en común – comunicación- enfocándose en las dos esferas antes mencionadas, además de lo anterior, la forma de evidenciar, reconocer y comprender esas tensiones y formas del conocimiento, se realizan a partir de una apuesta experiencial mediante laboratorios vivos.

Lo anterior, es parte del reconocimiento de la emergencia de la digitalización constante y cada vez más veloz, no solo presente en modelos de IA, sino en prácticas comunicativas mediadas por tecnologías digitales, todas estas por lo general funcionando en procesos de aceleración casi infinitas, lo que ha modificado la experiencia comunicativa de forma drástica, llevando incluso a la generación de nuevas leyes para regular procesos de interacción laboral mediada por tecnologías digitales en espacios o tiempos no laborales, como ha sucedido en la Unión Europea. Teniendo en cuenta este tipo de dinámicas y fenómenos emergentes, la educación a partir de la experiencia busca justamente mediante los laboratorios vivos transformar la experiencia cotidiana y con el sector productivo en un campo de reflexión donde las teorías de la comunicación son el componente reflexivo clave, llevando así a que la velocidad y las características de la digitalización sean parte misma del proceso de aprendizaje al interior del programa.

Ahora bien, la existencia del campo no implica que se encuentre una ausencia total de objetos y métodos que permitan la consolidación de formas del conocimiento, de hecho al interior del mismo campo se pueden encontrar al menos tres esferas de indagación o donde se enfoca la mirada para la producción de conocimiento, I) el medio, II) el mensaje y III) la mediación, éstas confluyen en prácticas sobre contextos específicos, así la labor periodística se encuentra cruzada por las relaciones y tensiones entre las tres esferas anteriores en relación a la formación de ciudadanías con democracias cada vez más profundas, de forma similar funciona la puesta en marcha de espacios estratégicos de comunicación en el sector productivo.

2.6. Análisis de Correspondencia a partir de la Justificación

El programa de Comunicación Social de la Fundación Universitaria Compensar, a partir de su contenido curricular, perfil de egreso y modalidad, revela una clara alineación con las necesidades del desarrollo social, cultural, ambiental, económico y científico tanto a nivel nacional como regional. El programa está diseñado para proporcionar a los estudiantes conocimientos teóricos sólidos y habilidades prácticas avanzadas, preparándolos para enfrentar desafíos complejos y liderar proyectos innovadores en el campo de la comunicación. Esta formación integral permite a los egresados contribuir al sector productivo y a la sociedad.

El diseño curricular se desarrolló cuidadosamente para abordar las demandas del mercado laboral y las tendencias emergentes en el campo de la comunicación y en las diversas áreas del quehacer del



comunicador social. De hecho, el proceso que dicho diseño curricular, surte en la UCompensar, permite una perspectiva profunda y robusta de las tendencias del mercado laboral, las necesidades del sector productivo, la visión de estudiantes y docentes sobre las buenas prácticas del programa etc. Y sobre este ejercicio, en la renovación del programa se integran elementos coherentes con estos hallazgos.

Por su parte, el perfil de egreso destaca al comunicador social de la UCompensar por su capacidad para 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 corporativa, en los sectores de medios, empresariales y sociales del país.

En términos de desarrollo social, cultural, ambiental, económico y científico, el programa contribuye a una mejor comprensión y cohesión social, fomentan la conciencia ambiental y preparan a los egresados para liderar proyectos que mejoren la eficiencia y competitividad de las empresas desde los componentes de formación en comunicación estratégica y corporativa y en generación de contenidos multiplataforma periodísticos y corporativos. La formación en metodologías de investigación y tecnologías permite a los egresados contribuir al avance científico y responder a las necesidades del mercado y la sociedad.

Tabla 10. Análisis de Correspondencia a partir de la Justificación

Perfil de Egreso Profesional	Competencia Profesionales	Asignaturas que intervienen	Dimensión cognitiva (Bloom)	Resultado de aprendizaje
El Comunicador Social de la Fundación Universitaria Compensar: a) Produce contenidos comunicativos en diferentes formatos, lenguajes, narrativas y plataformas con base en la incorporación de tecnologías emergentes. b) Interpreta las informaciones y datos de la realidad para tomar decisiones frente a la publicación y gestión de contenidos comunicativos.	Produce contenidos comunicativos en diferentes formatos, lenguajes, narrativas y plataformas con el fin de comunicar de manera oportuna, efectiva, pertinente y responsable la información y los mensajes que los diferentes tipos de públicos necesitan, basados en los principios de la redacción, la producción, lenguajes y narrativas, el contexto social y las últimas tendencias de la ecología de los medios y las tecnologías emergentes	Taller de lenguajes y narrativas Expresión y comunicación Redacción Taller Escrituras creativas	Distinguir	Distingue las características y posibilidades comunicativas de los diferentes lenguajes y narrativas, para expresar ideas e informaciones y construir mensajes comunicativos multiplataforma, basados en el desarrollo y estudio de los lenguajes desde el arte hasta los medios de comunicación y las teorías de la narratología.
		Taller de Narrativas Convergentes Storytelling estratégico Diseño Básico Diseño Digital I	Aplicar	Distingue las características y posibilidades comunicativas de los diferentes lenguajes y narrativas, para expresar ideas e informaciones y construir mensajes comunicativos multiplataforma, basados en el desarrollo y estudio de los lenguajes desde el arte hasta los medios de comunicación y las teorías de la narratología.
		Taller de periodismo Taller de Entrevista y noticia Taller de crónica y reportaje Periodismo digital Producción periodística Taller de crónica y reportaje Periodismo digital Producción periodística	Aplicar	Produce de manera clara, precisa y veraz, informaciones periodísticas multiplataforma en diferentes géneros, formatos, que den cuenta del acontecer y las problemáticas de la realidad, con el fin de consolidar una opinión pública informada capaz de tomar decisiones en la sociedad, basados en los estudios de periodismo, las experiencias, publicaciones y manuales de estilo de los diferentes medios



c) Analiza las características y problemáticas de los procesos de comunicación en organizaciones, desde su naturaleza y estructura. d) Genera procesos de relacionamiento entre diferentes públicos, actores y organizaciones sociales, entendiendo sus contextos pluriculturales. e) Propone y coordina planes y proyectos de comunicación corporativa, institucional, empresarial y social, en equipos de trabajo, de acuerdo con principios de sostenibilidad. f) Desarrolla investigación aplicada en el área de la comunicación.	Diseña procesos de comunicación estratégica en las empresas y organizaciones de todos los sectores, teniendo en cuenta su naturaleza, estructura, necesidades y problemáticas, para generar acciones comunicativas responsables, que contribuyan al mejoramiento de sus procesos encaminados al logro de metas y objetivos particulares, basados en la aplicación de metodologías de diagnóstico organizacional y una lectura juiciosa del contexto en el que dichas organizaciones se insertan.	Sujeto, cuerpo y comunicación Semiótica y cultura Ecología de medios Opinión pública Investigación en Comunicación	Aplicar	Construye mensajes e historias aprovechando las características y posibilidades comunicativas de los diferentes lenguajes y narrativas, con el fin de llegar de manera adecuada y responsable a los diferentes públicos, cumpliendo un objetivo comunicacional, basados en las teorías de la comunicación.
		Redes y contextos Comunicación estratégica Comunicación, reputación y gobierno corporativo	Analizar	Revisa los conceptos básicos que caracterizan los procesos de comunicación en las organizaciones, tanto internos como externos, para diagnosticar, analizar y consolidar planes de comunicación pertinentes para el desarrollo de la organización, basados en el estudio de las distintas teorías organizacionales de la comunicación y sus casos de aplicación.
		Gestión de la comunicación Públicos, eventos y Relaciones Públicas Comunicación interna y endomarketing Comunicación y gestión de crisis	Analizar	Ejecuta diferentes acciones comunicativas dentro de las organizaciones, bajo lineamientos y protocolos, como eventos, planes de medios, mapa de stakeholders, redes y comunicaciones de manera responsable, encaminados al logro del cumplimiento de metas y objetivos de la organización.
		Comunicación estratégica de Marketing Comunicación, imagen y posicionamiento Proyectos estratégicos y prospectiva	Aplicar	Propone procesos integrales de diseño de producto y gestión estratégica y de marca adaptados a las necesidades de comunicación y respetuosos de los códigos éticos digitales utilizando herramientas analógicas y digitales, aplicando principios de composición, interacción y coherencia conceptual
		Laboratorio de Fotografía y realidad Laboratorio de pre-producción audiovisual Laboratorio de postproducción y medios	Realizar	Elabora mensajes, contenidos y narrativas haciendo uso de todos sus elementos y características, para comunicarlos de manera ética por diferentes medios y plataformas, con base en una lectura crítica de la realidad y la aplicación de metodologías para la caracterización y el diagnóstico organizacional desde la perspectiva de la comunicación.
	Crea mensajes, contenidos e informaciones a partir de la interpretación, análisis y selección de datos, para su divulgación a los diferentes públicos sociales o empresariales, en contexto y con sentido crítico, a través de diferentes medios y plataformas y el relacionamiento permanente con las organizaciones y sus necesidades y basados en el estudio y desarrollo de metodologías de investigación adaptadas a los desarrollos digitales.	Laboratorio de Locución y Producción Sonora Laboratorio de Podcast y narrativas sonoras Laboratorio de Producción de contenidos digitales Laboratorio de comunicación inmersiva (RA, RV, IA)	Aplicar	Realiza con creatividad, responsabilidad y conocimiento de la realidad organizacional productos audiovisuales, sonoros, escritos, digitales, para comunicar informaciones, contenidos o mensajes, teniendo como punto de partida las reflexiones propias de las Teorías de la Comunicación.
		Proyectos estratégicos Comunicación para el cambio social	Aplicar	Proyecta nuevas propuestas, planes o proyectos en medios y organizaciones, para generar posibilidades de innovación y transformación en la formulación de soluciones de comunicación en la sociedad y el sector productivo, a partir de la creación de mensajes comunicativos éticos, creativos y de calidad,



		Taller de Visualización de datos y toma de decisiones Diseño UX - UI	Aplicar	Busca y valida datos en diferentes fuentes responsablemente, a partir de su selección, organización y análisis, para construir nuevos mensajes e informaciones, basado en el estudio de las herramientas de análisis de investigación social y digital para la toma de decisiones.
--	--	---	---------	--

Fuente. Construcción propia, 2025

2.7. Evidencias e indicadores de la justificación del programa externas y UCompensar

Como parte del ejercicio de recopilación de información relevante para el programa, en términos de construir un panorama amplio, suficiente y profundo sobre su pertinencia, se han revisado datos relacionados con indicadores claves como: personas inscritas, admitidas y matriculadas en primer semestre, tanto nivel nacional como local (del campo de comunicación social/ periodismo) y del programa. Esta información se presenta, a continuación:

a. Personas inscritas, admitidas y matriculadas en primer curso

Inicialmente, se registran y valoran los índices de personas inscritas, admitidas y matriculadas en primer curso en las universidades con las que se realizó el proceso de análisis de su oferta. Estos datos se han contemplado para el año 2024.

Tabla 11. Índices programas, año 2024

Institución	Inscritos	Admitidos	Matricula Primer curso	Tasa de selección	Tasa de Absorción
Universidad del Valle	72	77	94	106,9	130,6
Universidad EAFIT	120	120	99	100	82,5
Universidad del Norte	136	137	73	100	53,7
Universidad de la Sabana	235	171	96	72,8	40,9
Pontificia Universidad Javeriana	424	327	248	77,1	58,5
Politécnico Grancolombiano	268	233	154	86,9	57,5
Uniminuto	733	734	513	100	70,0
Universidad Cooperativa de Colombia	40	35	25	87,5	62,5
Universidad Central	52	116	80	223,1	153,8
Universidad Santo Tomás	79	73	29	92,4	36,7
Universidad Sergio Arboleda	82	52	43	63,4	52,4

Fuente: Elaboración propia a partir datos SNIES, 2025

La anterior tabla (11) presenta el promedio de las personas inscritas de los programas, así, se cuenta con un máximo de 733 (Uniminuto), un mínimo de 40 (Cooperativa), un promedio de 203,7 inscritos. A su vez, el programa de UCompensar cuenta para el mismo año con 47 inscritos por encima del mínimo registrado en el periodo. De otra parte, al establecer el ejercicio con los admitidos a los programas el máximo lo tiene Uniminuto (734), el mínimo la Cooperativa (35), un promedio de 388,6 admitidos, en este caso la UCompensar se encuentra con 20 admitidos. En el primer curso la UCompensar cuenta con 26, por encima del mínimo registrado de la cooperativa (25), el máximo corresponde a Uniminuto con 513 con un promedio de 132,2.

De lo anterior, es preciso reconocer, que los datos que provienen de Uniminuto deben ser contextualizados sobre la realidad institucional y del programa, dado que se cuenta con la presencia de esta oferta en varios territorios como es el caso de Bogotá y Soacha, es decir, estos deben ser



contemplados con este tipo de detalles interpretativos. Adicionalmente, las cifras presentadas permiten evidenciar que el crecimiento de los estudiantes inscritos y admitidos entre los años de 2017 y 2023 varía, con un pico en 2018 (3,906 inscritos) y una ligera disminución hasta 2023 (3,278 inscritos).

Sin embargo, el número de admitidos ha aumentado constantemente desde 2019, con una notable mejora en 2023, donde prácticamente todos los inscritos fueron admitidos (3,251 de 3,278 inscritos, lo que representa una tasa de selección del 99.1%).

En la tendencia de la tasa de selección se observa una fluctuación, teniendo en cuenta que en 2019, hubo una baja significativa (57.4%), pero a partir de 2020, esta tasa comenzó a aumentar notablemente, alcanzando un máximo en 2023 con un 99.1%. Este aumento refleja una mayor apertura en el proceso de selección, admitiendo a casi todos los inscritos en los últimos años.

En cuanto a la tasa de absorción permite verificar que también ha mostrado una tendencia creciente, especialmente desde 2019. En 2017 y 2018, menos del 40% de los inscritos se matriculaban en el primer semestre, mientras que, a partir de 2019, más de la mitad de los inscritos terminaban matriculándose, con un máximo de 89.9% en 2022. Por su parte, en 2023, esta tasa disminuyó ligeramente al 74.2%, lo que podría deberse a diversos factores como la competencia de otras instituciones o cambios en la demanda estudiantil.

Este análisis revela un esfuerzo consistente en mejorar las tasas de admisión y absorción, aunque el desafío principal sigue siendo aumentar la proporción de inscritos que finalmente se matriculan. Los picos en 2022 y 2023 sugieren una mejora en las estrategias de retención, pero la fluctuación de las tasas de absorción indica que aún hay margen para optimizar el proceso de matrícula.

Tabla 12 Estadísticas por departamento de Inscritos, matriculados y tasa de absorción

IES o Departamento	AÑO 2022-1			AÑO 2022-2			AÑO 2023-1			AÑO 2023-2			AÑO 2024-1		
	Inscritos	Matriculados	% absorción	Inscritos	Inscritos	% absorción	Inscritos	Matriculados	% absorción	Inscritos	Matriculados	% absorción	Inscritos	Matriculados	% absorción
	126	75	59%	119	73	61%	127	61	48%	92	62	67%	150	66	44%

Fuente: Elaboración propia, 2024 con base en información SICA, UCompensar

Ahora bien, al observar los datos anteriores (Tabla 12), en relación con el periodo 2020 – 2024, a nivel nacional, Bogotá y la dinámica en la Fundación Universitaria Compensar el resultado que tenemos es el siguiente:

Tabla 13. Índices programas campo comunicación (nacional – local – UCompensar) 2020-2024

Datos a nivel nacional					
Año	Inscritos	Admitidos	Matricula Primer curso	Tasa de selección	Tasa de Absorción
2020	12713	8421	6320	66,2	49,7
2021	12459	8948	6334	71,8	50,8
2022	10944	8430	6097	77,0	55,7
2023	10522	8589	6311	81,6	60,0
2024	10843	7147	5664	65,9	52,2
Datos a Nivel Local					
Año	Inscritos	Admitidos	Matricula Primer curso	Tasa de selección	Tasa de Absorción
2020	5126	3177	2393	62,0	46,7
2021	4799	3506	2413	73,1	50,3
2022	4790	3414	2292	71,3	47,8
2023	4018	3122	2243	77,7	55,8

2024	4461	2404	1811	53,9	40,6
Datos Programa UCompensar					
Año	Inscritos	Admitidos	Matricula Primer curso	Tasa de selección	Tasa de Absorción
2020	43	10	10	23,3	23,3
2021	41	24	30	58,5	73,2
2022	60	32	32	53,3	53,3
2023	54	29	31	53,7	57,4
2024	47	20	26	42,6	55,3

Fuente: Elaboración propia a partir datos SNIES, 2025

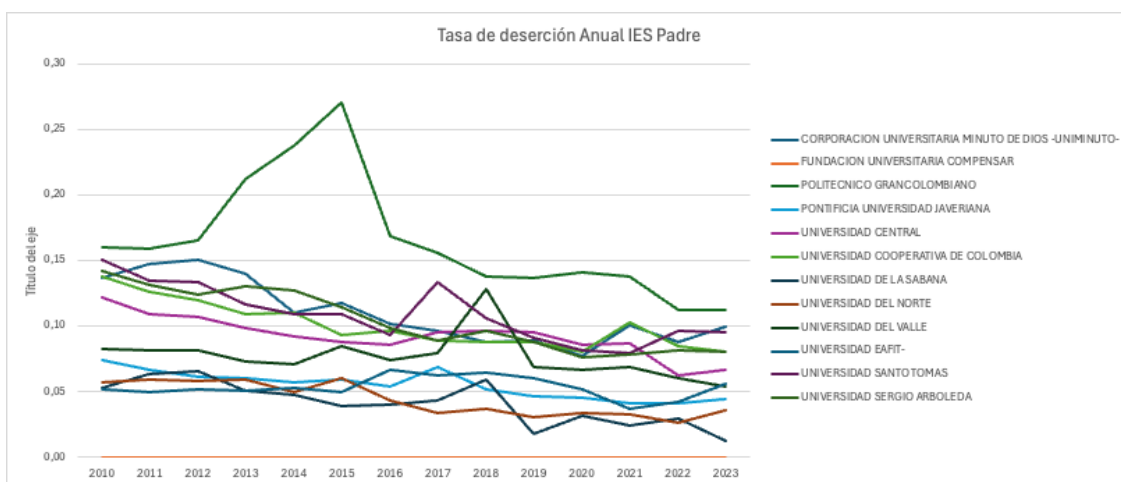
De la información anterior (Tabla 13), es posible reconocer que la mayoría de los índices del programa se ha venido ajustando al nivel local y nacional con el paso de los años, es decir, a la medida que el programa avanza en sus cohortes los índices se ajustan y alcanzan los estándares de otros programas nacionales y locales, lo que evidencia en últimas cómo el programa se encuentra madurando de forma coherente a los demás contextos.

b. Tasas de deserción por cohorte y por periodo académico

Según el Ministerio de Educación Nacional (MEN), en el año 2021 la tasa de deserción anual para los programas universitarios fue del 8,89%, para los tecnológicos del 10,75% y para los técnicos profesionales del 18,79%. No se encuentra registro disponible al público sobre el nivel de formación de posgrado en especialización, por lo que no se puede especificar el nivel de deserción; pero, según los datos reportados, la tasa de deserción disminuye según el nivel de formación aumenta, por lo que se podría deducir que la tasa de deserción podría estar por debajo del 8,79 % de los programas universitarios.

Para el análisis respecto de los programas de Comunicación a nivel nacional, se utilizó la información suministrada por SPADIES y a través de un ejercicio de minería de datos se revisaron los índices de las universidades usadas como referentes para el análisis de la oferta; con este set de datos es posible reconocer el estado de los programas de comunicación frente a la deserción.

Figura 7. Tasa deserción Anual IES Padre nivel de formación Universitario



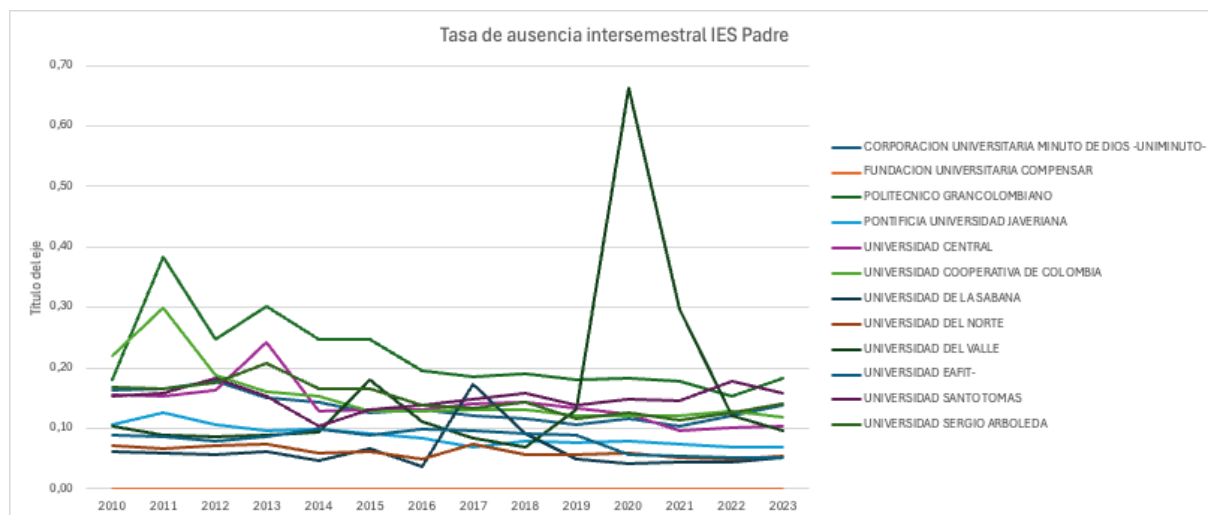
Fuente: Elaboración propia a partir datos SPADIES, 2025

Como se observa en la figura 7, frente a la deserción anual en estas universidades y contemplando solo



el nivel de formación universitario, se puede reconocer que en el periodo 2010 – 2023, el rango de deserción oscila entre poco menos del 0,05% y el 0,25%, donde el mayor índice se encuentra en la Uniminuto, siendo ésta la que evidencia de manera constante la tasa más alta.

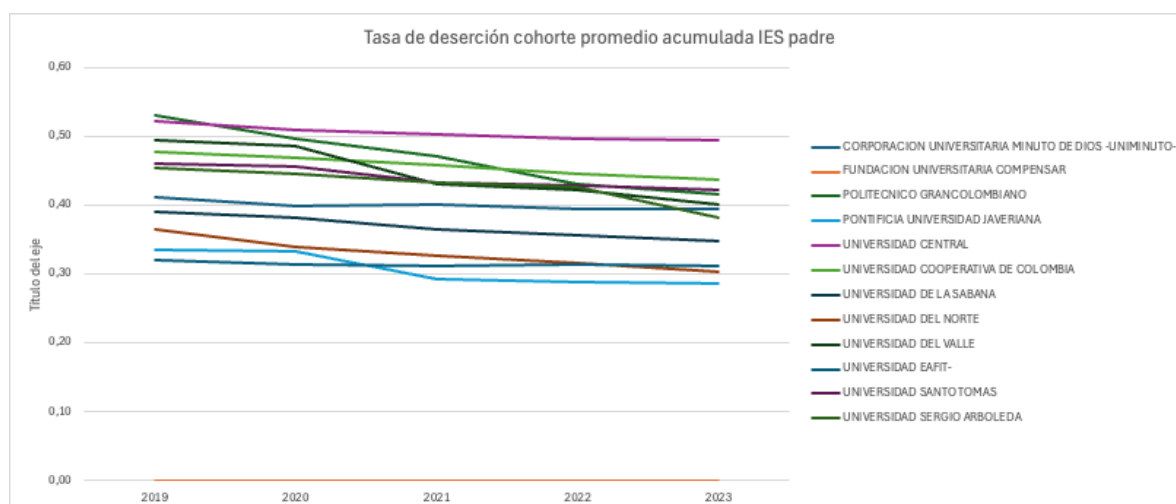
Figura 8. Tasa de ausencia intersemestral IES Padre nivel de formación Universitario



Fuente: Elaboración propia a partir datos SPADIES, 2025

Igualmente, al contemplar la ausencia intersemestral, los valores son mucho más altos, llegando incluso al 0,60 con la universidad del Valle para el año 2020, pico que seguramente se explica por la pandemia del COVID 19, además de la dinámica propia de una universidad pública. Ahora bien, es importante reconocer que el rango oscila entre el 0,10 hasta el 0,30 en promedio para las instituciones y programas de comunicación rastreados.

Figura 9. Tasa deserción cohorte acumulado IES Padre nivel de formación Universitario.



Fuente: Elaboración propia a partir datos SPADIES, 2025

De otra parte, al observar la tasa de deserción por cohorte acumulado (Figura 9) de estas instituciones

con el nivel de formación universitario, el mínimo se ubica alrededor del 0,30 llegando hasta el 0,50 como nivel superior, no obstante, es preciso destacar que estos niveles se encuentran en descenso lo que evidencia el resultados de los ejercicios que las instituciones han realizado para la retención de estudiantes: empero, este análisis debe ser matizado, teniendo en cuenta que no se tienen datos previos al año 2019.

Es importante reconocer a nivel nacional que la tasa de deserción por género suele ser más alta en los hombres que en las mujeres en el periodo 2010 – 2023, pues para este periodo los hombres cuentan con una deserción promedio de 1,39 puntos más alta que el de las mujeres. Lo anterior se puede contrastar, además, con los índices de deserción del área del conocimiento; en este caso para las ciencias sociales y humanas para el mismo periodo fue en promedio de 9,04% siendo superado a la baja por bellas artes (8,28%), ingenierías (8,17%) y por las ciencias de la salud la más baja de todas (5,39%). Cabe señalar que las demás áreas del conocimiento cuentan con tasas promedio de deserción más altas a la del campo al que pertenece el programa llegando a un tope de 10,20% en el área de la economía, administración, contaduría y afines.

Al observar el mismo fenómeno a nivel nacional por regiones, Bogotá se encuentra en la posición No. 16 con un promedio en el mismo periodo de 9,35%, por su parte, el más bajo (posición No. 1) es Caldas con un 5,63% y el más alto en la posición No. 33 con una tasa de 21,79% es el Amazonas. Acorde con esta información y datos suministrados por SPADIES, es posible reconocer el contexto en el cual se desarrolla el programa y la importancia que adquieren los mecanismos institucionales y del programa para garantizar la permanencia de sus estudiantes. En este sentido, en UCompensar se tienen previstos unos mecanismos y estrategias en función de la permanencia de los estudiantes, por tal razón se tiene diseñadas políticas y planes de acción como se observan la figura 5, modelo de alertas tempranas.

Alertas tempranas

- Alertas altas o rojas: Indicadores de intervención prioritaria que permiten identificar los riesgos de deserción para mitigarlos oportunamente.
- Alertas medias o naranjas: Indicadores de intervención intermedia que permite identificar los riesgos de deserción.
- Alerta baja o amarilla: Indicadores que no registran intervención del riesgo pero que permiten motivar a participar en estrategias de promoción y prevención.

Figura 10. Sistema de Alertas tempranas.



Fuente: Bienestar Universitario 2025

El modelo de gestión de permanencia inicia con la recopilación de información de los actores del proceso, la cual es evaluada y analizada; con los resultados obtenidos se determinan los factores de



riesgo (académicos, socioeconómicos, individuales e institucionales) que afectan la permanencia y así establecer acciones de mitigación; existe una relación directa entre las variables, los factores de riesgo, la estructuración de programas y apoyos en pro de la permanencia y el éxito estudiantil; el modelo finaliza con la generación de indicadores medibles que permiten verificar el nivel de cumplimiento de cada estrategia.

Figura 11. Gestión de la Permanencia UCompensar



Fuente: área de Permanencia Estudiantil, 2025.

c. Empleabilidad de los egresados

El rol del comunicador social es fundamental en organizaciones, comunidades y medios, dado que es un **estratega, narrador y agente de cambio**, en capacidad de generar procesos de transformación desde la comprensión misma de las prácticas comunicativas en un contexto determinado. Así, los comunicadores sociales de la UCompensar se insertarán en un mercado laboral diverso, en cambio permanente, pero al que se encuentran preparados para asumir, dadas las competencias adquiridas en el marco del aprendizaje experiencial, significativo y el modelo Universidad – Empresa. En la Tabla 14 se presentan los perfiles requeridos para profesionales en Comunicación en portales de empleo.

Tabla 14. Perfiles requeridos para profesionales en Comunicación Social en portales consultados.

Nivel salarial	Cargo (Ejemplos)	Experiencia clave	Competencias claves
1 a 1,5 millones	Aprendiz / Practicante Universitario	básico/deseable en herramientas ofimáticas	Habilidades blandas fundacionales (Responsabilidad, Proactividad, Trabajo en equipo). Capacidad de comunicación básica (Redacción, escucha activa). Habilidad para gestionar tareas de forma organizada
De 2,5 a 3 millones	Coordinador(a) Operacional / Analista Especializado	experiencia operativa mínima de 2 años en el cargo o área. Formación profesional en áreas administrativas, contables, o de comunicación/diseño. Conocimiento especializado en un área técnica (ej., Marketing Digital y métricas; O bien, Nómina y Legislación Laboral). Manejo de sistemas de información o herramientas de edición específicas	Orientación al detalle y cumplimiento normativo (Asegurar la correcta ejecución de procesos). Habilidades de organización y servicio al cliente. En roles de comunicación, habilidad para la gestión comunitaria y la creación de contenido audiovisual
De 3 a 3,5 millones	Social Media Manager /	Experiencia liderando la comunicación visual y	Creatividad y pasión por el contenido digital. Capacidad de diseño y



	Especialista Creativo	estratégica de marca en medios digitales. Conocimiento en producción de contenido (fotografía, video, material publicitario) y administración web	planificación de parrillas de contenido. Habilidad para el análisis de métricas de rendimiento (alcance, interacción, conversión)
De 3.5 a 4 millones	Coordinador Estratégico / Analista Bilingüe	Experiencia general de al menos 3 años y experiencia específica de 1 año en la gestión de planes de comunicación y campañas de e-marketing. Requisito de formación profesional. Dominio de un idioma avanzado (Inglés Avanzado para roles globales o remotos).	Pensamiento estratégico y orientación a resultados. Habilidades de análisis de datos. Comunicación efectiva, tanto verbal como escrita. Capacidad para gestionar canales de comunicación y elaborar informes de gestión
De 4 a 4,5 millones	Profesional Especializado (Legal o Sectorial)	Experiencia especializada mínima de 2 años en un sector de nicho (ej., construcción/inmobiliario O el Sistema de Seguridad Social - Pensiones). Título profesional y requisitos legales (ej., Tarjeta Profesional para Abogados). Conocimiento técnico en herramientas avanzadas de comunicación digital (pauta, mailing, edición de video) O en el marco legal (Derecho Procesal y Constitucional)	Foco en el desarrollo y ejecución de estrategias específicas (internas y externas). Alta competencia técnica en el manejo del marco legal requerido. Excelente redacción y ortografía.
De 6 a 8 millones	Project Manager (Senior) / Profesional de Proyectos Sociales	Experiencia significativa (mínimo 2 años) en liderazgo o dirección de proyectos (sociales o tecnológicos). Formación avanzada o especializada (Ciencias Sociales O Ingeniería/Telecomunicaciones). Dominio de metodologías y software de análisis avanzado (Metodologías ágiles, software cuantitativo/cualitativo, Microsoft Project, Moodle). Nivel de inglés B2 para proyectos internacionales.	Liderazgo, gestión de recursos, proveedores y equipos. Habilidades analíticas superiores. Capacidad para la investigación social aplicada, documentación y elaboración de informes técnicos detallados.
Salarios confidenciales	Periodista / Comunicador Corporativo Senior	Experiencia mínima certificada de 2 años en comunicación corporativa, community management, redacción y producción audiovisual/multimedia. Conocimiento en estrategias de redes sociales y storytelling digital. Experiencia deseable en sectores regulados (financiero, fondos de pensiones, medios de comunicación).	Comunicación asertiva y clara. Capacidad para la producción integral de contenidos (editoriales, digitales, audiovisuales). Habilidad para desarrollar propuestas de contenido innovadoras y garantizar la coherencia de la imagen digital

Fuente: Elaboración propia, 2025.

De acuerdo con la información de la Tabla 14, es evidente no solo la existencia de oferta laboral para egresados en Comunicación Social, sino que, además, se puede ver, tanto en la experiencia y conocimiento requeridos como en las competencias claves, la pertinente relación que existe entre el

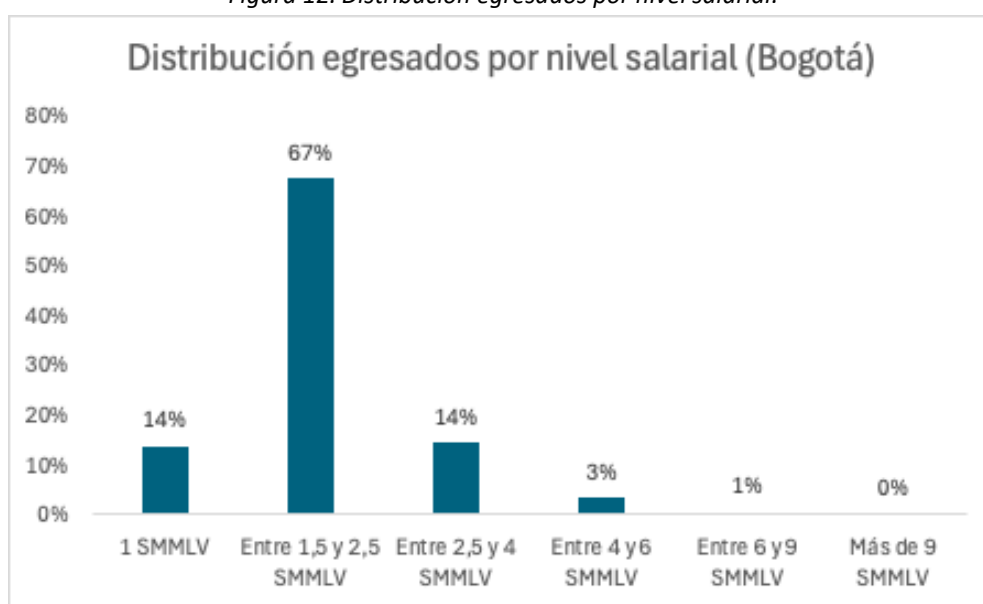


perfil de egreso del estudiante de comunicación Social de UCompensar, y el valor de la apuesta misma del programa, en la que la correlación entre las apuestas formativas y el campo laboral está presente, configurando de esta forma un programa que se orienta al campo laboral y a los requerimientos del sector productivo, en sintonía con el enfoque de la UCompensar, así como el respeto por el valor de la academia en los contenidos y apuestas formativas mismas del programa.

d. Situación laboral de los egresados

El primer grupo de egresados del programa con el actual registro calificado obtendrá su título en noviembre de 2025. No obstante, en el marco del proceso de Renovación del Registro Calificado del programa, sus voces fueron escuchadas en los grupos focales para tener una perspectiva de la pertinencia de sus competencias al enfrentarse al ejercicio de la práctica profesional de noveno semestre. Por su parte, el Observatorio Laboral para la Educación, cuenta con datos hasta el año 2023. En la Figura 12 se presenta la distribución de egresados por nivel salarial.

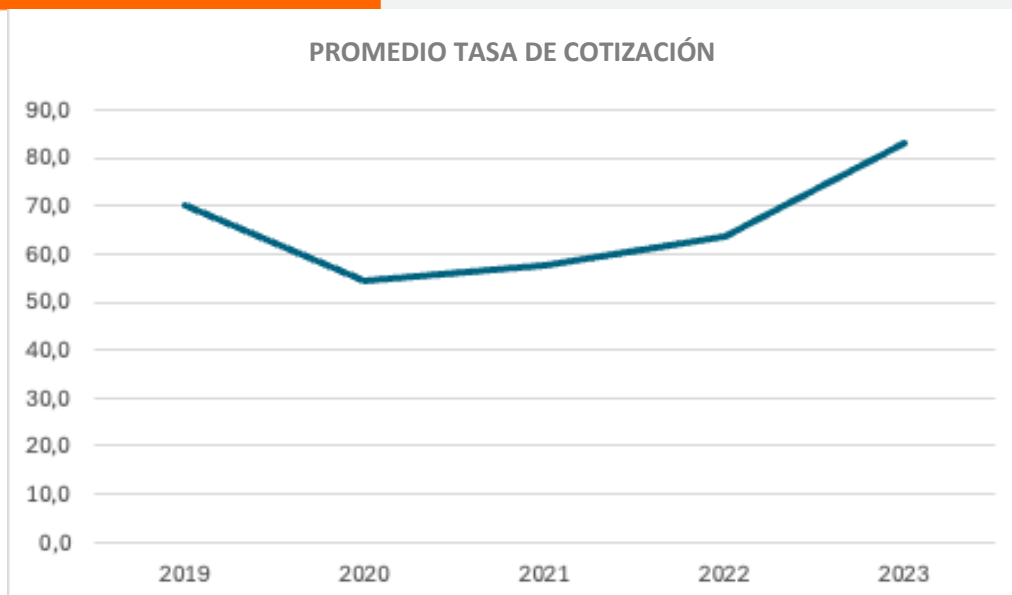
Figura 12. Distribución egresados por nivel salarial.



Fuente. Elaboración propia con datos de OLE, 2025

En la figura 13 se puede apreciar el aumento de la tasa de cotización para comunicadores sociales, de acuerdo con las cifras del OLE.

Figura 13. Promedio tasa de cotización.



Fuente. Elaboración propia con datos de OLE, 2025

Como se observa en las figuras 12 y 13, al rastrear la información disponible en el Observatorio Laboral para la Educación, en específico la vinculación laboral de los recién egresados, en la ciudad de Bogotá se reconocen 2793 egresados de programas de Comunicación Social y de Comunicación Social/ Periodismo. De estos programas la mayoría (67%) cuenta con un sueldo entre 1,5 y 2,5 SMMLV, por otro lado, la tasa de cotización en la ciudad de Bogotá cuenta con una tendencia a la alza, pues en el año 2019 estaba en un 69,9, para el 2023 se encuentra en el 83,1 el punto más alto de la ventana observada y con una tendencia a seguir el patrón de crecimiento. Lo que permite establecer que el campo laboral para las y los recién egresados es cada vez más idóneo.

Relación de Anexos:

Anexo: 2.1. Investigación de Mercados

Anexo: 2.2. Resultados grupos focales

Anexo 2.3 Resultados grupo focal
empresarios

Anexo 2.4 Dashboard Oferta Académica

Anexo 2.5 Dashboard Base Estudiantes

Anexo 2.6 Validación empresarios programa
de Comunicación Social



3. ASPECTOS CURRICULARES

La presente condición precisa los aspectos teórico-epistemológicos y curriculares que sustentan la actualización de la apuesta formativa, pedagógica, de interacción y evaluación del programa de Comunicación Social en modalidad híbrida (presencial y virtual) en atención a la legislación y normatividad vigente y los hallazgos identificados durante la vigencia del registro calificado. Esto con el fin de reflejar con claridad los criterios de integralidad, flexibilidad e interdisciplinariedad (desde una mirada general, más allá de la malla curricular) basados en posturas conceptuales y metodológicas congruentes con el Proyecto Educativo Institucional.

Para lo anterior, este capítulo se ha estructurado en cinco apartados acordes con el Decreto 1330 de 2019 (**Componente Formativo, Pedagógico, de Interacción, Evaluativo y Teórico-epistemológico**) lo cual permite evidenciar la completitud e integralidad del programa desde la fundamentación teórica, así como la perspectiva pedagógica, educativa y curricular que apalanca el abordaje del objeto de estudio definido. Igualmente, formaliza el propósito de formación, los perfiles, las competencias específicas, genéricas y transversales a desarrollar y valorar, se describen los Resultados de Aprendizaje (RA) a alcanzar al final del proceso y finalmente la malla curricular, en alineación directa con los RA y con el plan general de estudios, asociado a créditos académicos.

Igualmente, este apartado refleja las estrategias desarrolladas durante la vigencia del registro calificado y proyectadas para el fortalecimiento de la interdisciplinariedad y la internacionalización del currículo a nivel institucional y del programa. En este sentido, se plantean espacios y actividades curriculares y extracurriculares con carácter interdisciplinar que posibilitan el abordaje de problemas reales del contexto mediante el trabajo con pares y con profesionales en formación de otras disciplinas. Y, por otra parte, se describen las alternativas para el desarrollo de competencias que facilitan el desempeño en entornos inter y multiculturales, clave para el fortalecimiento del perfil profesional.

Se plantea la flexibilidad curricular desde la consideración institucional y aterrizada en el programa, definida para crear rutas de aprendizaje diversas, ajustadas a las realidades, necesidades y posibilidades del estudiante, para favorecer la significación del aprendizaje, el desarrollo de competencias y la continuidad y avance en el sistema educativo y en la institución, según el PEI.

En línea con lo declarado en el Proyecto Educativo Institucional – PEI, el Lineamiento Curricular de la Fundación Universitaria Compensar Anexo 3.1, actualizado el 26 de septiembre de 2024, precisa las políticas académicas asociadas a currículo, los resultados de aprendizaje, los créditos y las actividades académico-formativas que hacen realidad el perfil de formación del egresado, en atención a la legislación y normatividad vigente. Por ello la Fundación, desde su perspectiva curricular, y en el marco de la Constitución Nacional (artículos 41 y 67) facilita el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura; así mismo promueve prácticas democráticas para el aprendizaje de los principios y valores de la participación ciudadana.

En este sentido, y como lo indica la Ley 30 de 1992, la Fundación Universitaria Compensar define su carácter y autonomía como institución universitaria cuya línea pedagógica y curricular asegura la oferta de programas académicos de calidad orientados a la formación en ocupaciones, programas de formación académica en profesiones o disciplinas y programas de especialización, con proyección a nuevos niveles formativos, según lo permita la norma; todo ello, en atención a los principios y valores institucionales de: responsabilidad, compromiso, respeto, servicio, transparencia, accesibilidad, cobertura, mejora continua, sostenibilidad y eficiencia.



De otra parte, de acuerdo con lo dispuesto en el Decreto Único Reglamentario para Educación (Decreto 1075 de 2015, modificado por el Decreto 1330 de 2019), la Institución plantea los procesos asociados a la Gestión Curricular (planeación, diseño y actualización, implementación, evaluación y mejora continua del currículo) a partir de la precisión conceptual de los mismos, así como de los criterios y procedimientos que aplican en cada uno de ellos, en los niveles *macro, meso y micro curricular*, que consolidan la arquitectura curricular institucional. Conforme al Decreto 1330 de 2019, se definen en la Política académica de Lineamientos Curriculares institucionales, los elementos formativos, pedagógicos, epistemológicos, de interacción y evaluación necesarios para formular, diseñar y actualizar programas académicos, según el conocimiento, acorde con las modalidades (presencial, a distancia, virtual, dual u otros desarrollos que combinen e integren las anteriores modalidades), formación, su naturaleza jurídica, tipología e identidad institucional.

3.1. El desarrollo curricular del programa académico, durante la vigencia del registro calificado a renovar.

a. Descripción de líneas de formación

Al presentar el documento de registro calificado vigente, el programa de Comunicación Social tenía las siguientes líneas de formación en su componente disciplinar: Lenguajes y narrativas, Desarrollos creativos y tecnológicos, Contextos y fundamentación teórica y Procesos comunicativos para las organizaciones. Ahora bien, en el proceso de renovación del Registro Calificado, el programa ha valorado la pertinencia de estas líneas de formación y de los espacios académicos que la componen, manteniendo aquellos espacios académicos que siguen siendo vigentes y que son una fortaleza para la formación de los comunicadores sociales de la UCompensar e integrando, otros espacios que responden a las tendencias en el campo de la comunicación. En la siguiente Tabla (15) puede observar lo antes mencionado, respecto de las líneas de formación y sus competencias.

Tabla 15. Competencias Comunicación Social

Programa	Competencia
Comunicación Social	Produce contenidos comunicativos en diferentes formatos, lenguajes, narrativas y plataformas con el fin de comunicar de manera oportuna, efectiva, pertinente y responsable la información y los mensajes que los diferentes tipos de públicos necesitan, basados en los principios de la redacción, la producción, lenguajes y narrativas, el contexto social y las últimas tendencias de la ecología de los medios y las tecnologías emergentes.
	Diseña procesos de comunicación estratégica en las empresas y organizaciones de todos los sectores, teniendo en cuenta su naturaleza, estructura, necesidades y problemáticas, para generar acciones comunicativas responsables, que contribuyan al mejoramiento de sus procesos encaminados al logro de metas y objetivos particulares, basados en la aplicación de metodologías de diagnóstico organizacional y una lectura juiciosa del contexto en el que dichas organizaciones se insertan.
	Crea mensajes, contenidos e informaciones a partir de la interpretación, análisis y selección de datos, para su divulgación a los diferentes públicos sociales o empresariales, en contexto y con sentido crítico, a través de diferentes medios y plataformas y el relacionamiento permanente con las organizaciones y sus necesidades y basados en el estudio y desarrollo de metodologías de investigación adaptadas a los desarrollos digitales.

Fuente Elaboración UCompensar, 2025.

A partir del análisis de las competencias descritas, se pueden observar las siguientes líneas de formación:



- **Generación de contenidos multiplataforma periodísticos y corporativos:** el estudiante será experto en producir contenidos comunicativos en diferentes formatos, lenguajes, narrativas y plataformas con el fin de comunicar de manera oportuna, efectiva, pertinente y responsable la información y los mensajes que los diferentes tipos de públicos necesitan, basados en los principios de la redacción, la producción, lenguajes y narrativas, el contexto social y las últimas tendencias de la ecología de los medios y las tecnologías emergentes.
- **Comunicación y relacionamiento estratégico:** el estudiante será capaz de diseñar procesos de comunicación estratégica en las empresas y organizaciones de todos los sectores, teniendo en cuenta su naturaleza, estructura, necesidades y problemáticas, para generar acciones comunicativas responsables, que contribuyan al mejoramiento de sus procesos encaminados al logro de metas y objetivos particulares, basados en la aplicación de metodologías de diagnóstico organizacional y una lectura juiciosa del contexto en el que dichas organizaciones se insertan.
- **Aprendizaje experiencial (Laboratorios Vivos):** el estudiante será hábil en crear mensajes, contenidos e informaciones a partir de la interpretación, análisis y selección de datos, para su divulgación a los diferentes públicos sociales o empresariales, en contexto y con sentido crítico, a través de diferentes medios y plataformas y el relacionamiento permanente con las organizaciones y sus necesidades y basados en el estudio y desarrollo de metodologías de investigación adaptadas a los desarrollos digitales.

La articulación de estas 3 líneas a lo largo de la estructura curricular del programa asegura un avance lógico y progresivo en el desarrollo de habilidades, saberes y conocimientos. Ahora bien, Esta estructura no solo proporciona una formación comprometida y versátil, sino que también les permite desarrollar un perfil profesional adaptable a las diferentes demandas del campo de la comunicación en la era digital en Colombia y en otros contextos.

b. Características diferenciadoras de los egresados del programa, relacionadas con el plan de estudios (Fortalezas, debilidades, oportunidades de mejora).

A continuación, se presenta el análisis DOFA del programa de Comunicación Social enfocado en el plan de estudios y la evaluación de los egresados del Programa.

Fortalezas:

a. Formación interdisciplinaria: Los egresados del programa reciben formación en diversas áreas entre ellas: la publicidad, mercadeo, diseño, administración, relaciones internacionales entre otras, lo que les permite una visión holística de los procesos y prácticas de comunicación y su respectiva aplicación en distintos contextos y campos.

b. Enfoque en competencias: El plan de estudios está basado en competencias, lo que les da a los egresados herramientas prácticas y teóricas para enfrentar desafíos del sector productivo.

c. Conocimiento técnico y conceptual: Los estudiantes dominan no solo herramientas digitales y tecnológicas, sino también las bases teóricas de la comunicación, lo que los prepara para enfrentar los retos de las grandes industrias creativas, de los procesos de transformación organizacional y digital a



través de la pertinente gestión de la comunicación en contextos altamente cambiantes.

d. Relación con el sector productivo: La interacción con el sector empresarial, a través de la línea de formación en laboratorios vivos y los dos escenarios de práctica, de inmersión empresarial y profesional, fortalece la pertinencia del plan de estudios y facilita la inserción laboral de los egresados. La universidad tiene una articulación sólida entre academia y empresa. De hecho, en el proceso de autoevaluación (2024), se estableció como una fortaleza la estrategia innovadora de los PIC, PA y retos empresariales.

e. Enfoque en la innovación y la creatividad: Los egresados desarrollan un enfoque constante en la innovación, con capacidades para adaptarse a los cambios del mercado y proyectar soluciones creativas a problemas complejos, derivados de los desafíos que deben asumir las organizaciones y los medios producto de un entorno que se transforma de manera veloz y permanente.

f. Formación ética y socialmente responsable: El programa inculca en los egresados un sentido ético y de responsabilidad social, clave para generar proyectos sostenibles y articulados con el bienestar social, aportando a la demanda de diseñadores comprometidos con la comunidad.

g. El programa cuenta con una trayectoria y experiencia en la formación de comunicadores sociales en el relacionamiento con el sector productivo y en el desarrollo de competencias y habilidades en lo relacionado con la comunicación estratégica, la gestión de la comunicación, las relaciones públicas, el desarrollo de eventos y protocolos entre otros. Precisamente por esta experiencia, surge en el marco del Programa de Comunicación Social, la Especialización en Gerencia de la Comunicación Estratégica.

h. El programa cuenta con medios institucionales tan importantes como UCompensar Stereo a través de los cuales se han desarrollado proyectos conjuntos para que los comunicadores sociales UCompensar sean embajadores de marca. Así, se crea la Red de Reporteros UCompensar. Igualmente, los estudiantes diseñan contenidos de manera permanente con los programas de radio que ellos han creado.

i. Pertinencia en la formación. Como lo señalan los resultados del proceso de autoevaluación (2024) el Programa cuenta con un perfil de formación integral, actualizado y pertinente frente a las demandas del sector externo.

Debilidades:

a. Necesidad de fortalecer internacionalización: Si bien se reconocen las oportunidades de movilidad internacional, se señala como un área de mejora para reforzar el espíritu investigativo y las competencias globales de los estudiantes. Aliados estratégicos, cooperación internacional, movilidad e internacionalización.

b. Recursos y accesibilidad: Los recursos tecnológicos son variados, sin embargo, existe una oportunidad de mejora en cuanto a los procedimientos y protocolos institucionales para el préstamo de los equipos a los estudiantes.

c. Actualización constante en nuevas tecnologías: Aunque se incluye el manejo de software especializado, el avance rápido de las tecnologías digitales puede demandar actualizaciones más constantes en los contenidos curriculares.

d. Falta de consolidación de redes de egresados: Aunque se han formado relaciones con el sector productivo, se percibe una debilidad en la creación de redes formales de egresados, lo cual podría potenciar la visibilidad del programa y facilitar más oportunidades laborales. Cabe señalar, que el



Programa de Comunicación Social recibió su Registro Calificado en 2019 y en 2020, con la llegada de la Pandemia por COVID 19, tuvo dificultades para el ingreso de nuevos estudiantes, en este sentido, la primera cohorte de graduados de este Programa terminal, finalizaron su proceso de formación en junio de 2025 y obtendrán su título en noviembre de 2025.

e. Baja participación en proyectos internacionales: El programa, aunque tiene una sólida base teórica y práctica, carece de una alta participación en proyectos internacionales, lo que podría limitar la exposición global de los egresados.

Oportunidades

a. Crecimiento del sector de generación de contenidos: Con la expansión del mercado generación de contenido digital, los egresados del programa tienen un campo prometedor de oportunidades laborales en la generación de contenidos en organizaciones de diversa índole y en medios tradicionales y propios del escenario digital.

b. Participación en industrias creativas: El programa se alinea con las tendencias de la economía naranja en Colombia, lo que aumenta las oportunidades para los egresados en áreas como industrias culturales, innovación tecnológica y transformación digital desde procesos de gestión y estrategias de comunicación.

c. Desarrollo de proyectos interdisciplinarios: La formación en metodologías de investigación y competencias transversales permite a los egresados generar soluciones innovadoras que aborden problemas desde múltiples perspectivas.

e. Alianzas con industrias emergentes: El desarrollo de alianzas con industrias emergentes como la realidad aumentada, la inteligencia artificial y la creación de contenido para plataformas de streaming, representa una oportunidad importante para expandir el campo de acción de los egresados.

Amenazas:

a. Competencia en el mercado: Hay una importante oferta de programas académicos de comunicación social a nivel nacional, regional y local, lo que puede aumentar la competencia por empleos y posicionamiento en el mercado laboral. Ahora bien, se ha dado una tendencia importante de disminución en el número de matriculados en programas de comunicación a nivel nacional, lo que le ha implicado que el programa haga una revisión de su pertinencia y de los cambios requeridos para ser competitivo en el mercado.

b. Cambios tecnológicos rápidos: El rápido avance en plataformas y tecnologías de diseño puede representar una amenaza si el programa no se adapta continuamente a las nuevas herramientas y demandas del sector.

c. Desconocimiento del perfil del egresado de UCompensar: Aún se identifican barreras en el reconocimiento del perfil de egresados, específicamente, del programa de Comunicación Social de la UCompensar, dado que hasta ahora están egresando las primeras cohortes del Programa y en el programa por ciclos propedéuticos se contaba con un perfil de egreso diferente.

d. Alta rotación laboral en el sector creativo: El sector creativo en Colombia está caracterizado por una alta rotación laboral, con contratos temporales y baja estabilidad, lo que afecta directamente la inserción laboral a largo plazo de los egresados.



Interpretación del Análisis DOFA del programa de Comunicación Social

Fortalezas:

El Programa de Comunicación Social de la UCompensar cuenta con elementos diferenciadores que fortalecen su pertinencia y consolidan su propuesta formativa. Entre ellas, la formación interdisciplinaria, que integra campos como publicidad, mercadeo, relaciones internacionales y administración, y ofrece a los estudiantes una visión amplia y sistémica del campo de la comunicación y de sus posibilidades en el escenario laboral.

Esta perspectiva se articula con un plan de estudios basado en competencias que integra componentes de formación basados en el aprendizaje experiencial y significativo, para que los estudiantes desarrollen habilidades para afrontar los retos de las industrias creativas y los procesos de transformación organizacional y digital. La relación activa con el sector productivo, a través de laboratorios vivos y retos empresariales, ha sido reconocida como una fortaleza institucional y la cual, aporta directamente a un rápido enganche con el mundo laboral y con el desarrollo de competencias para el comunicador social UCompensar, estrechamente relacionadas con los requerimientos y desafíos del sector productivo. De igual forma, la apuesta por la innovación, la creatividad, la ética y la responsabilidad social consolidan un perfil profesional pertinente y que responde a importantes desafíos del entorno.

El programa cuenta con experiencia y trayectoria en la articulación con el sector productivo a través de la línea de formación en comunicación estratégica y corporativa, la cual ha sido una apuesta de formación para el programa, que se articula de manera sinérgica con el modelo Universidad – Empresa de UCompensar y la cual ha permitido su crecimiento en rutas de aprendizaje, reflejadas, por ejemplo, en la Especialización en Gerencia de la Comunicación Estratégica, así como el acceso a medios institucionales propios como UCompensar Stereo, que fortalece la experimentación real y la creación de contenidos.

Debilidades:

El análisis derivado del proceso de Autoevaluación (2024) hace evidentes retos que demandan un foco estratégico para mejorar la competitividad del programa. En este sentido, se identifica la necesidad de fortalecer los procesos de internacionalización, no solo en términos de movilidad, sino también de alianzas, cooperación y participación en redes académicas globales.

Igualmente, se reconocen oportunidades de mejora en los procesos institucionales relacionados con el préstamo y uso de equipos y recursos tecnológicos, con mayor eficiencia en protocolos claros y sencillos para los estudiantes que faciliten el acceso de estos recursos para temas como reportería o generación de contenido fuera de las instalaciones de la universidad.

Se identifica como un elemento de mejora, la falta de consolidación de redes de egresados, un aspecto asociado al hecho de que la primera cohorte del programa terminal se gradúa en 20252, y que debe ser reforzado para aumentar visibilidad, inserción laboral y conexión ecosistémica que realimente la estructura curricular.

Oportunidades:

El programa de Comunicación Social de UCompensar cuenta con escenarios favorables que pueden fortalecer la propuesta de valor del programa y ampliar el campo de acción de sus egresados. De este modo, el crecimiento sostenido de la economía digital de contenidos y su demanda en sectores públicos, privados y comunitarios abre posibilidades laborales. La economía naranja y el sector de industrias culturales y creativas se configuran como una plataforma natural para la expansión del rol



del comunicador social UCompensar.

Así mismo, existen oportunidades crecientes en el desarrollo de proyectos interdisciplinarios y alianzas con industrias emergentes a través de iniciativas que vinculen narrativas inmersivas como la realidad aumentada, la inteligencia artificial y plataformas de streaming, que pueden consolidar la inserción del programa en escenarios organizacionales y mediáticos diversos.

Amenazas:

El programa de Comunicación Social de la UCompensar se enfrenta a algunas amenazas externas que podrían afectar su posicionamiento, en este sentido, debe enfrentar un entorno competitivo desafiante con múltiples ofertas académicas en este campo tanto a nivel nacional como regional y local, lo cual le exige el desarrollo de una propuesta de formación diferenciadora, pertinente y en permanente actualización.

A ello se suma la tendencia de disminución de matrícula en programas del área a nivel país, lo que obliga a fortalecer la pertinencia y posicionamiento del perfil del egresado para garantizar la sostenibilidad del programa, teniendo en cuenta que se evidencia desconocimiento parcial del perfil profesional del Comunicador Social UCompensar en algunos sectores por la trayectoria particular que ha tenido el programa.

c. Hallazgos identificados en informes de autoevaluación y acciones relevantes incluidas en los planes de mejoramiento elaborados durante la vigencia del registro calificado.

El Sistema Interno de Aseguramiento de la Calidad Institucional-SIAC contempla todas las actividades y elementos que permiten a la Fundación Universitaria Compensar garantizar el cumplimiento de los requerimientos específicos para la prestación de los servicios de formación académica de educación formal; su objetivo es promover las actividades de autorregulación, autoevaluación y mejora continua y de esta forma fortalecer la calidad de los servicios de formación de la Fundación Universitaria Compensar.

Este SIAC es una red que integra diferentes procesos que garantizan la prestación de un servicio educativo de calidad, entendido desde el ciclo de mejora continuo PHVA (planear, hacer, verificar y actuar) implementado por la organización, verifica el cumplimiento de los objetivos, promesas establecidas en la misión institucional, los planes estratégicos y los procesos institucionales mediante ejercicios de evaluación como la autoevaluación, el seguimiento de indicadores entre otros; también actúa mediante la autorregulación en el planteamiento de acciones de mejora para resolver situaciones que afecten el cumplimiento en la ruta de calidad.

Uno de los componentes del SIAC es la evaluación, que se desarrolla a partir de tres actividades, a saber: la autoevaluación, la medición de los resultados de aprendizaje y la evaluación docente. En este espacio, se describirá la actividad de la autoevaluación como parte fundamental del proceso de Renovación de Registro Calificado del programa de Comunicación Social.

La UCompensar inició formalmente sus procesos de autoevaluación en septiembre de 2009 con la creación de la política de autoevaluación Institucional, la cual permite que en 2010 se defina como metodología principal para el desarrollo del proceso “el ciclo PHVA” (planear, hacer, verificar y actuar), el cual se ha mantenido a lo largo de los años adaptándose a los diferentes cambios regulatorios que han sido aplicados a la Educación Superior.

Este proceso se apoya de herramientas tecnológicas integradas para el registro de la información, la captura de datos y la consolidación de resultados; para lo cual se ha hecho uso permanente de diversas aplicaciones de Microsoft como forms, list, power automate, power bi y sharepoint. Todo esto para facilitar el análisis y la definición de acciones de mejora y el registro del avance de estas.



El detalle de todo el proceso metodológico lo encuentran en la guía de autoevaluación.

En cuanto a los resultados obtenidos en las dos últimas autoevaluaciones, por parte del programa de Comunicación Social en formación presencial, los promedios generales se encuentran en la tabla 16.

Tabla 16. Promedio general autoevaluaciones

Proceso	Enfoque	Promedio General Presencial
2022	Condiciones de calidad	4,1
2024	Factores de calidad	4,1

Fuente: Elaboración Propia

d. Resultados del análisis de la validación con el sector empresarial.

El proceso de validación del plan de estudios para la Renovación del Registro Calificado del programa de Comunicación Social de la U Compensar con el sector empresarial ha sido crucial para garantizar que la formación académica que reciben los estudiantes esté alineada con las necesidades del mercado laboral. Cabe señalar, que el proceso de validación con empresarios se centró en analizar los siguientes aspectos: pertinencia de las competencias propuestas para el perfil del egresado, pertinencia de las líneas de formación en generación de contenidos multiplataforma periodísticos y corporativos, Comunicación y relacionamiento estratégico y aprendizaje experiencial/Laboratorios Vivos y pertinencia de la inclusión de una práctica de inmersión empresarial en quinto semestre.

De manera adicional, antes del proceso de construcción de la propuesta curricular para el Programa de Comunicación Social, se aplicó un instrumento (2024) con empleadores para valorar su perspectiva frente a los retos de formación que tienen los programas de comunicación social, respecto de su experiencia en lo que requieren las organizaciones del perfil profesional de los comunicadores sociales. Este instrumento fue de gran ayuda para valorar tendencias y desafíos del sector laboral para la comunicación.

A continuación, se presentan los aspectos más importantes del proceso de validación de los empresarios a la propuesta de Renovación del registro Calificado del Programa de Comunicación Social.

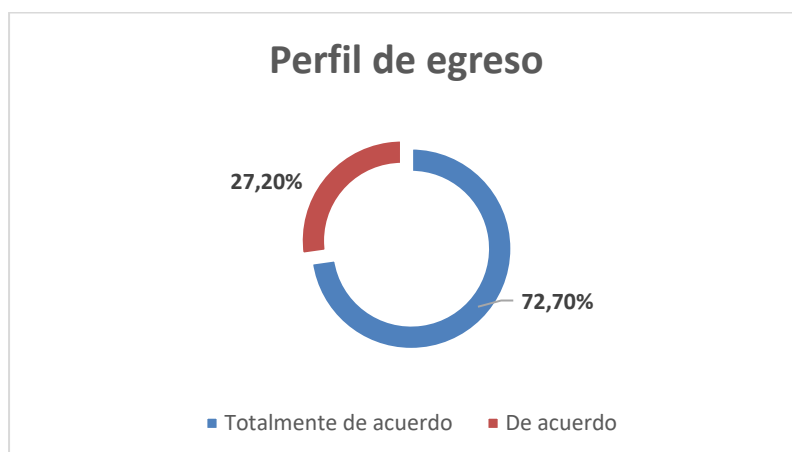
Pertinencia del perfil de egreso

Respecto de la valoración de la pertinencia del perfil de egreso y las competencias allí planteadas, los empresarios señalaron en un 72.2% que se encuentran totalmente de acuerdo con las competencias establecidas para el perfil de egreso y en un 27.2% se encuentran de acuerdo. Estas valoraciones (Figura X) expresan la pertinencia del perfil de egreso construido por el programa de Comunicación Social para la renovación de su registro calificado. Cabe señalar, que las competencias y el perfil se construyeron con una valoración, previa, de la pertinencia de este perfil realizada con estudiantes y docentes del programa en UCompensar. Así pues, este perfil no nace de cero, sino que incorpora las buenas prácticas y los aciertos que tiene el programa de Comunicación Social.

Para la valoración de la pertinencia del programa participaron empresarios vinculados con organizaciones como Canal 13, Cotrino Visual Media, Compensar, Agencia para la Reincorporación y la Normalización (ARN), Senado de la República, Editorial Bienestar, Win Sports (Ver Anexo 2.6)



Figura 14. Pertinencia perfil egreso para empleadores

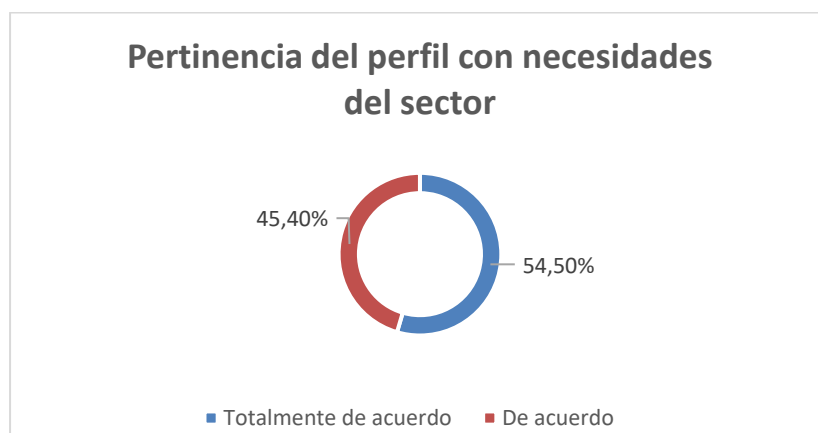


Fuente. Elaboración Propia, 2025.

Pertinencia del perfil para el sector productivo

En cuanto a la pertinencia de este perfil para el sector productivo, los empresarios señalaron lo siguiente (Figura 15):

Figura 15. Pertinencia perfil frente a las necesidades del sector productivo



Fuente. Elaboración Propia, 2025.

Con base en estos resultados, es posible señalar que el 100% de los empresarios consultados reconocen que el perfil del egresado del Programa de Comunicación Social de la UCompensar es pertinente y coherente de cara a las necesidades del mercado laboral actual. El 54,5% manifiesta estar totalmente de acuerdo y el 45,4% de acuerdo, lo que significa que no existen percepciones negativas o neutras sobre la pertinencia del perfil.

Ahora bien, este resultado permite afirmar que el perfil de egreso planteado por el Programa responde de manera pertinente a las expectativas del sector productivo y valida la alineación entre competencias formativas y demandas del entorno. En consecuencia, existe una buena percepción sobre la capacidad del egresado para desempeñarse laboralmente en áreas relacionadas con comunicación estratégica, creación de contenido, industrias creativas y gestión de procesos en contextos organizacionales.

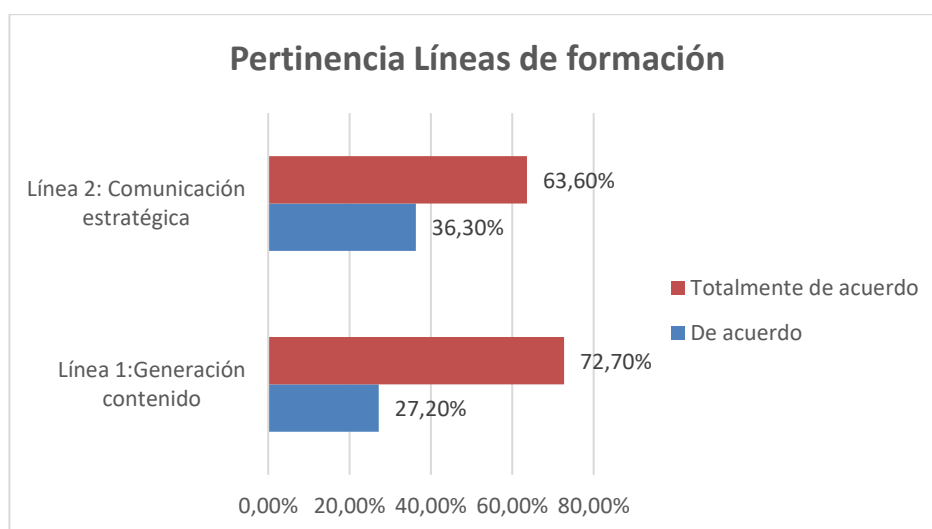


Esta valoración positiva refuerza la pertinencia del enfoque por competencias y del componente interdisciplinario del plan de estudios.

Pertinencia de las líneas de formación

En cuanto a las líneas de formación propuestas por el Programa, los empresarios respondieron lo siguiente (Figuras 16 y 17):

Figura 16. Pertinencia de las líneas de formación propuestas



Fuente. Elaboración Propia, 2025.

La Figura 16 muestra que dos de las líneas de formación del Programa, a saber, Generación de Contenido y Comunicación Estratégica, son percibidas como pertinentes frente a las demandas del sector, en un nivel alto. En la línea de generación de contenido el 72,7% de los empresarios consultados está totalmente de acuerdo con su pertinencia y el 27,2% está de acuerdo. Este comportamiento demuestra que el mercado reconoce la pertinencia y el valor de esta formación para la producción de contenido en el marco de la comunicación, y teniendo en cuenta una tendencia de crecimiento sostenido de la economía digital, los medios propios, el social media content y los formatos audiovisuales y transmedia. En consecuencia, se valida y confirma que esta línea se encuentra alineada con una de las principales tendencias del mercado en comunicación en Colombia: la demanda de profesionales capaces de producir contenido para múltiples plataformas tanto en lo periodístico, como en lo corporativo.

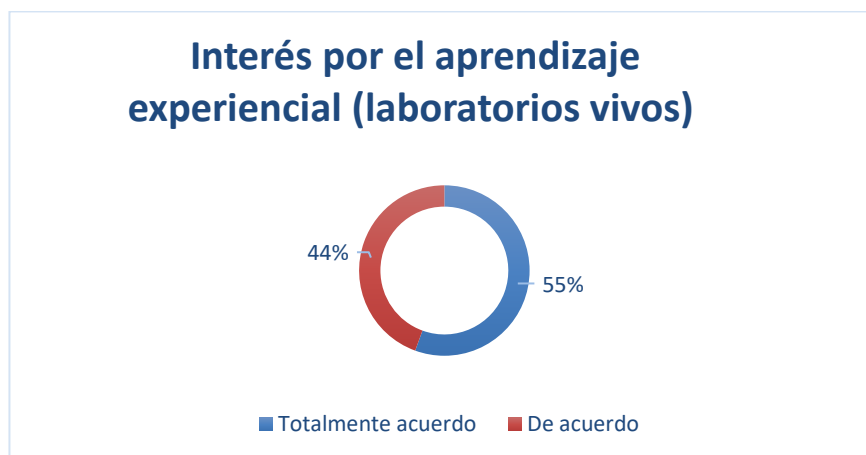
Respecto de la línea Comunicación y relacionamiento estratégico, el 63,6% está totalmente de acuerdo con su pertinencia y el 36,3% de acuerdo. Esta valoración positiva indica que el sector valida las el desarrollo en sus estudiantes de competencias relacionadas con la comunicación estratégica como: planificación, relacionamiento, gestión de reputación, diseño de estrategias de comunicación para organizaciones y toma de decisiones basada en datos.

De este modo, las dos líneas de formación propuestas cuentan con una valoración positiva respecto de su pertinencia con un 100% (entre “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”). Ninguna de ellas presenta rechazo ni indiferencia, lo que evidencia pertinencia y una coherencia directa entre el diseño curricular y lo que el sector laboral está demandando actualmente.



Otra de las líneas de interés que se vinculó en el ejercicio de validación, fue la línea de Laboratorios vivos. Los resultados respecto de su pertinencia fueron los siguientes:

Figura 17. Pertinencia de la línea de formación Laboratorios Vivos

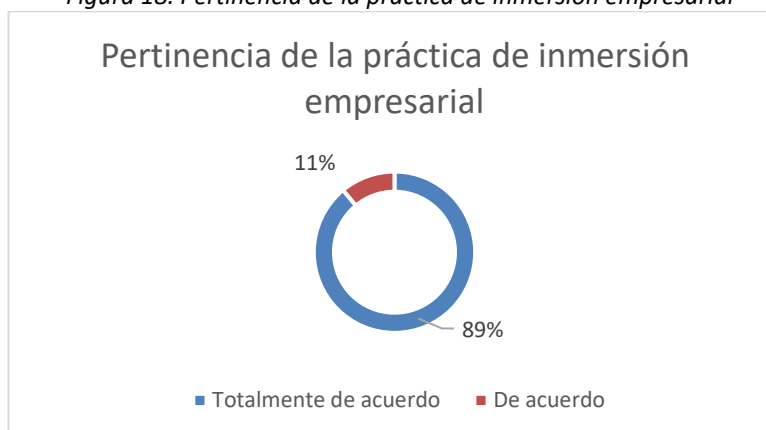


Fuente. Elaboración Propia, 2025.

Como se observa en la figura 17, existe un significativo interés por parte del sector de empresarios consultado hacia la estrategia de aprendizaje experiencial del programa de Comunicación Social de la UCompensar, en particular a través de la metodología de laboratorios vivos. De este modo, el 55% de los encuestados está totalmente de acuerdo con la pertinencia y valor de este enfoque, mientras que el 44% está de acuerdo. Esto implica que el 100% de los actores externos reconoce positivamente esta estrategia formativa.

Este resultado confirma que la formación basada en experiencias del sector externo, retos empresariales y proyectos con organizaciones es altamente valorada, y por tanto se constituye en un diferenciador curricular del Programa de Comunicación Social. Este resultado es consecuente, además, con tendencias globales, así, el mercado laboral exige comunicadores que no solo tengan una base teórica, sino que puedan transferir ese conocimiento a los entornos en los que se ubican con rapidez, coherencia y adaptabilidad. En consecuencia, la propuesta de integrar una línea de laboratorios vivos en la formación de comunicadores sociales de la UCompensar responde a las expectativas del sector productivo.

Figura 18. Pertinencia de la práctica de inmersión empresarial



Fuente. Elaboración Propia, 2025.



La figura 18 muestra que existe un importante nivel de valoración positiva de la incorporación de una práctica de inmersión empresarial en quinto semestre como parte del componente formativo del Programa de Comunicación Social y como apuesta disruptiva para dialogar con el sector productivo y materializar el modelo Universidad - Empresa. Así, el 89% de los consultados se encuentra totalmente de acuerdo con su pertinencia y el 11% está de acuerdo. Esto confirma que el 100% de los empresarios está de acuerdo con esta apuesta.

Este resultado indica que la práctica de inmersión empresarial no solo es pertinente, sino que es percibida como un factor determinante en la preparación del estudiante para su transición al mundo laboral. Esta práctica le permitirá al estudiante, su inclusión rápida en contextos organizacionales complementa sus aprendizajes con experiencias aplicadas, comprende dinámicas de producción, relacionamiento, comunicación y gestión en el marco de la comunicación y desarrolla competencias profesionales y blandas en escenarios de trabajo. Por su parte, esta valoración positiva también sugiere que el sector productivo reconoce la práctica como una vía efectiva de conexión entre academia y empresa, y como mecanismo de desarrollo de talento que contribuye a la empleabilidad.

Resultados y recomendaciones

- La realimentación obtenida de las empresas subraya la importancia de mantener una relación estrecha con el sector productivo para asegurar que los egresados sigan siendo competitivos y estén preparados para enfrentar los retos del mundo laboral actual y futuro.
- Se sugiere un fortalecimiento permanente de habilidades lecto escriturales y de la producción de contenidos a través de diversidad de narrativas. El comunicador debe saber contar historias en múltiples contextos.
- Se recomienda fortalecer, a través de los proyectos prácticos, la capacidad de gestión de los comunicadores en escenarios como organización de eventos, protocolos etc.
- Por último, se sugiere hacer énfasis en la formación en el desarrollo de habilidades relacionadas con el pensamiento estratégico, pensamiento crítico, creatividad y lectura del contexto comunicativo.

e. Acciones y estrategias de mejoramiento curricular implementadas durante la vigencia del registro calificado (Pedagógicas, didácticas, extracurriculares).

Con el propósito de realizar una mejora continua del programa de Comunicación Social, durante la vigencia del programa actual se han implementado diversas estrategias orientadas a fortalecer el proceso de enseñanza-aprendizaje y la formación integral de los estudiantes.

Las llevadas a cabo están enmarcadas en tres categorías: Pedagógicas, didácticas y extracurriculares, cada una desarrollada para responder a los retos actuales del mercado laboral, fomentar la innovación y creatividad, y desarrollar competencias técnicas y transversales en los estudiantes en diversos contextos. En cuanto a las estrategias de mejoramiento se contó con grupos focales y encuestas a empleadores, grupos focales con estudiantes y docentes, conversatorios expertos en formación de Comunicadores sociales, diseño de Proyectos Integradores de Competencias (PIC), Proyectos de Aula (PA) y Retos Empresariales de cara a las necesidades de las organizaciones, formaciones complementarias en temas de interés de los estudiantes, encuentros con la comunidad educativa al inicio de los semestres para presentar el programa y el portafolio de servicios.

Estos resultados permitieron ir incorporando ajustes en el currículo de manera progresiva y permanente, garantizando, así, una formación pertinente de cara a las necesidades del contexto y las propias de la comunidad educativa del programa. En la tabla 17, se pueden apreciar las acciones desarrolladas por el programa.



3.1.1. Descripción de las modificaciones curriculares del programa académico

El programa de Comunicación Social presenta su solicitud de renovación en modalidad híbrida (presencial y virtual). Cabe señalar, que la determinación de cambios en el marco de la Renovación se realizó con base en información interna y externa, a saber: a nivel interno se realizó un estudio de pertinencia y análisis de mercado; a nivel externo tendencias disciplinares y tendencias de oferta. En la tabla 19 se presenta la propuesta de modificaciones del programa de Comunicación Social.

Tabla 17. Propuesta de modificaciones Comunicación Social

Característica	Programa vigente	Propuesta modificaciones
Denominación:	Comunicación Social	Comunicación Social
Título que otorga:	Comunicador social	Comunicador social
No. De periodos académicos:	9	8
No de créditos:	160	143
Perfil	El egresado del programa en Comunicación Social de la Fundación UCompensar 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 comunicación corporativa, en los sectores de medios, empresariales y sociales del país.	
Líneas de formación:	Lenguajes y narrativas, Desarrollos creativos y tecnológicos, Contextos y fundamentación teórica y Procesos comunicativos para las organizaciones.	Generación de contenidos multiplataforma periodísticos y corporativos Comunicación y Relacionamento Estratégico Aprendizaje experiencial (Laboratorios Vivos)



Competencias:	a. Produce contenidos comunicativos en diferentes formatos, lenguajes, narrativas y plataformas con el fin de comunicar de manera oportuna, efectiva, pertinente y responsable la información y los mensajes que los diferentes tipos de públicos necesitan, basados en los principios de la redacción, la producción, lenguajes y narrativas, el contexto social y las últimas tendencias de la ecología de los medios y de las tecnologías. b. Evalúa mensajes e informaciones a partir de la interpretación, análisis y selección de datos, para su divulgación a los diferentes públicos sociales o empresariales, en contexto y con sentido crítico, a través de diferentes medios y plataformas, basados en el estudio y desarrollo de metodologías de investigación adaptadas a los desarrollos digitales. c. Analiza las características y problemáticas de los procesos de comunicación en las empresas y organizaciones de todos los sectores, teniendo en cuenta su naturaleza, estructura, necesidades y problemáticas, para generar acciones comunicativas responsables, que contribuyan al mejoramiento de sus procesos encaminados al logro de metas y objetivos particulares de cada una de ellas, basados en los estudios sobre la comunicación, las relaciones interpersonales y el clima organizacional. d. Genera procesos de relacionamiento estratégico entre las organizaciones y entre ellas y sus diferentes públicos y aliados, con sentido ético, para posicionar su marca e identidad, así como sus productos, servicios, acciones o funciones sociales de manera responsable, basados en los estudios de los públicos y las relaciones públicas, los mercados y las estrategias de marketing. e. Planea y lidera con prospectiva, proyectos viables de comunicación institucionales, empresariales o sociales para generar transformaciones e innovaciones que den respuesta a las necesidades de las organizaciones y de la sociedad, basados en estudios y teorías desde de la prospectiva, la planeación de proyectos y la comunicación para el desarrollo.	a. Produce contenidos comunicativos en diferentes formatos, lenguajes, narrativas y plataformas con el fin de comunicar de manera oportuna, efectiva, pertinente y responsable la información y los mensajes que los diferentes tipos de públicos necesitan, basados en los principios de la redacción, la producción, lenguajes y narrativas, el contexto social y las últimas tendencias de la ecología de los medios y las tecnologías emergentes. b. Diseña procesos de comunicación estratégica en las empresas y organizaciones de todos los sectores, teniendo en cuenta su naturaleza, estructura, necesidades y problemáticas, para generar acciones comunicativas responsables, que contribuyan al mejoramiento de sus procesos encaminados al logro de metas y objetivos particulares, basados en la aplicación de metodologías de diagnóstico organizacional y una lectura juiciosa del contexto en el que dichas organizaciones se insertan. c. Crea mensajes, contenidos e informaciones a partir de la interpretación, análisis y selección de datos, para su divulgación a los diferentes públicos sociales o empresariales, en contexto y con sentido crítico, a través de diferentes medios y plataformas y el relacionamiento permanente con las organizaciones y sus necesidades y basados en el estudio y desarrollo de metodologías de investigación adaptadas a los desarrollos digitales.
	Proyectar contenidos digitales y espaciales para generar experiencias interactivas considerando planteamientos teóricos contextualizados estrategias de comunicación y el grupo objetivo usando aplicaciones tecnológicas.	
Componentes del Plan de Estudios:	Profesional Disciplinar Transversal Empresarial Electivo	Componente Profesional – Disciplinar Específico. Componente Profesional – Disciplinar Fundamentación Componente Transversal / Laboral / Empleabilidad Componente Básicas y Genéricas

Fuente: Elaboración Propia, 2025.

3.1.1. Justificación de las modificaciones

El programa de Comunicación Social incorpora estas modificaciones señaladas con base en los análisis realizados de cara al mercado laboral, el diálogo con empresarios, las tendencias de formación de comunicadores sociales a nivel nacional e internacional, el diálogo con estudiantes y docentes del programa, el análisis del estado de la oferta y el diálogo con expertos en la formación de comunicadores a nivel nacional. En este sentido, los cambios propuestos surgen con base en los siguientes criterios:

a. Enfoque de formación más competitivo

El programa de Comunicación Social de la UCompensar ha atravesado por diversas dinámicas en su trayectoria que han tenido una incidencia en temas relacionados con su posicionamiento y reconocimiento en el mercado y en la oferta académica a nivel local y regional. En este sentido, una



de las justificaciones para los cambios incorporados en la renovación es la necesidad de tener un programa más competitivo que aproveche las ventajas del modelo universidad – empresa, el aprendizaje experiencial propuesto desde la UCompensar en diálogo con el sector productivo, que potencie las ventajas de la infraestructura del Campus Avenida 68 y que responda a las tendencias que enfrenta el campo de la comunicación hoy.

De este modo, el programa de Comunicación Social en su renovación propone la incorporación de elementos disruptivos como la modalidad híbrida, que le brinda flexibilidad en los procesos formativos lo que permite, a su vez, facilitar el proceso laboral de sus estudiantes, ya que muchos de ellos estudian y trabajan. También permitirá el acceso a otro nicho de mercado, permitiendo el diálogo Bogotá – Región en el cual existe la Caja de Compensación Compensar y sus afiliados pueden tener acceso a los beneficios de becas y descuentos. Este elemento final es determinante para aumentar el número de nuevos estudiantes que ingresan al programa, dadas las cifras históricas con las que se cuenta.

La incorporación de la práctica de inmersión empresarial se contempla como un ejercicio para una integración más rápida con el sector productivo y la realidad laboral. Surge de las necesidades expresadas por los estudiantes del Programa en los grupos focales desarrollados y por un análisis realizado con base en las experiencias significativas y aprendizajes dejados por el programa de Comunicación Social por ciclos propedéuticos de la entonces Fundación Universitaria Unipanamericana.

Además, la reducción de semestres de 9 a 8 en el programa de Comunicación Social conlleva beneficios para la calidad académica y la especialización del currículo. Esta modificación permite una optimización del tiempo de formación, concentrando los contenidos más relevantes y direccionándolos con las competencias demandadas por el sector productivo.

b. Tendencias campo de la comunicación

El programa de Comunicación Social de la UCompensar en su proceso de renovación ha realizado un ejercicio riguroso de revisión de las tendencias del campo tanto en los procesos de formación e investigación como en los retos del mercado laboral. En este sentido, los análisis realizados respecto del Marco Nacional de Cualificaciones bajo la categoría de Industrias Culturales se han asociado sectores como el Editorial, el Audiovisual, la Industria fotográfica, las Agencias de noticias y otros servicios de información. Este documento se enfoca en las Industrias Culturales e involucra dos áreas de cualificación AVEM/Audiovisuales y LIAG/ Literatura y Artes Gráficas y los sectores Audiovisual (cine, video, televisión y radio) y Editorial (edición de libros, periódicos y revistas) (Tomado de Cartilla AUDIOVISUALES Y ARTES GRÁFICAS GRUPO ECONOMÍA NARANJA INDUSTRIAS CULTURALES). Estas funciones u ocupaciones tienen una clara tendencia hacia las habilidades requeridas para la generación de contenidos en medios y escenarios digitales desde el nivel técnico hasta el nivel gerencial.

Este análisis muestra una tendencia de las ocupaciones relacionadas y requeridas con el campo de la comunicación, la cual fue complementada con la revisión de la Clasificación Única de Ocupaciones para Colombia que enuncia al comunicador social como un profesional con capacidad para producir, gestionar y mediar procesos de comunicación estratégica en distintos entornos de interacción social, a saber: organizaciones públicas, privadas y sociales; medios masivos; entornos comunitarios; espacios digitales; y ecosistemas institucionales. La CUOC reconoce que el comunicador es un agente estratégico, capaz de interpretar contextos, diseñar soluciones comunicativas, gestionar relaciones con públicos de interés y apoyar la toma de decisiones en escenarios de alta complejidad social y organizacional.

Por su parte, las ocupaciones asociadas que presenta abarcan un espectro creciente y evolutivo: desde la reportería y producción de contenidos para medios, hasta la gestión de audiencias digitales, la consultoría en comunicación institucional y organizacional, el diseño y gestión de narrativas en entornos digitales, la producción de contenidos transmedia, la gestión de comunidades virtuales, la





comunicación para el cambio social y la investigación aplicada en contextos urbanos y rurales. Es decir que se hace evidente, a través de las ocupaciones y funciones enunciadas por la CUOC, que el comunicador social contemporáneo es un profesional transversal, que se articula con sectores productivos, con el ecosistema de innovación digital y con actores sociales. La comunicación, en el marco de la CUOC, es entendida como una función estratégica para el desarrollo económico, mediático, organizacional institucional y comunitario.

Estas demandas del mercado laboral implican competencias avanzadas en diseño estratégico de comunicación, analítica de audiencias, innovación narrativa, investigación aplicada, pensamiento crítico y capacidad de incidir mediante prácticas determinadas y contextualizadas de comunicación y narrativas en procesos de transformación organizacional.

Respecto del análisis hecho con referentes nacionales e internacionales que integran instituciones reconocidas en la formación de comunicadores sociales, se realizó una revisión de investigaciones y publicaciones realizadas por la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) y la Asociación Colombiana de Facultades de Comunicación (AFACOM) en términos de sus propuestas de análisis prospectivo de lo que implica la redefinición del perfil profesional del comunicador social hacia 2030, así, los hallazgos del análisis realizado demuestran que la demanda laboral dejó de centrarse en el dominio operativo de medios, para enfocarse en la capacidad del comunicador de interpretar e intervenir la realidad social desde procesos y prácticas comunicativas complejas.

Entonces, el campo ya no se configura alrededor de “mensajes y técnicas”, sino alrededor de relaciones sociales mediadas por sentidos (Fuentes Navarro, 2023). Por tanto, lo que se demanda hoy no es un “productor de piezas” sino un agente social con capacidad ética, analítica, narrativa, tecnológica e investigativa que articule territorios, redes y sistemas. Tanto FELAFACS como AFACOM coinciden en que la formación del comunicador social implica:

- a. Interdisciplinariedad (diálogo con tecnología, ingeniería, ciencias sociales y humanidades).
- b. Pensamiento crítico y mediación cultural para contextos locales, comunitarios e interculturales
- c. Habilidades para comunicar, narrar en entornos transmedia y plataformas emergentes.
- d. Capacidad de investigación situada para incidir, no para acumular papers.
- e. Liderazgo para contribuir a políticas públicas de comunicación en escenarios polarizados y con lógicas neoconservadoras, esto se relaciona con ser capaces de aportar a la construcción o reconstrucción de políticas públicas de comunicación, en un mundo convergente.

En consecuencia, la comunicación se encuentra ante un desplazamiento del campo: de los medios y los mensajes hacia procesos, personas y ecosistemas comunicativos. Esto implica formar profesionales capaces de leer fenómenos socioculturales complejos, construir consensos, gestionar desacuerdos y diseñar entornos narrativos adaptados y contextualizados a las necesidades de los medios y las organizaciones en un entorno altamente cambiante. La visión, entonces, es de pasar de planes “disciplinarios cerrados” a currículos flexibles y centrados en competencias, articulados con laboratorios vivos, investigación aplicada e integración con el mundo del trabajo y el sector productivo.

c. Autoevaluación y Autorregulación del Programa

Los cambios incorporados en el programa de Comunicación Social responden a los análisis y tendencias ya enunciadas, pero también se apoya en los resultados obtenidos a través de los procesos de autoevaluación y autorregulación, desarrollados como parte del Sistema Interno de Aseguramiento de



la Calidad Institucional (SIAC) de la Fundación Universitaria Compensar. Este sistema ha permitido al programa realizar un seguimiento continuo de sus indicadores de calidad y gestionar mejoras relevantes en sus procesos formativos.

Los procesos de autoevaluación realizados en los últimos cinco años reflejan una mejora y sostenimiento de la calidad del programa, lo que ha sido clave para la toma de decisiones estratégicas, incluyendo la reestructuración del plan de estudios. En los ejercicios de 2022 y 2024, se evaluaron aspectos clave como la deserción, el currículo y su pertinencia, el ingreso de nuevos estudiantes, entre otros.

En la autoevaluación 2022, participaron 79 estudiantes, 4 docentes, 15 egresados, 10 empresarios, 2 directivos y 2 administrativos. Como resultado del proceso de autoevaluación del programa de Comunicación Social, las quince (15) condiciones de calidad valoradas obtuvieron una calificación global de 4.10, lo que señala un cumplimiento en alto grado en los indicadores y aspectos evaluados para cada una de las condiciones, a través del análisis de percepción, documental y estadístico. De esta manera, se encuentra que las condiciones que cumplen en alto grado según los resultados de los análisis realizados son: Mecanismos de selección, Estructura académico – administrativa, Recursos suficientes, Denominación, Justificación, Aspectos curriculares, Organización de Actividades Académicas, Investigación, innovación y creación artística y cultural, Relación con el sector externo, Profesores y Medios educativos. Es decir, que once (11) de las quince condiciones valoradas se encuentran con un cumplimiento en alto grado, con valoraciones positivas y superiores a 4.0.

Ahora bien, las condiciones que se encontraron con un cumplimiento aceptable fueron: Cultura de la autoevaluación, Programa de Egresados, Bienestar e Infraestructura Física y Tecnológica. En este orden de ideas, las condiciones con bajas valoraciones responden a iniciativas mucho más centradas en los lineamientos y políticas de índole institucional y no propiamente en procesos relacionados con la pertinencia, coherencia, vigencia de los procesos formativos, de investigación, curriculares y de relacionamiento con el sector externo del Programa de Comunicación Social.

Finalmente, se destacó el importante avance del programa en condiciones como Investigación, Aspectos Curriculares, Denominación, Justificación, Mecanismos de Selección, teniendo en cuenta que esta autoevaluación centra su mirada en los procesos del Programa aprobado por el Ministerio de Educación Nacional en 2019. No obstante, el análisis de percepción si recoge la perspectiva de egresados del Programa por ciclos propedéuticos y de allí que puedan existir disparidades entre las concepciones de los graduados y los estudiantes del nuevo plan de estudios, frente al Programa.

Para el proceso de autoevaluación en 2024, el Programa de Comunicación Social obtuvo una valoración global de 4.1, lo cual representa un balance positivo, con un alto grado de cumplimiento en la mayoría de los factores evaluados. Sus fortalezas se centran en la pertinencia curricular, la cualificación docente, la interacción con el sector externo y la investigación. No obstante, enfrenta retos relacionados con la gestión de recursos tecnológicos, la internacionalización, la consolidación del vínculo con egresados y el fortalecimiento de competencias específicas en los estudiantes.

En este proceso de autoevaluación las fortalezas del Programa son: Proyecto Educativo y Pertinencia Social, coherencia del PEP con las políticas institucionales, lineamientos curriculares y modelo pedagógico, perfil de formación integral, actualizado y pertinente frente a las demandas del sector externo, estrategias efectivas de permanencia y graduación (sistema de alertas tempranas, tutorías, acompañamiento psicosocial y académico), programas y apoyos institucionales que favorecen la formación integral y la permanencia, un cuerpo docente altamente cualificado, con formación posgradual y experiencia profesional pertinente, procesos de selección, vinculación y evaluación transparentes, coherentes y efectivos, estímulos y apoyos para la formación y producción académica, que fortalecen la motivación y el desarrollo profesional, alta valoración de empleadores sobre la pertinencia, desempeño y calidad profesional de los egresados (calificación promedio 4,7), integralidad curricular, con actualizaciones permanentes y pertinencia frente al mercado laboral, estrategias



innovadoras: Proyectos Integradores de Competencias (PIC), Proyectos de Aula (PA), Retos empresariales y certificaciones, Sistema de Evaluación de Resultados de Aprendizaje (SERA), que garantiza pertinencia y coherencia, Alianzas con universidades, redes y asociaciones académicas (AFACOM, RedColsi), movilidad nacional e internacional de estudiantes y docentes, así como cooperación académica y científica, grupo de investigación ICOM categorizado en MinCiencias (B), con producción activa y semilleros vinculados desde los primeros semestres, estrategias sólidas de formación para la investigación y metodologías activas de enseñanza, estructura clara de órganos colegiados con participación de estudiantes, docentes y egresados, coherencia en la asignación presupuestal, con recursos suficientes para las actividades académicas, investigativas y de proyección, cultura institucional de calidad, soportada en políticas y el SIAC.

Respecto de las oportunidades de mejora del Programa, esta autoevaluación arrojó como resultado la necesidad de fortalecer iniciativas en el desarrollo de competencias lecto escriturales y de segunda lengua (actual nivel A2), diseñar estrategias diferenciadoras que aumenten la atracción y retención de nuevos aspirantes, consolidar sistemas de información y estrategias de relacionamiento y empleabilidad, fortalecer el vínculo institucional con los egresados, especialmente quienes provienen del plan antiguo, mayor difusión y socialización de las rutas de flexibilidad curricular con estudiantes y egresados, fortalecer la interdisciplinariedad e innovación pedagógica en los procesos de enseñanza, optimizar procedimientos de préstamo y acceso a laboratorios y equipos, mejorar la percepción de los servicios de bienestar, con mayor alcance y efectividad, y continuar avanzando en el fortalecimiento de competencias en segunda lengua y consolidación de alianzas estratégicas.

3.2. Conceptualización teórica y epistemológica del programa académico

A continuación, se explicitan los fundamentos conceptuales y teóricos de los conocimientos que sustentan el quehacer del Programa de Comunicación Social en su ejercicio de formación. En este sentido, El programa de Comunicación Social ha evolucionado con un enfoque claro en la actualización conceptual y teórica, respondiendo a las tendencias emergentes tanto a nivel nacional como internacional.

Reconociendo que el campo de la comunicación es dinámico y se encuentra en constante transformación, el programa adapta sus contenidos para articularse de manera coherente y pertinente con las demandas actuales y futuras de la sociedad. En consecuencia, las líneas de formación disciplinar se han revisado y actualizado considerando las proyecciones identificadas en el estado del arte, los lineamientos curriculares institucionales y los ajustes internos de la facultad. Estos cambios se reflejan en la propuesta actual del programa, asegurando su relevancia y alineación con los desafíos contemporáneos de la comunicación.

3.2.1. Objeto de estudio del programa

El Programa de Comunicación Social tiene como objeto de estudio la comunicación como proceso de



producción de sentido intersubjetivo, estratégico, de gestión de relaciones, identidad, reputación y posicionamiento de las organizaciones.

Definición y sustentación del Campo de conocimiento general, específico y detallado

A continuación, se muestran las características del análisis funcional propias del programa de Comunicación Social. Las habilidades fueron identificadas en la Clasificación Única de Ocupaciones para Colombia (CUOC)

Tabla 18. Análisis funcional. CUOC, 2025

Área	Ocupación	Introducción	Denominación y cargos	Función laboral
5122	Editores y redactores	Revisan, corrigen, redactan y editan manuscritos, artículos, reportes de noticias y otro material para publicación o difusión; coordinan actividades de escritores, periodistas y otro personal; montan componentes, materiales de postproducción, color y finalización de las producciones audiovisuales, están empleados por firmas editoriales, revistas, periódicos, estaciones de radio y televisión, por empresas y departamentos del gobierno que producen publicaciones como boletines y manuales, producciones audiovisuales o pueden trabajar en forma independiente	Corrector de estilo • Editor libros • Editor noticias • Editor periódicos • Editor producción • Editor revistas • jefe redacción • Redactor económico • Redactor política • Redactor prensa • Redactor prensa extranjero • Redactor revistas • Redactor técnico • Editor mesa • Editor cine • Editor televisión • Editor general • Editor de sección • Editor técnico • Editor literario • Editor de campo • Editor de adquisiciones de contenidos • Editor temático • Editor de producto • Editor • Redactor • Editor musical • Artista de VFX • Copy • Editor creativo de escritura • Editor de archivo audiovisual • Editor de diálogos • Editor off line • Editor on line	Evaluar la idoneidad del contenido, manuscritos, artículos, ensayos, material noticioso para publicación o difusión y recomendarlo, hacer cambios al contenido, estilo y organización • Leer y editar copias que van a ser publicadas o difundidas para detectar y corregir errores de ortografía, gramática y sintaxis y reducir o ampliar manuscritos de acuerdo con el tiempo o espacio requeridos, editar contenidos audiovisuales según técnicas y lineamientos creativos • Consultar con autores, escritores y reporteros todo lo relacionado con la revisión de manuscritos. • Planear y coordinar actividades del personal y asegurarse que los plazos de producción se cumplan • Disponer la forma del escrito de acuerdo con el espacio o tiempo asignados y la importancia del material. • Planear el alcance de eventos venideros y asignar trabajo de conformidad con los mismos. • Realizar el montaje final de las secuencias grabadas de una producción audiovisual, definir el ritmo de una pieza audiovisual y hacer el ensamble de efectos especiales y efectos visuales. • Participar en los procesos de reportería de prensa, manteniendo contacto permanente con las fuentes de información, elaborando y redactando noticias y proponiendo temas especiales • Gestionar la compra de derechos patrimoniales de contenidos, buscar contenidos y pares académicos para la evaluación de los mismos. • Generar y estructurar contenidos audiovisuales a partir de estrategias y conceptos de comunicación, ajustar los documentos de acuerdo a las normas de publicación y unificar el estilo al interior de los documentos. • Editar la escritura de guiones audiovisuales según técnicas y metodologías • Editar contenidos audiovisuales según técnicas y lineamientos creativos



5123	Periodistas	Investigan, analizan, interpretan y comunican noticias y acontecimientos públicos a través de periódicos, televisión, radio y otros medios de comunicación. Están empleados por cadenas y estaciones de radio y televisión, periódicos y revistas, o pueden trabajar en forma independiente.	Agregado de prensa • Analista noticias • Columnista • Comentarista deportes • Comentarista noticias • Comentarista radio • Comentarista televisión • Comunicador social • Corresponsal de prensa • Cronista • Cronista deportes • Crítico • Crítico arte • Crítico cine • Crítico música • Editorialista • Periodista radio • Periodista reportero • Periodista televisión • Presentador noticias • Reportero • Reportero economía • Reportero investigación • Reportero moda • Reportero noticias • Reportero prensa • Periodista • Periodista musical • Presentador musical • Cronista musical • Comentarista • Comentarista de cine • Crítico de cine y televisión • Desarrollador de podcast • Periodista investigador	Acopiar noticias locales, nacionales e internacionales mediante reportajes, investigación y observación, usando el medio de comunicación más adecuado para transmitir la información • Escribir nuevos artículos para publicación y difusión • Recibir, analizar y verificar noticias y otros escritos para garantizar su exactitud • Preparar y conducir entrevistas como parte de la investigación para prensa, programas de radio y televisión. • Investigar e informar sobre acontecimientos en campos especializados como medicina, ciencia o tecnología, así como hechos noticiosos en general • Preparar artículos y columnas de carácter cotidiano o sobre temas especializados. • Escribir editoriales y comentarios sobre temas de interés general para estimular el interés público y expresar criterios de una publicación o estación de difusión. • Escribir reseñas críticas de literatura, música y otros campos artísticos basados en el conocimiento, criterio y experiencia, manteniendo contacto permanente con las fuentes de información • Apoyar en la edición de material audio digital según técnicas y requerimientos del proyecto • Apoyar la edición de contenido audiovisual de acuerdo con parámetros técnicos y técnicas de producción • Registrar imágenes de acuerdo con elementos técnicos y especificaciones del proyecto audiovisual
5231	Locutores de radio, televisión y otros medios de comunicación	Leen noticias, deportes, mensajes comerciales, pronósticos del tiempo y programas informativos o de entretenimiento para difusión en radio y televisión. Están empleados por estaciones de radio, cadenas de televisión y empresas comerciales que producen anuncios para radio o televisión.	Anfitrión radio • Anfitrión televisión • Animador espectáculos públicos • Animador televisión • Anunciador locutor • Locutor deportivo • Locutor noticias • Maestro ceremonias • Presentador espectáculos públicos • Presentador noticias radio • Presentador noticias televisión • Presentador televisión • Radiodifusor • Locutor de radio • Locutor de televisión • Presentador • Locutor • Narrador	Seleccionar e intercalar en las transmisiones música, anuncios de utilidad pública y comerciales. • Actuar como anfitrión o maestro de ceremonias, presentar y entrevistar invitados y dirigir shows y programas. • Leer noticias y reportes del estado del tiempo para radio y televisión. • Narrar eventos deportivos y otros de interés general. • Informar sobre las condiciones del tráfico utilizando fuentes externas de información o por observación directa desde el aire o en tierra. • Escribir nuevos artículos para publicación y difusión. • Preparar y conducir entrevistas como parte de investigación en programas de radio, televisión y prensa. • Iniciar y mantener relaciones con medios de comunicación y/o prensa • Concertar entrevistas y conferencias. • Asistir en la preparación de campañas, piezas publicitarias y/o informes institucionales.
6236	Administradores de comunidades virtuales	Administran y gestionan comunidades virtuales a través de redes sociales, página web y block virtuales, para hacer seguimiento del comportamiento de usuarios frente a marcas o compañías, trabajan en los departamentos de comunicaciones, publicidad o relaciones públicas de las empresas.	Administrador de redes sociales • Administrador de contenidos • Community manager • Social media manager • Administrador de comunidades virtuales • Asistente de mercadeo digital • Gestor de contenido • Creador de contenido	Concebir, escribir y corregir textos, novelas, obras dramáticas, guiones, poemas y otro material para publicación o presentación y pueden dirigir investigaciones para establecer hechos reales y obtener otra información. • Analizar material, como especificaciones, notas y diagramas o planos y escribir manuales, guías





			para el usuario y otros documentos para explicar clara y concisamente la instalación, operación y mantenimiento de equipo electrónico, mecánico u otro. • Estudiar y determinar características de productos y servicios para la venta y escribir textos para comerciales y anuncios publicitarios. • Crear piezas publicitarias de acuerdo con el objetivo de comunicación • Ubicar contenido según requerimientos del plan de comunicación y técnicas de posicionamiento • Estructurar contenidos audiovisuales de acuerdo con técnicas literarias
5125	Profesionales de relaciones públicas y comunicaciones	Planifican, desarrollan y evalúan estrategias de información y comunicación que gestionan una comprensión y reputación favorable de las organizaciones, sus productos y servicios, y la relación con los grupos de interés. Están empleados por entidades públicas y organizaciones privadas como firmas de consultoría, agencias, corporaciones, asociaciones, instituciones sociales, educativas, medios de comunicación, entre otros.	Asesor comunicaciones • Consultor relaciones públicas • Especialista en relaciones públicas • Relacionista público • Secretario prensa • Coordinador de medios de comunicación • Profesional en relaciones públicas y comunicaciones • Consultor de comunicaciones • Agente de relaciones públicas • Analista de comunicaciones excepto de ordenadores • Analista de relaciones interinstitucionales • Analista de relaciones internacionales • Ejecutivo de cuenta de relaciones públicas • Escritor de promoción de relaciones públicas • Especialista en asuntos públicos • Especialista en enlace de prensa • Especialista en información pública • Profesional de enlace de prensa • Profesional de comunicaciones internas • Profesional de relaciones internacionales • Planner de medios • Profesional de relaciones públicas • Profesional de relaciones interinstitucionales • Redactor de promoción de relaciones públicas • Redactor de relaciones públicas • Relator de relaciones públicas lanificar, organizar, desarrollar y evaluar estrategias, programas, campañas de divulgación y comunicación diseñadas para informar a clientes, empleados y público en general sobre iniciativas y políticas de los negocios, gobiernos y otras organizaciones. • Brindar asesoramiento a los directivos sobre las repercusiones que sus políticas, programas y prácticas tienen sobre las relaciones públicas. • Llevar a cabo o encomendar estudios de opinión pública, analizar los resultados y planificar campañas de relaciones públicas y promocionales. • Estructurar el plan de medios de acuerdo con métodos de gestión de información y modelo de comunicación • Idear, crear, proponer y revisar los contenidos, folletos, informes, boletines, materiales audiovisuales y transmedia de acuerdo con el plan de comunicación. • Diseñar la estrategia de posicionamiento digital de la organización • Organizar eventos especiales, seminarios, espectáculos y concursos para promover el posicionamiento, el prestigio, la reputación institucional y comercial. • Asistir a eventos empresariales, sociales y de otra índole para representar y promover a la organización. • Diseñar la gestión de imagen pública de acuerdo con plan de comunicaciones, relaciones públicas y al plan estratégico de la organización • Diseñar la gestión de vocería de acuerdo con plan de comunicaciones, relaciones públicas y al plan estratégico de la organización • Recopilar, investigar y redactar material para auditorios internos y externos. • Gestionar las relaciones con los medios de comunicación para dar alcance al plan de comunicación de la entidad. • Diseñar la estrategia de gestión de contenidos y redes sociales • Diseñar la estrategia de experiencia de usuario digital • Coordinar el diseño de la estrategia de customer experience • Alinear la política de comunicación





		organizacional según criterios estratégicos • Diseñar la gestión de crisis pública de acuerdo con plan de comunicaciones y rrpp y al plan estratégico de la organización • Diseñar las actividades de gestión con los públicos de interés de la organización y al plan de relaciones públicas • Generar alianzas estratégicas de acuerdo con protocolos técnicos y grupos de interés. Analizar y consolidar la data estadística para el monitoreo de medios • Diseñar e implementar el plan de comunicaciones de acuerdo con el direccionamiento estratégico de la organización.
--	--	--

Fuente: Elaboración Propia, 2025.

Lo que se puede apreciar del análisis realizado en CUOC, es que existe un foco interdisciplinar del quehacer de los comunicadores sociales y un cambio en tipos de ocupaciones que aunque no tienen la denominación de comunicación o comunicación social, son funciones que desarrollan los comunicadores sociales en las organizaciones, por ejemplo, administradores de comunidades virtuales y profesionales en relaciones públicas. Por su parte, hay otras que hacen parte de la tradición del campo en el ejercicio ocupacional como periodistas o editores y redactores. Cabe señalar, que las ocupaciones encontradas también responden a la tradición del campo con ocupaciones pensadas en temas de comunicación organizacional, periodismo y generación de contenido.

Adicionalmente, como referente nacional se tuvo en cuenta el Marco Nacional de Cualificaciones vigente para Colombia y el Catálogo Nacional de Cualificaciones, el cual se enfoca en las Industrias Culturales e involucra dos áreas de cualificación AVEM/Audiovisuales y LIAG/ Literatura y Artes Gráficas y los sectores Audiovisual (cine, video, televisión y radio) y Editorial (edición de libros, periódicos y revistas. En cuanto estas cualificaciones del Marco Nacional de Cualificaciones relacionadas con Industrias Culturales, hay que decir que muestran un mapa ocupacional centrado en la capacidad de producir, gestionar y circular contenidos para múltiples medios y plataformas, desde oficios creativos (autor, editor, creador audiovisual) hasta cargos gerenciales de comunicación. Las ocupaciones encontradas en sinergia con el quehacer del comunicador social son:

- a. 13303 Directores y Gerentes de Comunicaciones y Audiovisuales (Actividades asociadas a Dirección y Gerencia*)
- b. 26451 Periodistas
- c. 26650 Locutores y presentadores de radio, TV y otros medios de comunicación
- f. 26410 Autores y otros escritores
- g. 5813 Edición de periódicos
- h. 9004 Creación Audiovisual
- i. 6391 Actividades de Agencias de Noticias
- j. 26422 Editores y redactores

3.2.2. Posturas conceptuales dentro del programa



El programa de Comunicación Social se sustenta en teorías y apuestas epistemológicas del campo de la comunicación, a través de la cuales se entiende la comunicación como un campo intersubjetivo de construcción de sentido que implica procesos, prácticas, medios, organizaciones, discursos para el desarrollo colectivo del saber y de la realidad circundante.

A partir de lo anterior, el programa de Comunicación Social de la UCompensar se enmarca en la propuesta de campo, donde nuevos conocimientos pueden y requieren estar presentes, toda vez que todo proceso, acto o hecho comunicativo será modificado por los contextos y por los conocimientos mismos que emergen de otros campos del saber. Así, por ejemplo, la emergencia digital, los procesos de análisis y ciencias de datos que conducen a la aparición de modelos generativos (IA), son parte del campo hoy en día, pese a que sus orígenes se encuentren en la matemática, ingeniería computacional y la estadística, son parte constitutiva de la comunicación hoy.

En el campo de la comunicación, además de la constante interacción de saberes y tensiones entre ellos, se pueden reconocer esferas de aplicación cotidianas, de todas ellas en UCompensar, se hace especial foco en dos que se relacionan con el medio productivo, en coherencia con el enfoque y apuesta institucional de la Universidad, se trata de I) La producción de mensajes en múltiples plataformas, orientado por lo tanto a las prácticas del periodismo y a otras derivadas de los requerimientos de la comunicación corporativa en la generación de contenidos, y II) la comunicación estratégica, orientada a la gestión de procesos comunicativos en organizaciones de diversa índole.

Así las cosas, el programa se ubica en el marco de las ciencias sociales, como puente de contacto que las junta, las tensiona y en esas relaciones complejas emergen conocimientos que permiten poner en marcha procesos de producción de sentido en común – comunicación- enfocándose en las dos esferas antes mencionadas, además de lo anterior, la forma de evidenciar, reconocer y comprender esas tensiones y formas del conocimiento, se realizan a partir de una apuesta experiencial mediante laboratorios vivos.

Lo anterior, es parte del reconocimiento de la emergencia de la digitalización constante y cada vez más veloz, no solo presente en modelos de IA, sino en prácticas comunicativas mediadas por tecnologías digitales, todas estas por lo general funcionando en procesos de aceleración casi infinitas, lo que ha modificado la experiencia comunicativa de forma drástica, llevando incluso a la generación de nuevas leyes para regular procesos de interacción laboral mediada por tecnologías digitales en espacios o tiempos no laborales, como ha sucedido en la Unión Europea. Teniendo en cuenta este tipo de dinámicas y fenómenos emergentes, la educación a partir de la experiencia busca justamente mediante los laboratorios vivos transformar la experiencia cotidiana y con el sector productivo en un campo de reflexión donde las teorías de la comunicación son el componente reflexivo clave, llevando así a que la velocidad y las características de la digitalización sean parte misma del proceso de aprendizaje al interior del programa.

Ahora bien, la existencia del campo no implica que se encuentre una ausencia total de objetos y métodos que permitan la consolidación de formas del conocimiento, de hecho al interior del mismo campo se pueden encontrar al menos tres esferas de indagación o donde se enfoca la mirada para la producción de conocimiento, I) el medio, II) el mensaje y III) la mediación, éstas confluyen en prácticas sobre contextos específicos, así la labor periodística se encuentra cruzada por las relaciones y tensiones entre las tres esferas anteriores en relación a la formación de ciudadanías con democracias cada vez más profundas, de forma similar funciona la puesta en marcha de espacios estratégicos de comunicación en el sector productivo.

Igualmente, la concepción teórica y epistemológica del programa respecto del campo se fundamenta en una comprensión de la comunicación como fenómeno social, cultural y con un componente tecnológico en constante transformación, que constituye una dimensión esencial de la vida humana y de la organización social. En este sentido, se concibe la comunicación no solo como un proceso de transmisión de información, sino como un espacio de interacción simbólica, construcción de sentido y



configuración de realidades compartidas (Martín-Barbero, 2017). Desde esta mirada, comunicar es una práctica de producción de sentido, de conocimiento y de transformación del entorno, en la que se expresan las dinámicas del poder, la cultura, la tecnología y la vida cotidiana.

El fundamento epistemológico del programa parte del reconocimiento de la comunicación como campo de saber complejo y transdisciplinar, en el cual confluyen las ciencias sociales, las humanidades, la administración, el diseño, las ciencias de la información y las tecnologías emergentes. Esta visión implica un tránsito desde modelos lineales e instrumentales hacia perspectivas críticas, sistémicas y estratégicas, que permiten comprender los fenómenos comunicativos como procesos abiertos, relacionales y multicausales (Fuentes Navarro, 2011). Así, el comunicador social se forma como un profesional capaz de interpretar, articular y transformar los sistemas de sentido que configuran la vida social y organizacional.

En el marco del pensamiento latinoamericano contemporáneo, el programa asume los aportes de Jesús Martín-Barbero (1998, 2017), quien plantea que el estudio de la comunicación debe desplazarse “de los medios a las mediaciones”. Este giro epistemológico invita a comprender la comunicación como un proceso de construcción cultural en el que confluyen prácticas sociales, tecnologías, saberes y discursos, en lugar de limitarse al análisis de los medios o de los mensajes. Desde esta perspectiva, la comunicación se concibe como una dimensión constitutiva de la cultura y, por tanto, como un espacio estratégico para el fortalecimiento de la ciudadanía, la identidad y la democracia.

Siguiendo esta línea, el programa reconoce que el campo de la comunicación en América Latina ha sido históricamente un espacio de diálogo entre la crítica social, la innovación tecnológica y la creación cultural. Las reflexiones de Martín-Barbero sobre la transdisciplinariedad permiten ubicar la comunicación en el centro de las transformaciones culturales y políticas de la modernidad, superando las dicotomías entre teoría y práctica, técnica y crítica, medios y sociedad. Este enfoque inspira una formación profesional que integra la comprensión teórica con la acción transformadora en contextos reales (Martín-Barbero, 1998). De hecho, se materializa esta apuesta en el proceso de Renovación del Registro Calificado con la integración de la línea de Laboratorios vivos como una apuesta por el aprendizaje experiencial y el modelo Universidad – Empresa.

En correspondencia con lo anterior, el programa se apoya, también, en los planteamientos de la Teoría de la Comunicación Estratégica Enactiva (CEE), desarrollada por Sandra Massoni (2003). Esta teoría propone una epistemología comunicacional que concibe la comunicación como un proceso cognitivo y relacional enactivo, en el cual los actores sociales construyen juntos los significados que orientan su acción. Desde esta visión, comunicar no es simplemente transmitir información, sino cocrear realidades, sentidos y vínculos que habilitan la democratización de la vida cotidiana. Esta perspectiva aporta una comprensión dinámica y situada de la comunicación, coherente con el enfoque estratégico y transformador que caracteriza el programa de UCompensar.

La Teoría Enactiva de Massoni también aporta una mirada metodológica orientada al ejercicio profesional, al proponer la Investigación Enactiva en Comunicación (IEC) como un proceso participativo, dialógico y orientado al cambio social. Este modelo, enmarcado en la tradición de la investigación acción participativa latinoamericana (Borda, 2017), sitúa al comunicador como un mediador entre saberes diversos y como un agente que facilita procesos de articulación social, innovación y aprendizaje colectivo. En coherencia con esta postura, el programa promueve la formación de profesionales capaces de diseñar, gestionar y evaluar estrategias de comunicación centradas en la colaboración y la sostenibilidad (Massoni, 2019).

Desde el punto de vista epistemológico, el programa adopta también una visión constructivista y sistémica de la comunicación. Inspirado en los aportes de Niklas Luhmann (1996), se entiende la sociedad como un sistema constituido por procesos comunicativos que producen y reproducen sentido. En este marco, la comunicación no es solo un componente de la sociedad, sino su elemento constitutivo, y el comunicador actúa como un observador reflexivo que interviene en la generación de



sentido dentro de sistemas complejos. Esta perspectiva permite comprender los procesos comunicacionales en organizaciones, comunidades y entornos digitales como mecanismos de autorregulación, aprendizaje y transformación.

Así mismo, el programa asume la noción de sociedad en red desarrollada por Manuel Castells (2001), según la cual las estructuras sociales contemporáneas se configuran a partir de flujos de información, conocimiento y tecnología que atraviesan las fronteras físicas y culturales. Esta visión refuerza la necesidad de formar comunicadores capaces de comprender y actuar en entornos interconectados, donde los procesos simbólicos, tecnológicos y económicos se articulan para producir nuevas formas de interacción, ciudadanía y poder. En este sentido, el comunicador social es un actor clave en la gestión de la información, la cultura y la innovación social.

Los cambios vertiginosos que imponen las tecnologías emergentes, las redes sociales y la inteligencia artificial han generado otros ecosistemas mediáticos y formas de relación social. Frente a ello, el programa incorpora los aportes de la ecología de los medios (McLuhan, 1964; Postman, 1985; Scolari, 2015), que analiza las interacciones entre los medios, las tecnologías y las culturas, entendiendo que los entornos comunicativos modelan la percepción, la cognición y los modos de estar en el mundo. De esta reflexión derivan nociones contemporáneas como la hipermediación (Scolari, 2015), la transmedia (Jenkins, 2008) y la new new media (Levinson, 2009), que permiten comprender las narrativas y experiencias interactivas propias de la era digital.

En consecuencia, el programa de Comunicación Social de UCompensar promueve una comprensión crítica de la tecnología y sus impactos, orientando la formación hacia el uso ético, creativo y estratégico de los medios y plataformas digitales. El comunicador se forma como un profesional capaz de articular la producción de contenidos, la gestión de datos, la analítica digital y la comunicación organizacional, desde una mirada humanista que privilegia la responsabilidad social, la inclusión y la participación ciudadana.

La orientación transdisciplinar del programa responde, además, a las tendencias globales de la formación en comunicación identificadas por AFACOM (2025), que evidencian la creciente integración de la comunicación con áreas como el diseño, la psicología, la economía creativa, el marketing, la ciencia de datos y las tecnologías emergentes. Esta convergencia de saberes promueve una formación flexible y actualizada, en la que la creatividad, la estrategia y la investigación se articulan para responder a los retos de un mundo globalizado, digital y diverso.

En coherencia con esas tendencias, el programa estructura su enfoque formativo en torno a la interdisciplinariedad y la innovación pedagógica, lo que se traduce en currículos que integran pensamiento crítico, competencias tecnológicas, habilidades comunicativas y comprensión de las realidades socioculturales (AFACOM, 2025).

La formación por competencias se orienta hacia la capacidad de diseñar soluciones comunicacionales que aporten valor en contextos organizacionales, comunitarios y mediáticos, favoreciendo la adaptación a escenarios cambiantes y la generación de impacto social.

Como se ha señalado, desde la perspectiva epistemológica latinoamericana, la comunicación se asume como un campo de articulación de saberes, un espacio de encuentro entre la teoría y la práctica, entre la academia y la sociedad, y entre lo local y lo global (Massoni, 2019; Martín-Barbero, 2017). En este marco, el conocimiento comunicacional no se concibe como acumulación de teorías aisladas, sino como una praxis reflexiva y situada, que busca transformar las realidades a través del diálogo, la participación y la creación colectiva de sentido. De ahí que la comunicación se entienda como una



ciencia de la articulación, tal como propone Massoni (2016), orientada a la construcción de vínculos y al fortalecimiento de los tejidos sociales.

El enfoque epistemológico que sustenta el programa también reconoce la importancia de la diversidad cultural, la ética y la responsabilidad social como ejes de la práctica comunicativa. El comunicador formado en UCompensar actúa desde una mirada crítica y respetuosa de las diferencias, promoviendo el diálogo intercultural, la equidad de género, la sostenibilidad ambiental y la defensa de los derechos humanos. La comunicación, en este sentido, se asume como un espacio ético de encuentro y transformación, donde la palabra y la acción convergen para construir sociedades más justas y participativas (Pineda, 2000).

Finalmente, la postura teórica y epistemológica del programa se articula con su modelo pedagógico institucional, que privilegia el aprendizaje experiencial, la investigación formativa y el trabajo colaborativo. El programa busca que los estudiantes comprendan la comunicación como práctica social viva, que se aprende haciendo, investigando y transformando la realidad. Así, el comunicador social de UCompensar se forma como un profesional integral, reflexivo y estratégico, comprometido con el cambio social, la innovación y la construcción colectiva del conocimiento.

Referencias

AFACOM. (2025). Tendencias globales de formación en comunicación 2025. Asociación Colombiana de Facultades y Programas Universitarios en Comunicación.

Borda, O. F. (2017). El método de investigación-acción participativa: En el desarrollo de la democracia. Siglo del Hombre.

Castells, M. (2001). La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Vol. 1: La sociedad red. Alianza Editorial.

Fuentes Navarro, R. (2011). La investigación de la comunicación en América Latina: Entre la crítica y la tecnociencia. ITESO.

Jenkins, H. (2008). Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Paidós.

Levinson, P. (2009). New new media. Penguin.

Luhmann, N. (1996). La realidad de los medios de comunicación. Anthropos.

Martín-Barbero, J. (1998). De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía. Convenio Andrés Bello.

Martín-Barbero, J. (2017). Pensar la sociedad desde la comunicación. En PENSAR LA SOCIEDAD DESDE LA COMUNICACIÓN. Un lugar estratégico para el debate a la modernidad. CLACSO.

Massoni, S. (2003). Estrategias: Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido.

3.3. Incorporación y apropiación de la Fundamentación teórica, epistemológica y conceptual en el diseño y desarrollo del programa académico

El programa académico asegura la incorporación conceptual, teórica y epistemológica del programa a través de cuatro mecanismos de concreción curricular que garantizan el aterrizaje de lo planteado a nivel Mesocurricular (general del programa) en lo microcurricular (lo particular de cada espacio



formativo), como son:

a. Mecanismo 1 – Integración de los elementos conceptuales y teóricos del programa en cada línea de formación.

El programa de Comunicación Social se fundamenta en una estructura académica que articula líneas de formación específicas con posturas conceptuales, teóricas y epistemológicas que garantizan un enfoque integral y contemporáneo del campo de la comunicación. Cada línea de formación — Generación de contenidos, comunicación y relacionamiento estratégico y laboratorios vivos— permite a los estudiantes desarrollar competencias específicas, fomentando la creación de contenidos, la gestión estratégica de la comunicación en organizaciones de diversa índole, la creación de proyectos y la resolución de problemas complejos en el ámbito mediático, digital etc. Estos conceptos son aplicados transversalmente en las asignaturas para garantizar que los estudiantes desarrollen competencias alineadas con las demandas del mercado actual.

Un ejemplo de aplicación en el programa se da en la línea de comunicación y relacionamiento estratégico, a través de la cual se desarrollan competencias relacionadas con comunicación estratégica, gestión de la comunicación, endomarketing, relaciones públicas, desde una comprensión del lugar privilegiado de la comunicación como escenario de interacción social y transformación de prácticas desde el significado, tal y como se señala en nuestro acervo teórico y conceptual.

Como se ha indicado, entonces, se sitúa al comunicador como un mediador entre saberes diversos y como un agente que facilita procesos de articulación social, innovación y aprendizaje colectivo. En coherencia con esta postura, el programa promueve la formación de profesionales capaces de diseñar, gestionar y evaluar estrategias de comunicación centradas en la colaboración y la sostenibilidad (Massoni, 2019).

b. Mecanismo 2 – Apropiación por parte del equipo docente de la perspectiva y enfoque particular del programa acorde con el perfil de egreso.

Con el objetivo de asegurar que los docentes del programa de Comunicación social se apropien e incorporen de manera pertinente la perspectiva y enfoque particular del programa, se han implementado una serie de estrategias, acciones y tareas alineadas con las necesidades pedagógicas y académicas del programa.

Estas iniciativas se diseñaron para garantizar que la formación desarrollada responda a las demandas del entorno académico y profesional, esto se logra mediante la realización de talleres de formación docente, reuniones periódicas y espacios de cocreación, donde se abordan las actualizaciones teóricas y metodológicas, así como las mejores prácticas para la enseñanza en el campo de la comunicación. Ejemplo de aplicación: Se organizan capacitaciones para los docentes sobre tendencias de formación en comunicación, estrategias de comunicación, tecnologías emergentes garantizando que estén alineados con los avances en la industria y los objetivos de aprendizaje del programa. En este sentido, los docentes han participado, por ejemplo, en procesos de formación en IA (Impacto Maker), iniciativas COIL, Bootcamps de investigación en aras de fortalecer funciones sustantivas del programa e, incluso, acciones de mejora, identificadas en el proceso de autoevaluación.

c. Mecanismo 3 – Estructuración de syllabus incorporando elementos teóricos y conceptuales de la línea formativa a la que pertenece cada curso.

El formato de syllabus institucional está diseñado para recoger los aspectos teóricos, conceptuales y epistemológicos de cualquier asignatura del programa de Comunicación Social. Al diligenciar cada apartado, es fundamental incorporar de manera explícita las teorías que sustentan el contenido del curso, asegurando que los estudiantes adquieran no solo conocimientos prácticos, sino también una comprensión profunda de los fundamentos teóricos y conceptuales que forman parte de su formación.



A continuación, se presenta la estructura de un syllabus y cómo se incorporan los elementos teóricos y conceptuales de la línea formativa:

a. Información general del curso

Este apartado proporciona los datos básicos del curso, tales como su nombre, código, créditos, modalidad y naturaleza (teórico, práctico, teórico-práctico). Para asegurarse de que este instrumento de concreción microcurricular recoge los elementos teóricos y conceptuales del curso, su descripción debe contener una breve referencia a la línea formativa a la que pertenece (por ejemplo, Generación de contenidos, comunicación y relacionamiento estratégico, laboratorios vivos) y destacar cómo el curso integra las posturas teóricas y epistemológicas correspondientes a dicha línea.

b. Presentación del curso

En este apartado se describe la importancia del curso dentro del programa, sus objetivos y cómo se vincula con los contenidos teóricos, prácticos y conceptuales. Para construir este apartado, es importante identificar las posturas conceptuales del programa y vincularlas con las teorías que fundamentan el curso. Es decir, se explica cómo las teorías y conceptos trabajados en el curso permiten a los estudiantes desarrollar las competencias esperadas.

c. Competencias y Resultados de Aprendizaje

Aquí se definen las competencias que los estudiantes deberán adquirir al final del curso, así como también los resultados esperados. Es importante que los resultados de aprendizaje incluyan la capacidad de aplicar los conceptos teóricos y epistemológicos en la práctica.

Se definen las competencias y RA declarados en el mapa de competencias del programa, por ejemplo "Diseña procesos de comunicación estratégica en las empresas y organizaciones de todos los sectores, teniendo en cuenta su naturaleza, estructura, necesidades y problemáticas, para generar acciones comunicativas responsables, que contribuyan al mejoramiento de sus procesos encaminados al logro de metas y objetivos particulares, basados en la aplicación de metodologías de diagnóstico organizacional y una lectura juiciosa del contexto en el que dichas organizaciones se insertan".

Esta sección describe los criterios que se usarán para evaluar el progreso de los estudiantes. Es clave que los criterios reflejen la aplicación de los fundamentos teóricos y conceptuales del curso. Por ejemplo, el estudiante:

CR1 Analiza críticamente los fundamentos conceptuales, teóricos y metodológicos de la comunicación estratégica y su papel en la gestión organizacional.

CR2 Interpreta las necesidades, problemáticas y oportunidades comunicativas de las organizaciones, aplicando herramientas de análisis y lectura del contexto.

CR3 Diseña estrategias y planes de comunicación que respondan a los objetivos institucionales y promuevan relaciones responsables, coherentes y sostenibles entre la organización y sus públicos.

d. Metodología del curso

En este apartado se describe cómo se desarrollarán los contenidos del curso. Para integrar los aspectos teóricos y epistemológicos, es importante que la metodología esté alineada con la naturaleza del conocimiento que se va a desarrollar. Se define una metodología que permita al estudiante experimentar y aplicar los conceptos teóricos, como talleres prácticos, análisis de casos o proyectos grupales que promuevan el pensamiento crítico y reflexivo.

e. Contenidos temáticos

Los temas del curso deben estar vinculados de manera integral con las teorías y conceptos que se



desean trabajar. En este apartado se despliega el contenido teórico en módulos o bloques que guíen al estudiante con los aspectos relevantes del curso.

f. Evaluación

La evaluación incluye autoevaluación, coevaluación y heteroevaluación, dependiendo del enfoque epistemológico. Se describe cómo las evaluaciones permitirán medir la integración de los conocimientos teóricos en las prácticas del estudiante.

g. Bibliografía y recursos

Finalmente, este apartado debe incluir referencias bibliográficas que respalden los aspectos teóricos y conceptuales tratados en el curso. Se recomienda incluir textos de autores clave en las posturas conceptuales y teóricas que el curso aborda. Es necesario asegurar que los recursos bibliográficos incluyan tanto libros, artículos, como herramientas que ayuden a los estudiantes a aplicar los conceptos.

d. Mecanismo 4 - Consolidación en PEP: describir cómo consolida el PEP, estructura definida a nivel institucional y proceso de definición, lo realizado en mecanismo 1, 2 y 3.

El Proyecto Educativo de Programa (PEP) del programa de Comunicación Social es el documento que orienta todas las actividades académicas, pedagógicas y administrativas del programa. En su estructura, el PEP define la visión, misión y objetivos del programa, y proporciona directrices para que las actividades educativas se desarrollen de manera coherente con los principios teóricos y conceptuales establecidos. La integración de los aspectos discutidos previamente—los elementos teóricos y conceptuales en las líneas formativas, la apropiación docente del enfoque del programa y la estructuración de los syllabus—son elementos claves que el PEP consolida y regula.

El PEP asegura que las tres líneas de formación (Gestión de contenidos, comunicación y relacionamiento estratégico y Laboratorios vivos) estén profundamente vinculadas con los fundamentos teóricos y conceptuales que sustentan el campo. El PEP guía la selección de estos marcos teóricos, asegurando que se integren con las competencias que los estudiantes deben desarrollar para enfrentar los desafíos del entorno contemporáneo, garantizando una formación integral.

El PEP también establece mecanismos para que los docentes se apropien del enfoque teórico y epistemológico particular del programa, garantizando una enseñanza coherente con el perfil de egreso. Por medio de capacitaciones, espacios de reflexión y revisión curricular, el PEP orienta a los profesores en la aplicación práctica de los fundamentos del programa. De esta manera, el equipo docente no solo domina los contenidos académicos, sino que también se asegura de que su enseñanza esté alineada con las competencias esperadas en los estudiantes.

El PEP proporciona una estructura clara para la elaboración de los syllabus de cada asignatura. Estos documentos deben incorporar una metodología coherente con los enfoques epistemológicos del programa. Cada syllabus, siguiendo las directrices del PEP, incluye contenidos alineados con las teorías fundamentales que lo soportan y también evalúa cómo los estudiantes integran y aplican estos conceptos en proyectos prácticos. El PEP, por lo tanto, asegura que no solo se impartan contenidos teóricos, sino que estos se apliquen en un contexto real, facilitando la transición de los estudiantes hacia el mundo laboral.

3.4. Componentes formativos

Estos elementos del plan general de estudios estructurados, organizados, integrados e



interrelacionados soportan el proceso formativo del estudiante, desde su ingreso hasta su egreso. En este componente se hace explícito cómo se proyecta el desarrollo de competencias y resultados de aprendizaje, en relación con lo que el estudiante sabrá, comprenderá y podrá hacer a lo largo del proceso formativo y completarlo; y cómo esos resultados de aprendizaje se articulan con el plan general de estudios.

Igualmente, se establece en este componente la forma en que se articulan dichos resultados de aprendizaje con el plan general de estudios del programa de Comunicación Social, representado en créditos académicos acorde con la Política Académica: Lineamiento Curricular Anexo 3.1 de UCompensar con lo cual se da cuenta de:

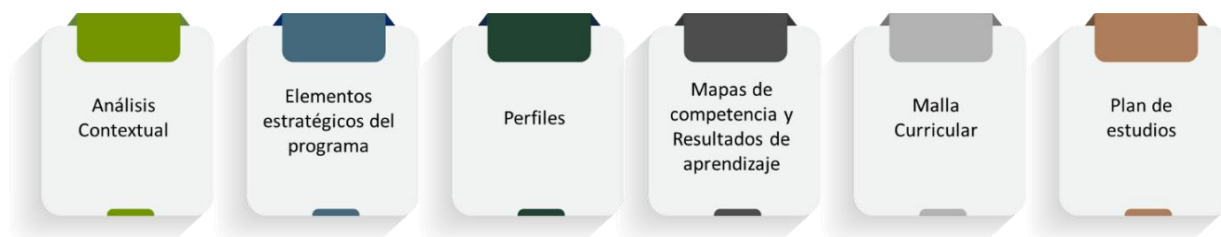
- Las trayectorias posibles de los estudiantes en su proceso formativo.
- Las estrategias de flexibilización y el plan para su implementación.
- Las acciones, los procesos y actividades para garantizar la transversalización de la formación integral.
- Requisitos y condiciones para que el estudiante pueda cumplir con el plan general de estudios.

De acuerdo con la Política Académica - Lineamiento Curricular Institucional (2024), en UCompensar se desarrolla un proceso riguroso, metódico y estructurado (desde una perspectiva socioformativa) de diseño y actualización de programas académicos por competencias y resultados de aprendizaje) en un claro compromiso por la búsqueda de la coherencia, la pertinencia y la calidad de los diseños curriculares institucionales, en una mirada 360 que ajusta la construcción a las realidades, necesidades y demandas a nivel local, regional, nacional e internacional, así como a los intereses y necesidades de nuestro grupo poblacional de estudiantes, el nivel de formación, la modalidad y la perspectiva institucional.

Para ello, la creación de los programas académicos pasa el Diagnóstico y el Diseño curricular, en los cuales se desarrollan seis (6) etapas:



Figura 19. Etapas de la actualización curricular en UCompensar



Fuente: Dirección de Currículo UCompensar, 2024

Un diagnóstico curricular: este se basa en los estudios de contexto (internos y externos), los estudios de mercado y finaliza con el análisis de competencias, funciones y subfunciones) en el marco del sector real (productivo o social) de orden local, regional, nacional e internacional. Así, se parte del análisis de tendencias y referentes locales, nacionales e internacionales representados en Marcos o Clasificaciones Nacionales e internacionales de Cualificación, así como en políticas, planes de desarrollo locales, regionales, nacionales y globales, y en proyectos que aportan a la actualización de Metaperfiles y Megacompetencias, como las definidas en proyecto en el Tuning, referentes propios de las disciplinas y sectores que se configuran como campo de acción laboral de las áreas específicas de conocimiento. En programas existentes que entran a ajustes en el diseño curricular, incluye el análisis de los resultados de las evaluaciones curriculares y procesos de autoevaluación.

El análisis contextual contribuye con la sistematización de los insumos que permiten establecer el marco deontológico actualizado del programa, ajustando sus elementos fundamentales. De este modo se fortalecen **la misión, la visión, el objeto de estudio y el propósito de formación del programa**, en coherencia directa con los de Facultad, los Institucionales y los referentes contextuales.

- **Actualización curricular:** Derivado de lo anterior (análisis contextual y delimitación deontológica) se actualizan los **Perfiles de formación** (del **aspirante, del egresado y los campos o áreas de acción disciplinar**) acorde con las necesidades del entorno nacional e internacional, las tendencias y las pretensiones formativas institucionales actualizadas en la política curricular Anexo 3.1. En coherencia con los rasgos principales de estos **Perfiles**, se revisan los **Mapas de competencia y resultados de aprendizaje**, en los cuales se actualizan las competencias principales a desarrollar en el programa académico, es decir, las Competencias del programa y las declaratorias de aquello que se espera que alcance el estudiante al finalizar cada curso o espacio formativo del plan general de estudios.

Las competencias pueden ser *básicas y genéricas; de bienestar y formación integral; específicas o profesionales; y, transversales o labores generales (Diferenciadores del Sello Institucional)*, de acuerdo con los lineamientos curriculares institucionales, actualizados en 2024. Lo anterior en cumplimiento de las funciones que tiene la academia en la formación de ciudadanos globales, en la sociedad del conocimiento y del Siglo XXI, de cara a la transformación social, como lo declara la Unesco (2009) y la OCDE (2019).

Por ello, como se evidencia, los programas académicos creados en la institución responden directamente, clara e intencionadamente a las necesidades, tendencias y requerimientos de los sectores en el orden local, regional, nacional e internacional, siendo parte del proceso metodológico riguroso para el diseño curricular.



3.4.1. Etapa 1. Análisis contextual realizado como base para el programa de Comunicación Social

El análisis contextual que se adelantó para el diseño del programa corresponde a un método deductivo (de lo general a lo particular) en el que se identificaron y analizaron las funciones y labores inherentes a una serie de ocupaciones productivas o de servicios en relación con el área de conocimiento propia del programa y las tendencias del sector del campo detallado del conocimiento. Para la realización del análisis funcional de este programa académico, se partió de la Clasificación CINE identificando el campo amplio, específico y detallado de conocimiento; luego se analizó el Marco Nacional de Cualificaciones para la consideración de ocupaciones, competencias y resultados de aprendizaje correspondientes al nivel de formación del programa, acorde a los estándares de competencia definidos por los gremios, asociaciones, mesas sectoriales, Normas técnicas de Competencia Laboral correspondientes y los adicionales que apliquen.

A continuación, se muestran los principales hallazgos y conclusiones identificados a partir del rastreo de la información, en perspectiva de la actualización del programa académico.

El análisis Funcional del programa se realizó a partir de la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE), la Clasificación Nacional de Ocupaciones (CNO), la Clasificación Única de Ocupaciones para Colombia (CUOC), y el Marco Nacional de Cualificaciones. Se examinaron minuciosamente las clasificaciones teniendo en cuenta sus requerimientos.

La Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE) ubica al programa de Comunicación Social de la UCompensar en el campo amplio de Ciencias Sociales, Periodismo y Comunicación, el campo específico de Periodismo e Información y el Campo detallado Periodismo, Comunicación y Reportajes. En el campo específico, Periodismo e Información, el CINE señala que corresponde al “estudio de la teoría y los procesos socio culturales sobre la producción, la transmisión y la interpretación de significados, sentidos y formas simbólicas de información para un entendimiento entre individuos; incluye el estudio de diversas técnicas y prácticas del periodismo como la reportería a través de medios tradicionales, digitales, de interacción y colaboración entre usuarios en los que se destacan el valor del contenido de manera segmentada y masiva” (2023, p. 67). En este sentido, el programa es coherente con la comprensión dada por el CINE respecto del quehacer de la comunicación, tanto en los procesos mediáticos como de producción de sentido en organizaciones de diversas características; circunstancia que se hace palpable en las apuestas de formación materializadas en los perfiles de egreso, ocupacional y las líneas de formación establecidas.

De la misma forma, se aborda el estudio de áreas de formación estipuladas en el Marco Nacional de Cualificaciones donde se ubica el programa de pregrado en Comunicación Social bajo la categoría de Industrias Culturales en la cual se han asociado sectores como el Editorial, el Audiovisual, la Industria fotográfica, las Agencias de noticias y otros servicios de información. Las Industrias Culturales involucran dos áreas de cualificación, a saber: AVEM/Audiovisuales y LIAG/ Literatura y Artes Gráficas y los sectores Audiovisual (cine, video, televisión y radio) y Editorial (edición de libros, periódicos y revistas). Ahora bien, estas funciones u ocupaciones tienen una clara tendencia hacia las habilidades requeridas para la generación de contenidos en medios y escenarios digitales desde el nivel técnico hasta el nivel gerencial de la siguiente forma:

- a. 13303 Directores y Gerentes de Comunicaciones y Audiovisuales (Actividades asociadas a Dirección y Gerencia*)
- b. 26451 Periodistas
- c. 26650 Locutores y presentadores de radio, TV y otros medios de comunicación
- f. 26410 Autores y otros escritores
- g. 5813 Edición de periódicos
- h. 9004 Creación Audiovisual
- i. 6391 Actividades de Agencias de Noticias



j. 26422 Editores y redactores

El proyecto Tunning, por su parte, establece competencias genéricas y específicas, como la capacidad de aplicar conocimientos en la práctica y el enfoque sistémico para la resolución de problemas, lo cual articula toda la estructura curricular del programa.

3.4.2. Etapa 2 – Marco ontológico del programa

El programa de Comunicación Social plantea los elementos fundamentales de su estructura en coherencia con las directrices institucionales. En ese sentido, se tienen en cuenta: misión, visión, objeto de estudio, propósito de formación, tal como se detalla en la siguiente tabla (19):

Tabla 19. Marco ontológico del Programa de Comunicación Social.

	Institucional	De programa
Misión	Formar líderes con valores integrales, articulados con el sector productivo, mediante un modelo de educación pertinente que desarrolla competencias para afrontar los desafíos del futuro.	Contribuir al desarrollo del sector productivo mediante la formación de comunicadores sociales con visión estratégica, ética y crítica que lideren procesos de comunicación en contextos corporativos y gestionen contenidos a partir del uso de tecnologías y herramientas coherentes con el contexto, orientando su labor a la solución de necesidades comunicativas en organizaciones empresariales, sociales y mediáticas.
Visión	La Fundación Universitaria Compensar será reconocida como la institución educativa de referencia en la transformación del sector productivo.	Ser referentes en el desarrollo del sector productivo mediante la formación de comunicadores sociales con visión estratégica, ética, crítica, con habilidades en procesos de investigación, que garanticen la coherencia entre los problemas o fenómenos del sector productivo y las acciones comunicativas pertinentes.
Objeto de estudio	Ciencias Empresariales, Ingenierías, Comunicación, Ciencias Contables y Financieras, Ciencias sociales y de la Educación.	El Programa de Comunicación Social tiene como objeto de estudio la comunicación como proceso de producción de sentido intersubjetivo, estratégico, de gestión de relaciones, identidad, reputación y posicionamiento de las organizaciones.
Propósito de formación	La formación de líderes inspiradores, entendidos como gestores de cambio y promotores de transformaciones organizacionales, reconociendo la diferencia de las personas en cuanto a competencias, niveles de conocimiento y experiencias	El programa tiene como propósito formar profesionales líderes en procesos de comunicación en el sector productivo que fortalezcan el posicionamiento, la identidad y las relaciones de las organizaciones con sus diversos públicos. A través de una formación integral, el programa desarrolla conocimientos para la creación, gestión y análisis de contenidos digitales multicanal y multiplataforma, en contextos altamente cambiantes.

Fuente: Elaboración Propia

3.4.3. Etapa 3 – Perfiles de formación del programa

En coherencia con la apuesta institucional, la comunidad académica y educativa de la institución ha determinado los rasgos característicos de sus egresados, como efecto positivo del sello que imprime la acción formativa adelantada por la institución. Por tal motivo, el perfil del programa se enmarca en los perfiles institucionales de pregrado guardando la mayor coherencia entre nuestro sueño institucional y el del programa académico, así:



Tabla 20. Perfiles de programa

Perfil institucional	El graduado de la Fundación Universitaria Compensar es un profesional íntegro, capaz de entender y resolver problemas complejos mediante el uso de información diversa y el pensamiento crítico y creativo. Utiliza eficazmente las tecnologías de la información y comunicación para mejorar la productividad y el trabajo en equipo. Gestiona talento humano, recursos financieros y estructurales de manera eficiente para resolver problemas y satisfacer las necesidades del entorno. Genera y aplica ideas innovadoras para crear valor y mejorar procesos. Recoge, interpreta y evalúa datos para tomar decisiones informadas, y promueve el bienestar integral gestionando su salud física, mental, emocional y social. Con un fuerte compromiso con la calidad y la excelencia, los graduados de UCompensar aplican sus conocimientos de manera ética, contribuyendo al desarrollo de la sociedad.
Perfil del aspirante del programa	El aspirante al programa de Comunicación Social se perfila a partir de tres categorías, a saber: ▪ Conocimientos básicos: En lectura, escritura, oralidad, argumentación y lectura del contexto. ▪ Intereses: El aspirante al programa de Comunicación Social debe tener intereses en: Lectura, escritura, generación de contenido, disfrute de las tecnologías relacionadas con la producción mediática, sensibilidad en la comprensión de fenómenos sociales y en el conocimiento en interacción de diversas ciencias sociales. ▪ Capacidades, habilidades y aptitudes: Creatividad, trabajo en equipo, inquietud por el conocimiento, interés por la producción mediática, transmedial, análoga y digital. Capacidad de adaptación y recursividad frente a emergencias de cambios en el ecosistema comunicativo, creación de relatos, mensajes y narrativas. Autonomía, compromiso con la diversidad la inclusión y la dignidad humana.
Requisitos de ingreso	Los requisitos de ingreso al programa de Comunicación Social se encuentran en el reglamento estudiantil. El proceso de ingreso a los programas académicos de pregrado ofertados por la Fundación finalizará cuando el aspirante cumpla con las etapas de inscripción, selección, admisión y matrícula. Inscripción. Es el acto libre y voluntario mediante el cual el aspirante solicita admisión a uno de los programas académicos que oferta la Fundación. Requisitos de inscripción. La Fundación, a través del proceso de Admisiones y Registro establecerá los lineamientos de admisión institucional, los cuales serán publicados en la página web institucional. En todo caso, los aspirantes deberán acreditar los siguientes requisitos: - La presentación de las pruebas Saber 11 del ICFES (Instituto Colombiano para la Evaluación de la Educación) o el equivalente para extranjeros. - Título de bachiller o el equivalente obtenido en el exterior y convalidado según las normas legales vigentes. - Pagar los derechos de inscripción. Selección. Es el proceso académico administrativo implementado por la Fundación para definir si el aspirante inscrito cumple con las condiciones de ingreso. Admisión. Es el acto por el cual la Fundación autoriza al aspirante a matricularse en el programa académico al cual se presentó
Perfil de egreso del programa	El egresado del programa en Comunicación social de la Fundación Universitaria Compensar, 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 corporativa, en los sectores de medios, empresariales y sociales del país. En este sentido, el Comunicador Social de la Fundación Universitaria Compensar: - Produce contenidos comunicativos en diferentes formatos, lenguajes, narrativas y plataformas, con base en la incorporación de tecnologías emergentes. - Interpreta las informaciones y datos de la realidad para tomar decisiones frente a la publicación y gestión de contenidos comunicativos - Analiza las características y problemáticas de los procesos de comunicación en organizaciones, desde su naturaleza y estructura. - Genera procesos de relacionamiento entre diferentes públicos, actores y organizaciones sociales, entendiendo sus contextos pluriculturales. - Propone y dirige planes y proyectos de comunicación corporativa, institucional, empresarial y social, en equipos de trabajo, de acuerdo con principios de sostenibilidad - Desarrolla investigación aplicada en el área de la comunicación.

Fuente: Elaboración propia



A partir de los aspectos antes mencionados (Tablas 19 y 20), el programa de Comunicación Social de la Fundación Universitaria Compensar, desarrolla sus contenidos curriculares en tres componentes específicos o líneas de formación del campo amplio Ciencias Sociales, Periodismo y Comunicación de acuerdo con la clasificación CINE.

1. Línea de Formación en Generación de contenidos multiplataforma periodísticos y corporativos

Esta línea de formación se constituye en uno de los ejes transversales del plan de estudios en el componente disciplinar, orientada hacia el desarrollo, en los estudiantes, de capacidades para la generación de contenidos comunicativos en múltiples formatos, lenguajes, narrativas y plataformas, en coherencia con las dinámicas contemporáneas de los ecosistemas mediáticos y de comunicación organizacional. A través de esta línea, el estudiante comprende y domina los principios de la redacción y la producción comunicativa, reconoce los lenguajes y códigos propios de los diversos medios y plataformas, y articula técnicas, tendencias y metodologías emergentes para el diseño de contenidos periodísticos y corporativos bajo estándares éticos, técnicos y de innovación social.

Adicionalmente, esta línea integra referentes teóricos, metodológicos y prácticos del periodismo, la comunicación estratégica y la producción transmedia, favoreciendo el análisis crítico, la comprensión del contexto social, la responsabilidad comunicativa y la capacidad para narrar y comunicar diversidad de discursos y relatos hacia distintos tipos de audiencias, comunidades y actores estratégicos.

2. Línea de Formación en Comunicación y relacionamiento estratégico

La formación en esta línea está orientada hacia la cualificación de los comunicadores sociales de la UCompensar para la comprensión, diseño, gestión y evaluación de procesos de comunicación al interior de empresas, instituciones públicas, organizaciones sociales y actores del ecosistema empresarial y organizacional. Esta línea profundiza en enfoques y metodologías de diagnóstico organizacional, lectura estratégica del entorno, análisis del contexto y toma de decisiones comunicativas estratégicas. Se articula con los campos de la comunicación corporativa, la gestión de reputación, las relaciones públicas, los asuntos públicos, la diplomacia corporativa, la comunicación gubernamental, la comunicación para el desarrollo y el relacionamiento con grupos de interés (*stakeholders engagement*).

El programa de Comunicación Social de la UCompensar cuenta con trayectoria y experiencia en esta línea de formación y consolida su apuesta de formación en esta línea para fortalecer la capacidad del futuro profesional de implementar estrategias, iniciativas y acciones comunicativas responsables que incidan positiva y coherentemente con el cumplimiento de los propósitos organizacionales, aporten a la construcción de confianza, y contribuyan a la sostenibilidad social, relacional y reputacional de organizaciones y comunidades diversas que requieren la incorporación de la perspectiva comunicativa para el fortalecimiento de su quehacer.

3. Línea de aprendizaje experiencial (Laboratorios Vivos)

Esta línea de formación se enfoca en procesos de Aprendizaje Experiencial y se constituye en una apuesta innovadora y disruptiva del programa de Comunicación Social de la UCompensar, en tanto integra experiencias y ambientes de aprendizaje a través de procesos prácticos relacionados con el desarrollo de PIC, PA Y Retos empresariales en articulación con las necesidades del sector productivo y en consonancia con la apuesta institucional por las metodologías activas. En estos espacios académicos, el estudiante se involucra directamente en procesos de construcción de alternativas de solución a problemas de comunicación, relacionándose con organizaciones, empresas, instituciones públicas, comunidades y actores del contexto.



El objetivo de esta línea de formación es desarrollar capacidades en el estudiante para crear, producir y gestionar mensajes, contenidos e informaciones multiplataforma a partir de la interpretación de datos, el análisis crítico del contexto, la integración de tecnologías emergentes, y diseñar, implementar y evaluar iniciativas y estrategias de comunicación para la construcción de reputación, relaciones estratégicas de marca e identidad con los diversos stakeholders de las organizaciones, como resultado del diálogo y la interacción directa con las mismas y mediante experiencias orientadas por docentes que se integran para aunar esfuerzos y dar respuesta a los requerimientos del sector productivo y permitir que los estudiantes alcancen los resultados de aprendizaje propuestos desde la experiencia.

Las líneas de formación antes mencionadas, así como los cursos establecidos en el diseño curricular del Programa (Anexo 3.2), permiten que los graduados del pregrado de Comunicación Social den respuesta a las necesidades expresadas por diversos sectores del entorno productivo y, además, integren los saberes y competencias requeridos por el campo académico.

3.4.4. Etapa 4. Mapa de Competencias y Resultados de Aprendizaje

La estructura curricular que soporta el desarrollo de las competencias, habilidades y destrezas profesionales correspondientes al perfil de egreso, se fundamenta en la organización taxonómica que permite comprender la relación existente entre los siguientes componentes (Tabla 21).

Tabla 21. Elementos conceptuales que constituyen el Mapa de Competencias y Resultados de Aprendizaje.

ELEMENTOS CONCEPTUALES	DEFINICIÓN
COMPETENCIAS	Conjunto de conocimientos, actitudes, disposiciones y habilidades (cognitivas, socioafectivas y comunicativas), relacionadas entre sí para facilitar el desempeño flexible y con sentido de una actividad en contextos relativamente nuevos y retadores en el contexto profesional. Debe estar articulado con las líneas de formación del programa.
RESULTADO DE APRENDIZAJE	El Resultado de Aprendizaje es la forma como se logra evidenciar el desarrollo de las competencias y puede estar agrupado con cursos asociados a una misma línea de formación del programa
NIVEL DE DESEMPEÑO DEL RESULTADO DE APRENDIZAJE	Son los logros desarrollados por el estudiante, clasificados en niveles de complejidad que permiten garantizar que los diversos Resultados de Aprendizaje de la competencia se alcanzan en periodos específicos de tiempo. Suelen relacionarse con cada curso propuesto en el plan de estudio, según las líneas de formación del programa.
CRITERIOS	Son aspectos que se evalúan de manera longitudinal en la asignatura, en medio de una evaluación formativa (no exclusivamente con finalidad de calificación o cuantificación, sino de realimentación al estudiante) con carácter permanente y holístico (auto, co y heteroevaluación). Estos permiten verificar el nivel de logro alcanzado del Resultado de Aprendizaje; así, se establecen de manera general (mínimo 3 acorde a momentos evaluativos propios del sistema evaluativo).

Fuente: Elaboración Propia

Para el Comunicador Social de la UCompensar, el mapa de competencias (Anexo 3.2) se constituye de la siguiente manera, por líneas de formación disciplinar, en cuanto a la relación existente entre la competencia, los resultados de aprendizaje esperados, los cursos y los criterios:



Tabla 22. Línea de formación en Generación de contenidos multiplataforma periodísticos y corporativos.

COMPETENCIA	RESULTADO DE APRENDIZAJE (mínimo 1 - máximo 4)	NOMBRE DE CURSO	CRITERIOS (5)
Produce contenidos comunicativos en diferentes formatos, lenguajes, narrativas y plataformas con el fin de comunicar de manera oportuna, efectiva, pertinente y responsable la información y los mensajes que los diferentes tipos de públicos necesitan, basados en los principios de la redacción, la producción, lenguajes y narrativas, el contexto social y las últimas tendencias de la ecología de los medios y las tecnologías emergentes	Distingue las características y posibilidades comunicativas de los diferentes lenguajes y narrativas, para expresar ideas e informaciones y construir mensajes comunicativos multiplataforma, basados en el desarrollo y estudio de los lenguajes desde el arte hasta los medios de comunicación y las teorías de la narratología.	Taller de lenguajes y narrativas	CR1. Reconocer las diferentes formas de lenguaje y narrativas como formas de expresión y su incidencia en las prácticas comunicativas. CR2. Explicar la naturaleza de los diferentes lenguajes, sus relaciones forma-contenido y sus narrativas. CR3. Comprender las relaciones existentes entre medios, lenguajes, narrativas y el contexto comunicativo. CR4. Aplicar los principios, características y estructuras de los diferentes lenguajes y narrativas en la construcción de historias disruptivas y adaptadas a los contextos comunicativos requeridos.
		Expresión y comunicación	CR1. Analizar diferentes contextos comunicativos y selecciona los formatos, lenguajes y narrativas más adecuados para producir mensajes claros y pertinentes que respondan a las necesidades de distintos públicos de interés. CR2. Valorar la pertinencia de las prácticas comunicativas, considerando criterios de claridad, responsabilidad, ética y adaptabilidad a los contextos, plataformas y medios utilizados. CR3. Argumentar a través de diversos discursos y relatos sus ideas y perspectivas, con coherencia, consistencia y claridad.
		Redacción	CR1. Seleccionar el lenguaje, tono y registro textual adecuados según el propósito comunicativo, el medio, el tipo de público al que se dirige y las normas de producción textual. CR2. Integrar ideas propias y referencias externas de manera pertinente, demostrando capacidad para analizar, interpretar y sustentar información de forma responsable y ética. CR3. Aplicar estrategias de planificación, revisión y corrección en la elaboración de textos, evidenciando un proceso de mejora continua en la claridad y precisión de los mensajes. CR4. Adaptar un mismo contenido a diferentes formatos narrativos (cuento, ensayo, crónica, reseña, columna u otros), manteniendo la intención comunicativa y la coherencia del mensaje.
		Taller Escrituras creativas	CR1. Elaborar correctamente textos escritos en diferentes géneros, para informar verazmente sobre la realidad, comunicar y argumentar ideas y contar historias, haciendo uso de las normas ortográficas y gramaticales. CR2. Diferenciar los géneros literarios y no literarios. CR3. Construir textos en diferentes géneros con cohesión y coherencia. CR4. Narrar historias en diversidad de géneros y formatos.
		Taller de Narrativas Convergentes	CR1. Distinguir las características y posibilidades de los diferentes lenguajes y narrativas, en perspectiva de la convergencia mediática. CR2. Aplicar técnicas de narración y recursos expresivos en la elaboración de contenidos multiplataforma, evaluando la pertinencia, claridad y coherencia de los mensajes frente a las necesidades de distintos públicos y contextos comunicativos. CR3. Diseñar mensajes comunicativos originales que integren diversos lenguajes y narrativas, combinando elementos de arte, medios y teorías narrativas para generar contenidos innovadores, efectivos y responsables en entornos multiplataforma.
		Storytelling estratégico	CR1. Analizar las características, estructuras y funciones de los diferentes lenguajes y narrativas, en perspectiva del fortalecimiento de los procesos estratégicos de las organizaciones. CR2. Diseñar e implementar estrategias de comunicación en el entorno digital, de acuerdo con el contexto organizacional. CR3. Crear mensajes, contenidos y proyectos comunicativos con el Storytelling como estrategia para el fortalecimiento de la marca y la reputación organizacional.
		Diseño Básico	CR1. Identificar los elementos del diseño (conceptuales, visuales, de relación y prácticos, así como la clasificación del color, en la creación de composiciones visuales abstractas o figurativas con un alto grado de coherencia y equilibrio. CR2. Utilizar los fundamentos del diseño, como la repetición, la anomalía, la radiación entre otros, además la teoría del color en el proceso de creación de diseño, utilizando tanto herramientas análogas como digitales. CR3. Emplear la variación y visualización de la forma y la interacción del color en la creación de piezas visuales, incorporando diferentes clases de armonías y contrastes tonales para elaborar paletas cromáticas útiles en los propios diseños. CR4. Aplicar técnicas sintácticas del lenguaje visual y valor expresivo del color en el proceso de creación de piezas visuales. CR5. Realizar piezas visuales que apliquen los fundamentos del diseño y la teoría del color en cada una de las piezas producidas.





		Diseño Digital I	CR1. Identificar las propiedades técnicas de las imágenes vectoriales o de mapa de bits, así como sus cualidades y aplicaciones, dependiendo del dispositivo de salida (impreso o pantalla) y las características del proyecto. CR2. Utilizar herramientas de diseño y edición de imágenes, para crear, editar y manipular imágenes digitales en diferentes etapas del proceso de creación de piezas visuales. CR3. Crear y ajustar imágenes digitales para diferentes dispositivos de salida, considerando las características de formato, resolución y modelo de color necesarias para cada dispositivo. CR4. Aplicar imágenes vectoriales y mapas de bits en proyectos de comunicación visual, según las necesidades y las características del dispositivo de salida. CR5. Proponer piezas de diseño visual innovadoras que utilizan las dos clases de imágenes digitales de forma simultánea y que se ajustan a las exigencias de proyectos reales, según los estándares de publicación.
	Produce de manera clara, precisa y veraz, informaciones periodísticas multiplataforma en diferentes géneros, formatos, que den cuenta del acontecer y las problemáticas de la realidad, con el fin de consolidar una opinión pública informada capaz de tomar decisiones en la sociedad, basados en los estudios de periodismo, las experiencias, publicaciones y manuales de estilo de los diferentes medios.	Taller de periodismo	CR1. Aplicar los principios de la redacción periodística para elaborar textos informativos claros, coherentes y precisos, demostrando comprensión de las estructuras narrativas, los géneros periodísticos y las normas éticas que rigen la práctica profesional. CR2. Examinar críticamente las características y posibilidades comunicativas de los diferentes lenguajes y narrativas periodísticas, evaluando su pertinencia y eficacia según el público, el medio y el contexto sociocultural en el que se difunden los contenidos. CR3. Producir contenidos periodísticos multiplataforma, integrando recursos narrativos, audiovisuales y digitales de manera creativa, ética y responsable, para comunicar información relevante que contribuya a la comprensión de la realidad social.
		Taller de Entrevista y noticia	CR1. Identificar los elementos fundamentales de la noticia y la entrevista (fuente, lead, cuerpo, cierre, datos, cita, verificación). CR2. Explicar la diferencia entre géneros informativos e interpretativos en el periodismo narrativo y multiplataforma. CR3. Contrastar fuentes, datos y cifras para determinar su confiabilidad y relevancia para el relato periodístico. CR4. Producir piezas periodísticas multiplataforma (noticia y entrevista) que aportan valor público, contextualizan problemas y ayudan a comprender la realidad social.
		Taller de crónica y reportaje	CR1. Explicar la diferencia entre narración de hechos y construcción de escenas en la crónica. CR2. Analizar el concepto de contexto, profundidad y complejidad en el reportaje. CR3. Elaborar textos narrativos de crónica y reportaje en distintos formatos. CR4. Producir crónicas y reportajes multiplataforma con narrativa sólida, profundidad interpretativa, y aporte al debate público.
		Periodismo digital	CR1. Validar la información en la web y las redes para categorizar y compartir las informaciones de la realidad. CR2. Construir historias periodísticas para publicar en diferentes plataformas y medios digitales. CR3. Comprender las características particulares de los géneros periodísticos en el entorno digital. CR4. Producir informaciones periodísticas en diferentes lenguajes, formatos y plataformas en el marco de los procesos de comunicación digital
		Producción periodística	CR1. Integrar información verificada de fuentes primarias y secundarias, datos y material multimedia para producir una pieza periodística, manteniendo claridad, precisión y fidelidad a los hechos. CR2. Recolectar información de valor cuantitativa y cualitativa durante el proceso de reportería en multiplicidad de formatos. CR3. Planificar el proceso de trabajo de campo en el ejercicio periodístico, teniendo en cuenta todas las variables que inciden en este proceso (acceso fuentes, equipos, recursos financieros, tiempo). CR4. Producir contenido periodístico de calidad, multiplataforma y que resulte de procesos de consulta rigurosa a diversidad de fuentes.
	Construye mensajes e historias aprovechando las características y posibilidades comunicativas de los diferentes lenguajes y narrativas, con el fin de llegar de manera adecuada y responsable a los diferentes públicos, cumpliendo un objetivo comunicacional, basados	Sujeto, cuerpo y comunicación	CR1. Comprender las teorías que explican las nociones de sujeto y corporalidad desde la perspectiva de la comunicación. CR2. Analizar las representaciones de los sujetos y de la corporalidad en contextos mediáticos, sociales y culturales. CR3. Explicar la semiótica del cuerpo y de la comunicación encarnada CR4. Reflexionar ética, estética y políticamente sobre la corporalidad y la alteridad.
		Semiótica y cultura	CR1. Conocer los teóricos y planteamientos frente al estudio de los signos y los símbolos. CR2. Leer e interpretar textos visuales, audiovisuales y digitales. CR3. Interpretar discursos sociales a través de procesos culturales y de producción de sentido. CR4. Aplicar los principios de la semiótica a las prácticas culturales de la sociedad, para construir mensajes comunicativos de manera responsable y efectiva en diferentes lenguajes, narrativas, formatos y plataformas.



	en las teorías de la comunicación.	Ecología de medios	CR1. Comprender los desarrollos de los diferentes medios que integran el panorama de la comunicación a nivel global, con el fin de seleccionar con criterio y responsabilidad los medios correctos en los cuales deben circular los contenidos que construye con base en la teoría de la ecología de los medios. CR2. Explicar el cambio de paradigma entre los medios masivos y los nuevos medios, con suficiencia y claridad. CR3. Interpretar la manera en que los medios afectan la percepción, la comprensión, los sentimientos y los valores sociales e individuales. CR4. Analizar las características y alcances de los medios como ambientes y como especies.
		Opinión pública	CR1. Interpretar el surgimiento histórico de la opinión pública como un derecho ciudadano en las democracias modernas y su incidencia en los procesos de participación y gobernabilidad. CR2. Revisar los enfoques de estudio de la opinión pública como un campo interdisciplinar de las ciencias sociales. CR3. Esquematizar los actores de la opinión pública y su influencia en los Estados nación y en la geopolítica mundial (medios de comunicación, partidos políticos, encuestas de opinión y ciudadanía). CR4. Explicar los procesos de opinión pública en el marco de las sociedades altamente mediatizadas del siglo XXI.
		Investigación en Comunicación	CR1. Leer críticamente los fenómenos comunicativos del contexto que son la base para la construcción del problema en procesos de investigación en comunicación CR2. Reconocer las fuentes académicas, documentales y de campo pertinentes para el estudio de fenómenos comunicativos y mediáticos. CR3. Interpretar problemas sociales, culturales, organizacionales y mediáticos desde marcos teóricos y epistemológicos propios de la comunicación. CR4. Análisis e interpretación de la información CR5. Proponer proyectos de investigación aplicada o de innovación organizacional y en generación de contenidos que respondan a problemáticas comunicativas contemporáneas.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 23. Línea de Formación Comunicación y relacionamiento estratégico.

COMPETENCIA	RESULTADO DE APRENDIZAJE (mínimo 1- máximo 4)	NOMBRE DE CURSO	CRITERIOS (5)
Diseña procesos de comunicación estratégica en las empresas y organizaciones de todos los sectores, teniendo en cuenta su naturaleza, estructura, necesidades y problemáticas, para generar acciones comunicativas responsables, que contribuyan al mejoramiento de sus procesos encaminados al logro de metas y objetivos particulares, basados en la aplicación de metodologías de diagnóstico organizacional y una lectura juiciosa del contexto en el que dichas organizaciones se insertan.	Revisa los conceptos básicos que caracterizan los procesos de comunicación en las organizaciones, tanto internos como externos, para diagnosticar, analizar y consolidar planes de comunicación pertinentes para el desarrollo de la organización, basados en el estudio de las distintas teorías organizacionales de la comunicación y sus casos de aplicación.	Redes y contextos	CR1. Reconocer las tipologías de redes, flujos comunicativos y posibilidades de relacionamiento de las organizaciones (formales, informales, verticales, horizontales, digitales) con su entorno, CR2. Interpretar situaciones problemáticas sobre prácticas comunicativas en contextos organizacionales y sociales para establecer la importancia del relacionamiento estratégico de las organizaciones con el entorno. CR3. Analizar las redes formales e informales que inciden en los procesos de toma de decisiones y en la gestión del conocimiento de las organizaciones. CR4. Valorar la pertinencia y coherencia de los flujos comunicativos en relación con los objetivos estratégicos de la organización.
		Comunicación estratégica	CR1. Analizar críticamente los fundamentos conceptuales, teóricos y metodológicos de la comunicación estratégica y su papel en la gestión organizacional. CR2. Interpretar las necesidades, problemáticas y oportunidades comunicativas de las organizaciones, aplicando herramientas de análisis y lectura del contexto. CR3. Diseñar estrategias y planes de comunicación que respondan a los objetivos institucionales y promuevan relaciones responsables, coherentes y sostenibles entre la organización y sus públicos.
	Explica las implicaciones de la comunicación a lo largo de toda la estructura organizativa, sus actores, voceros, procesos y funciones, para coordinar con sentido ético, los	Comunicación, reputación y gobierno corporativo	CR1. Explicar los conceptos clave de comunicación interna, externa, reputación y gobierno corporativo, mostrando su valor en el alcance de las iniciativas estratégicas de las organizaciones. CR2. Evaluar la pertinencia de planes o estrategias de comunicación en relación con la reputación organizacional, considerando indicadores de imagen, confianza, legitimidad y relaciones con los stakeholders. CR3. Diseñar planes de comunicación interna, externa o de reputación que sean pertinentes a los contextos organizacionales específicos y a las particularidades de su gobierno corporativo.





	procesos comunicativos, productivos y de bienestar de las empresas, basados en los estudios de la gestión de la comunicación y sus aplicaciones	Gestión de la comunicación	CR1. Analizar las dimensiones de la comunicación en las organizaciones en relación con los planes de acción de la dirección empresarial. CR2. Generar procesos comunicativos pertinentes a la naturaleza propia de cada organización y sus metas y objetivos de producción. CR3. Evaluar los componentes de los procesos comunicativos dentro de las organizaciones y sus implicaciones en las iniciativas de transformación e innovación organizacional.
		Públicos, eventos y Relaciones Públicas	CR1. Diferenciar las características y posibilidades de los públicos que intervienen en los procesos de comunicación interna y externa de las organizaciones, para responder adecuadamente a sus necesidades específicas y generar procesos de relacionamiento, con base en teorías y modelos de las relaciones públicas. CR2. Comparar los elementos diferenciales entre los públicos, la opinión y las relaciones públicas. CR3. Identificar las características de los diferentes públicos, con relación a los objetivos de la estrategia comunicativa. CR4. Generar estrategias de relacionamiento en las organizaciones a partir de la identificación de públicos. CR5. Desarrollar diferentes acciones comunicativas dentro de la empresa, bajo lineamientos y protocolos, como eventos, planes de medios, redes y comunicaciones de manera responsable, encaminados al logro del cumplimiento de metas y objetivos de la organización.
		Comunicación interna y endomarketing	CR1. Analizar las dinámicas de comunicación interna de una organización, identificando fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora a partir de metodologías de diagnóstico organizacional. CR2. Diseñar estrategias y acciones de comunicación interna y endomarketing, alineadas a la cultura, misión, visión y objetivos de la organización, que promuevan la cohesión, el bienestar y la productividad. CR3. Evaluar e implementar planes de mejora en los procesos de comunicación interna y endomarketing, aplicando principios éticos, de responsabilidad organizacional y de gestión estratégica de la comunicación.
		Comunicación y gestión de crisis	CR1. Reconocer los factores de riesgo existentes en áreas estratégicas de la organización desde la perspectiva de la comunicación. CR2. Valorar las acciones que permiten anticipar las situaciones de riesgo para la organización, minimizando la posibilidad de afectación en el logro de los objetivos estratégicos definidos por las organizaciones. CR3. Realizar un plan de comunicación para la mitigación del riesgo existente y para el desarrollo de acciones en caso de ocurrencia de situaciones que afecten la reputación de las organizaciones.
	Ejecuta diferentes acciones comunicativas dentro de las organizaciones, bajo lineamientos y protocolos, como eventos, planes de medios, mapa de stakeholders, redes y comunicaciones de manera responsable, encaminados al logro del cumplimiento de metas y objetivos de la organización.	Comunicación estratégica de Marketing	CR1. Reconocer los factores de riesgo existentes en áreas estratégicas de la organización desde la perspectiva de la comunicación. CR2. Valorar las acciones que permiten anticipar las situaciones de riesgo para la organización, minimizando la posibilidad de afectación en el logro de los objetivos estratégicos definidos por las organizaciones. CR3. Realizar un plan de comunicación para la mitigación del riesgo existente y para el desarrollo de acciones en caso de ocurrencia de situaciones que afecten la reputación de las organizaciones.
		Comunicación, imagen y posicionamiento	CR1. Explicar la relación entre comunicación, imagen y posicionamiento en perspectiva de los contextos organizacionales. CR2. Describir la función de los planes de comunicación, las acciones de relacionamiento con stakeholders y los eventos en el fortalecimiento de la imagen y el posicionamiento organizacional. CR3. Analizar la coherencia entre las acciones comunicativas desarrolladas y el fortalecimiento de la imagen y el posicionamiento de la organización. CR4. Integrar herramientas digitales, redes sociales y medios en una estrategia comunicativa que incorpora la mirada de la comunicación estratégica digital.
		Proyectos estratégicos y prospectiva	CR1. Interpretar los conceptos fundamentales de la prospectiva y la planificación de la comunicación, reconociendo su importancia en los procesos estratégicos de las organizaciones. CR2. Demostrar capacidad para identificar tendencias, contextos y factores internos y externos que inciden en la toma de decisiones comunicativas. CR3. Diseñar propuestas de planificación comunicativa con aplicando metodologías de diagnóstico organizacional, análisis de tendencias, construcción de escenarios y análisis de stakeholders. CR4. Formular planes y estrategias para la adaptación de las nuevas tendencias a las necesidades organizacionales

Fuente: Elaboración Propia





Tabla 24. Línea de Formación Aprendizaje experiencial (Laboratorios Vivos)

COMPETENCIA	RESULTADO DE APRENDIZAJE (mínimo 1 - máximo 4)	NOMBRE DE CURSO	CRITERIOS (5)
Crea mensajes, contenidos e informaciones a partir de la interpretación, análisis y selección de datos, para su divulgación a los diferentes públicos sociales o empresariales, en contexto y con sentido crítico, a través de diferentes medios y plataformas y el relacionamiento permanente con las organizaciones y sus necesidades y basados en el estudio y desarrollo de metodologías de investigación adaptadas a los desarrollos digitales.	Elabora mensajes, contenidos y narrativas haciendo uso de todos sus elementos y características, para comunicarlos de manera ética por diferentes medios y plataformas, con base en una lectura crítica de la realidad y la aplicación de metodologías para la caracterización y el diagnóstico organizacional desde la perspectiva de la comunicación.	Laboratorio de Fotografía y realidad	CR1. Capturar y registrar imágenes de la realidad, a partir de las técnicas de la fotografía y de las teorías de la imagen fija. CR2. Interpretar la realidad a partir del lenguaje de la imagen fija sus principios y características. CR3. Producir piezas comunicativas a a partir de las imágenes fijas capturadas por la fotografía. CR4. Construir narraciones y relatos que incorporen la imagen fija y que respondan a necesidades comunicativas del entorno.
		Laboratorio de preproducción audiovisual	CR1. Elaborar un guion literario y técnico coherente con la narrativa propuesta y con la intencionalidad comunicativa determinada. CR2. Diseñar storyboard y animatic que representen la intención visual y comunicativa. CR3. Desarrollar un plan logístico, cronograma y presupuesto ajustados a la realidad de la producción audiovisual. CR4. Generar producciones audiovisuales coherentes con la etapa de preproducción y que cumplan con su objetivo en el marco del proyecto.
		Laboratorio de postproducción y medios	CR1. Aplicar los principios técnicos y narrativos de la postproducción audiovisual y sonora, garantizando coherencia entre el mensaje, el medio y el público objetivo. CR2. Diseñar productos comunicativos integrando herramientas digitales y recursos creativos que reflejen un manejo ético, estético y funcional de la comunicación mediática. CR3. Evaluar la eficacia y calidad de los productos finales mediante la revisión crítica de sus aspectos técnicos, narrativos y comunicativos, considerando su impacto en diferentes contextos organizacionales y sociales. CR4. Desarrollar productos audiovisuales de calidad que sean coherentes con las necesidades del entorno, de los medios y de las organizaciones.
	Realiza con creatividad, responsabilidad y conocimiento de la realidad organizacional productos audiovisuales, sonoros, escritos, digitales, para comunicar informaciones, contenidos o mensajes, teniendo como punto de partida las reflexiones propias de las Teorías de la Comunicación.	Laboratorio de Locución y Producción Sonora	CR1. Usar las posibilidades expresivas y comunicativas orales para llevar mensajes de realidad y con diferentes intencionalidades. CR2. Aplicar diferentes elementos del lenguaje sonoro para la producción de piezas comunicativas de la realidad. CR3. Producir proyectos de radio a partir de los diferentes formatos y practicas radiales. CR4. Generar iniciativas de producción radial de acuerdo con las necesidades del entorno y el sector productivo.
		Laboratorio de Podcast y narrativas sonoras	CR1. Diseñar guiones y estructuras narrativas sonoras coherentes, creativas y adecuadas al propósito comunicativo, al público objetivo y al formato seleccionado, aplicando los principios éticos y técnicos de la producción sonora. CR2. Producir y editar piezas de audio integrando recursos técnicos (voz, música, efectos, silencios) de manera efectiva, demostrando dominio del lenguaje radiofónico y del uso de herramientas digitales de postproducción. CR3. Evaluar críticamente los productos sonoros propios y ajenos, identificando fortalezas y aspectos de mejora en relación con la calidad técnica, la pertinencia comunicativa y el impacto narrativo del mensaje. CR4. Crear productos sonoros de calidad para responder a las necesidades del entorno.
		Laboratorio de Producción de contenidos digitales	CR1 Explicar cómo las teorías de la comunicación y de la narratología sustentan las decisiones narrativas, estéticas y técnicas en la producción de contenidos digitales. CR2 Aplicar los flujos de circulación, consumo e interacción en entornos digitales. CR3 Utilizar herramientas digitales (edición, animación, diseño, audio, redes) para la creación de contenidos innovadores y coherentes con el propósito comunicativo. CR4. Valorar la pertinencia de los contenidos frente a los públicos, medios y contextos donde serán difundidos. CR5. Crear productos comunicativos digitales multiplataforma que integran diversos lenguajes, formatos y medios con sentido estético y reflexivo.





		Laboratorio de comunicación inmersiva (RA, RV, IA)	CR1 Analizar los fundamentos teóricos y epistemológicos de la comunicación inmersiva. CR2. Revisar críticamente experiencias inmersivas existentes en RA, RV e IA. CR3. Integrar a los proyectos narrativos inmersivos herramientas de apoyo de IA. CR3. Diseñar narrativas interactivas aplicadas a entornos VR/AR/MR. CR4. Evaluar el impacto ético, cultural y social de las experiencias inmersivas. CR5. Crear experiencias narrativas inmersivas con base en los requerimientos de las organizaciones.
	Proyecta nuevas propuestas, planes o proyectos en medios y organizaciones, para generar posibilidades de innovación y transformación en la formulación de soluciones de comunicación en la sociedad y el sector productivo, a partir de la creación de mensajes comunicativos éticos, creativos y de calidad.	Comunicación para el cambio social	CR1. Comprender las teorías y experiencias que abordan la comunicación como un motor de cambio y transformación social y su responsabilidad frente a las problemáticas sociales y de las comunidades, basado en estudios, teorías y experiencias de la comunicación para el cambio social. CR2. Apropiar las teorías de la comunicación desarrolladas desde el concepto de cambio social. CR3. Analizar los escenarios sociales y las posibilidades de autogestión desde las comunidades. CR4. Conocer las fases de los procesos de autogestión social, proyectados desde la comunicación para el cambio social.
	Busca y valida datos en diferentes fuentes responsablemente, a partir de su selección, organización y análisis, para construir nuevos mensajes e informaciones, basado en el estudio de las herramientas de análisis de investigación social y digital para la toma de decisiones.	Taller de Visualización de datos y toma de decisiones	CR1. Aplicar técnicas avanzadas de análisis de datos para resolver problemas complejos y extraer información pertinente. CR2. Realizar análisis estadístico y visualización de datos para identificar tendencias y patrones. CR3. Interpretar resultados que contribuyan con la toma de decisiones para establecer oportunidades de mejora y/o soluciones en determinados contextos
		Analítica de datos	CR1. Planificar la búsqueda de datos digitales y análogos, de acuerdo con unos objetivos y parámetros. CR2. Interpretar, seleccionar y analizar la información y datos encontrados con base en objetivos y parámetros. CR3. Construir bases de datos y fuentes de información a partir del análisis de datos.
		Diseño UX - UI	CR1. Diseñar productos comunicativos que proporcionen una experiencia de usuario positiva y accesible, considerando tanto la facilidad de uso y la navegación clara como las necesidades de diversidad de los usuarios, incluyendo la identificación y abordaje de barreras de accesibilidad. CR2. Crear soluciones considerando las preferencias y comportamientos de los usuarios, mediante investigaciones y realimentación constante. CR3. Diseñar, aplicando principios de diseño para comunicar clara y persuasivamente los beneficios del diseño inclusivo generando conciencia sobre su importancia, especialmente en Colombia. CR4. Diseñar e implementar interfaces accesibles y evaluar críticamente la inclusividad de las soluciones de diseño para su mejora continua. CR5. Evaluación de diseños según estándares de accesibilidad y protocolos web normativos, así como los principios de diseño inclusivo y responsivo, integrando elementos de diseño para una experiencia de usuario satisfactoria e inclusiva.

Fuente: Elaboración Propia





En el programa de Comunicación Social, el mapa de competencias se configura por líneas de formación disciplinar como se muestra en la Tabla 26. En esta tabla, también, es posible observar la relación existente entre la competencia, los resultados de aprendizaje esperados y los niveles de desempeño de los resultados de aprendizaje.

Tabla 26. Niveles de desempeño esperados por resultado de aprendizaje

LÍNEAS DE FORMACIÓN	COMPETENCIA	RESULTADO DE APRENDIZAJE (mínimo 1 - máximo 4)	NIVELES DE DESEMPEÑO - RESULTADO DE APRENDIZAJE			
			1	2	3	4
Generación de contenidos multiplataforma periodísticos y corporativos	Produce contenidos comunicativos en diferentes formatos, lenguajes, narrativas y plataformas con el fin de comunicar de manera oportuna, efectiva, pertinente y responsable la información y los mensajes que los diferentes tipos de públicos necesitan, basados en los principios de la redacción, la producción, lenguajes y narrativas, el contexto social y las últimas tendencias de la ecología de los medios y las tecnologías emergentes	Distingue las características y posibilidades comunicativas de los diferentes lenguajes y narrativas, para expresar ideas e informaciones y construir mensajes comunicativos multiplataforma, basados en el desarrollo y estudio de los lenguajes desde el arte hasta los medios de comunicación y las teorías de la narratología.	Reconoce y describe los distintos lenguajes, narrativas y formatos, identificando sus características, elementos centrales y su relación con los contextos comunicativos en los que se enmarcan. Muestra comprensión elemental de los principios de redacción, argumentación y expresión, aunque aún requiere acompañamiento para aplicar los conceptos a situaciones reales de comunicación.	Aplica de manera guiada los principios de los lenguajes, narrativas y formatos de comunicación en la creación de mensajes coherentes y pertinentes para distintos públicos, con base en la intencionalidad comunicativa determinada. Utiliza herramientas básicas de redacción, argumentación y narración, adaptando parcialmente sus contenidos a los medios y plataformas, con comprensión creciente de la ética y la responsabilidad comunicativa.	Integra de forma autónoma distintos lenguajes, narrativas, formatos y recursos expresivos en la producción de contenidos comunicativos multiplataforma. Demuestra criterio para seleccionar el tono, el formato y la herramienta adecuada según el propósito comunicativo, el contexto y el público. Aplica estrategias de revisión, diseño y adaptación con coherencia, creatividad y claridad.	crea, diseña y evalúa proyectos comunicativos innovadores que combinan de manera efectiva y pertinente los lenguajes, narrativas y tecnologías emergentes. Produce contenidos estratégicos, éticos y responsables, capaces de fortalecer la comunicación periodística o corporativa. Muestra dominio técnico, sensibilidad estética y capacidad de liderazgo creativo en entornos colaborativos y convergentes.
		Produce de manera clara, precisa y veraz, informaciones periodísticas multiplataforma en diferentes géneros, formatos, que den cuenta del acontecer y las problemáticas de la realidad, con el fin de consolidar una opinión pública informada capaz de tomar decisiones en la sociedad, basados en los estudios de periodismo, las experiencias, publicaciones y manuales de estilo de los diferentes medios.	Reconoce y describe los principios fundamentales del periodismo, los géneros informativos y las estructuras básicas de la redacción periodística con base en referentes del campo. Identifica las partes de una noticia o entrevista (fuentes, lead, cuerpo, cierre), y comprende la importancia de la verificación y la ética, aunque requiere orientación para aplicarlos de forma coherente en sus textos.	Aplica los principios de la redacción y la reportería en la elaboración de textos periodísticos sencillos y coherentes. Selecciona fuentes, contrasta información y utiliza formatos básicos (noticia, entrevista o crónica breve) con claridad y pertinencia. Empieza a incorporar elementos digitales o visuales en la difusión de sus contenidos, demostrando responsabilidad comunicativa y comprensión del contexto social.	Integra de manera autónoma y crítica distintos lenguajes y narrativas periodísticas en la producción de contenidos multiplataforma (texto, audio, video, infografía, redes sociales). Realiza procesos rigurosos de reportería y verificación, combina recursos narrativos y audiovisuales, y adapta el mensaje a las características del medio, la audiencia y el contexto. Evidencia claridad, ética, profundidad interpretativa y dominio técnico.	Produce, evalúa y gestiona proyectos periodísticos innovadores que combinan diversas narrativas, géneros y plataformas con alta calidad técnica y valor público. Lidera procesos de producción colaborativa, incorpora tecnologías emergentes, analiza críticamente los fenómenos sociales y comunica con rigor, creatividad y compromiso ético, contribuyendo a la formación de una opinión pública informada y plural.





		Analiza, interpreta y produce contenidos comunicativos que integran reflexiones críticas sobre el sujeto, el cuerpo, la cultura y los medios, comprendiendo las transformaciones de la comunicación en contextos sociales, culturales y tecnológicos. Aplica fundamentos teóricos, semióticos y metodológicos para leer y representar los fenómenos comunicativos contemporáneos, reconociendo su dimensión ética, estética y política, con el fin de contribuir a la construcción de una opinión pública informada y responsable en entornos multiplataforma.	Reconoce y describe conceptos fundamentales sobre el sujeto, el cuerpo, los signos, los medios y la opinión pública. Identifica teorías y categorías básicas de la comunicación, la semiótica y la cultura, comprendiendo de forma general las transformaciones sociales y tecnológicas. Su aproximación es principalmente descriptiva y requiere acompañamiento para vincular los conceptos con análisis críticos o aplicaciones prácticas.	Analiza y explica las relaciones entre comunicación, cultura, cuerpo y medios, aplicando fundamentos teóricos y semióticos en la lectura de fenómenos comunicativos. Interpreta discursos mediáticos, culturales y sociales, reconociendo las implicaciones éticas y estéticas de las representaciones. Empieza a integrar perspectivas teóricas con observación crítica y demuestra comprensión del papel de la opinión pública en los procesos sociales contemporáneos.	Interpreta críticamente los fenómenos comunicativos y mediáticos desde enfoques interdisciplinarios, utilizando teorías de la semiótica, la ecología de los medios y la comunicación encarnada. Aplica metodologías de análisis cualitativo o cuantitativo para estudiar representaciones del sujeto, la corporalidad y la cultura. Produce reflexiones o contenidos comunicativos que evidencian pensamiento crítico, rigor conceptual y sensibilidad ética ante los procesos culturales y mediáticos.	Produce, argumenta y comunica con autonomía y profundidad análisis y contenidos que integran teoría, método y reflexión crítica sobre la comunicación, el cuerpo, la cultura y los medios en contextos globales y locales. Diseña proyectos investigativos o comunicativos que incorporan principios éticos, estéticos y políticos, promoviendo una opinión pública informada y responsable. Evidencia liderazgo académico, dominio teórico y capacidad para generar conocimiento o propuestas innovadoras en entornos multiplataforma.
Comunicación y Relaciónamiento estratégico	Diseña procesos de comunicación estratégica en las empresas y organizaciones de todos los sectores, teniendo en cuenta su naturaleza, estructura, necesidades y problemáticas, para generar acciones comunicativas responsables, que contribuyan al mejoramiento de sus procesos encaminados al logro de metas y objetivos particulares, basados en la aplicación de metodologías de diagnóstico organizacional y una lectura juiciosa del contexto en el que dichas organizaciones se insertan.	Revisa los conceptos básicos que caracterizan los procesos de comunicación en las organizaciones, tanto internos como externos, para diagnosticar, analizar y consolidar planes de comunicación pertinentes para el desarrollo de la organización, basados en el estudio de las distintas teorías organizacionales de la comunicación y sus casos de aplicación.	Reconoce y describe los conceptos fundamentales de la comunicación estratégica, identificando los tipos de comunicación interna y externa, así como los elementos básicos de la reputación y el gobierno corporativo. Comprende de forma general las dinámicas comunicativas dentro de las organizaciones, aunque requiere orientación para vincular teoría, contexto y práctica.	Analiza las dinámicas comunicativas de las organizaciones, identificando redes formales e informales, flujos de información y actores clave. Interpreta las necesidades y problemáticas comunicativas, aplicando fundamentos teóricos y metodológicos en diagnósticos organizacionales. Empieza a formular estrategias básicas que evidencian coherencia con los objetivos institucionales y los contextos en los que opera la organización.	Produce, argumenta y comunica con autonomía y profundidad análisis y contenidos que integran teoría, método y reflexión crítica sobre la comunicación, el cuerpo, la cultura y los medios en contextos globales y locales. Diseña proyectos investigativos o comunicativos que incorporan principios éticos, estéticos y políticos, promoviendo una opinión pública informada y responsable. Evidencia liderazgo académico, dominio teórico y capacidad para generar conocimiento o propuestas innovadoras en entornos multiplataforma.	Gestiona procesos estratégicos de comunicación organizacional, integrando herramientas de diagnóstico, planificación, ejecución y evaluación. Diseña y aplica planes de comunicación complejos que fortalecen la reputación, el gobierno corporativo y las relaciones institucionales en entornos cambiantes y pluriculturales. Propone soluciones innovadoras y sostenibles que articulan los objetivos de la organización con las necesidades de sus públicos, mostrando pensamiento crítico, visión estratégica y responsabilidad social.
		Explica las implicaciones de la comunicación a lo largo de toda la estructura organizativa, sus actores, voceros, procesos y funciones, para coordinar con sentido ético, los procesos comunicativos, productivos y de bienestar de las empresas, basados en los	Reconoce y describe los conceptos fundamentales de la gestión de la comunicación, los públicos de interés, la comunicación interna y la gestión de crisis. Identifica los actores, voceros y procesos comunicativos dentro de las organizaciones, comprendiendo de forma general su papel en el funcionamiento	Analiza las dinámicas comunicativas en distintos niveles organizacionales, identificando fortalezas y debilidades en los procesos internos y externos. Diferencia los tipos de públicos y aplica modelos de relaciones públicas para proponer acciones de	Diseña estrategias y planes de comunicación organizacional, interna y de relacionamiento, alineados con la misión, visión y metas de la organización. Integra acciones de endomarketing, comunicación de crisis y eventos institucionales, utilizando metodologías de diagnóstico y planificación. Evalúa la pertinencia y coherencia de las	Gestiona procesos de comunicación estratégica complejos, articulando comunicación interna, externa, reputacional y de crisis en función del bienestar, la productividad y la sostenibilidad organizacional. Diseña, ejecuta y evalúa planes integrales de comunicación con visión sistémica, anticipando riesgos, gestionando crisis y fortaleciendo la reputación institucional. Actúa con autonomía, pensamiento crítico y compromiso ético,





		estudios de la gestión de la comunicación y sus aplicaciones.	empresarial. Requiere acompañamiento para vincular teoría y práctica en contextos organizacionales reales.	relacionamiento coherentes con la cultura y los objetivos institucionales. Reconoce factores de riesgo comunicativo y valora su impacto potencial, demostrando responsabilidad y criterio ético en su análisis.	estrategias frente a los públicos y contextos, aplicando principios éticos y de gestión responsable.	generando impacto positivo en la cultura y la transformación organizacional.
		Ejecuta diferentes acciones comunicativas dentro de las organizaciones, bajo lineamientos y protocolos, como eventos, planes de medios, mapa de stakeholders, redes y comunicaciones de manera responsable, encaminados al logro del cumplimiento de metas y objetivos de la organización.	Reconoce los fundamentos de la comunicación estratégica y del marketing organizacional, identificando los elementos esenciales del branding, la planificación y la imagen corporativa. Requiere acompañamiento para comprender la relación entre las acciones comunicativas y los objetivos institucionales, y presenta limitaciones en el uso de metodologías de diagnóstico o análisis de contexto.	Aplica conceptos y herramientas básicas de la comunicación estratégica para diseñar acciones comunicativas acordes a las necesidades organizacionales. Identifica públicos, medios y narrativas pertinentes, demostrando comprensión del posicionamiento y de la gestión ética de la imagen institucional. Aunque sus estrategias son funcionales, aún carecen de integración entre análisis prospectivo, planeación y evaluación de impacto.	Integra de manera coherente las dimensiones de la comunicación estratégica, el marketing, la imagen y la planificación, articulando propuestas comunicativas sólidas y adaptadas al contexto organizacional. Diseña e implementa planes de medios, eventos o estrategias de relacionamiento con base en diagnósticos y mapas de stakeholders, aplicando principios de responsabilidad y coherencia ética.	Diseña, ejecuta y evalúa acciones comunicativas estratégicas de alto impacto, alineadas con la misión, visión y cultura organizacional. Demuestra dominio en la prospectiva y planificación comunicativa, anticipando escenarios, gestionando riesgos y fortaleciendo el posicionamiento institucional mediante estrategias innovadoras, sostenibles y éticamente responsables. Sus propuestas evidencian liderazgo, creatividad y visión estratégica integral.
Aprendizaje experiencial. Laboratorios vivos	Crea mensajes, contenidos e informaciones a partir de la interpretación, análisis y selección de datos, para su divulgación a los diferentes públicos sociales o empresariales, en contexto y con sentido crítico, a través de diferentes medios y plataformas y el relacionamiento permanente con las organizaciones y sus necesidades y basados en el estudio y desarrollo de metodologías de investigación adaptadas a los desarrollos digitales.	Elabora mensajes, contenidos y narrativas haciendo uso de todos sus elementos y características, para comunicarlos de manera ética por diferentes medios y plataformas, con base en una lectura crítica de la realidad y la aplicación de metodologías para la caracterización y el diagnóstico organizacional desde la perspectiva de la comunicación.	Reconoce los fundamentos técnicos y narrativos de la fotografía, la preproducción y la postproducción audiovisual, aplicándolos de manera guiada en ejercicios sencillos de captura, guion y edición. Muestra comprensión elemental de la comunicación visual y de los procesos digitales, aunque con limitaciones en coherencia y profundidad conceptual.	Aplica las técnicas fotográficas, narrativas y audiovisuales en proyectos comunicativos básicos, demostrando capacidad para interpretar la realidad y organizar procesos de preproducción y postproducción con cierta autonomía. Los productos realizados evidencian intención comunicativa clara, aunque requieren ajustes en cohesión, lenguaje visual y pertinencia ética.	Integra los conocimientos técnicos, narrativos y de gestión en la producción de mensajes y contenidos audiovisuales y fotográficos pertinentes para distintos públicos y contextos. Emplea metodologías de diagnóstico y herramientas digitales para garantizar coherencia entre el mensaje, el medio y el propósito comunicativo, mostrando sentido crítico y estético en sus productos.	Crea y evalúa productos comunicativos integrales que reflejan una interpretación crítica y ética de la realidad, articulando de manera experta la fotografía, la narrativa audiovisual y la postproducción digital. Sus piezas muestran innovación, rigor técnico, estética consolidada y alto impacto comunicativo, evidenciando dominio de la gestión estratégica y de los procesos creativos en entornos reales de comunicación.





		Realiza con creatividad, responsabilidad y conocimiento de la realidad organizacional productos audiovisuales, sonoros, escritos, digitales, para comunicar informaciones, contenidos o mensajes, teniendo como punto de partida las reflexiones propias de las Teorías de la Comunicación.	reconoce los fundamentos teóricos y técnicos de la comunicación audiovisual y sonora, comprendiendo los elementos básicos del lenguaje oral, visual y sonoro. Participa en la creación de piezas comunicativas con acompañamiento, demostrando disposición y curiosidad, aunque con limitado dominio técnico y narrativo. Su comprensión de la relación entre medios, públicos y mensajes es incipiente y requiere orientación constante.	Aplica los elementos expresivos del lenguaje sonoro y audiovisual en la elaboración de productos comunicativos, utilizando herramientas digitales de manera funcional. Diseña guiones, estructuras narrativas o productos básicos de radio, podcast o video, reflejando creatividad y pertinencia frente al propósito comunicativo. Muestra comprensión del contexto organizacional y ético, pero requiere fortalecer la cohesión narrativa y el manejo técnico avanzado.	Produce con autonomía contenidos sonoros, audiovisuales y digitales de alta calidad técnica y narrativa, aplicando los principios éticos, comunicativos y estéticos de las teorías de la comunicación. Integra equipos técnicos y creativos, coordina procesos de producción y demuestra dominio de los recursos expresivos del lenguaje sonoro, visual y digital. Analiza críticamente sus resultados y ajusta sus estrategias según el impacto comunicativo y el contexto de difusión.	Diseña, dirige y evalúa proyectos comunicativos innovadores que combinan medios sonoros, audiovisuales, digitales e inmersivos (RA, RV, IA), demostrando liderazgo, creatividad y pensamiento crítico. Sus producciones revelan un manejo integral de los lenguajes mediáticos, una visión ética y reflexiva sobre la realidad organizacional y la capacidad de generar experiencias inmersivas con impacto cultural y social positivo. Se desempeña con autonomía profesional en todas las fases de producción y evaluación.
		Proyecta nuevas propuestas, planes o proyectos en medios y organizaciones, para generar posibilidades de innovación y transformación en la formulación de soluciones de comunicación en la sociedad y el sector productivo, a partir de la creación de mensajes comunicativos éticos, creativos y de calidad	Reconoce las necesidades comunicativas y problemáticas sociales presentes en las organizaciones y comunidades, identificando de manera general los conceptos de innovación, cambio social y responsabilidad comunicativa. Requiere acompañamiento para aplicar métodos de diagnóstico o relacionar teorías con la práctica, y sus propuestas presentan un enfoque descriptivo más que estratégico.	Aplica herramientas básicas de diagnóstico y análisis comunicativo para identificar oportunidades de mejora en contextos organizacionales o comunitarios. Formula propuestas iniciales de comunicación con sentido ético y creativo, sustentadas en teorías del cambio social. Participa en la planeación de estrategias o proyectos, aunque requiere fortalecer la coherencia entre objetivos, acciones y evaluación de resultados.	Diseña e implementa proyectos comunicativos estratégicos y socialmente responsables, integrando diagnósticos precisos, teorías de la comunicación para el cambio social y metodologías de planeación y evaluación. Sus propuestas promueven la innovación y la transformación organizacional o comunitaria, mostrando un manejo adecuado de los recursos comunicativos, la coordinación de equipos y la gestión ética del impacto social.	Crea, gestiona y evalúa proyectos comunicativos transformadores que articulan de manera integral las dimensiones organizacionales, sociales y comunitarias. Innova en el uso de medios, narrativas y metodologías participativas, proponiendo soluciones sostenibles que fortalecen la autogestión y el empoderamiento de los públicos. Demuestra una comprensión profunda de la comunicación como eje de desarrollo social, con enfoque ético, crítico y prospectivo.
		Busca y valida datos en diferentes fuentes responsablemente, a partir de su selección, organización y análisis, para construir nuevos mensajes e informaciones, basado en el estudio de las herramientas de análisis de investigación social y digital para la	Reconoce los fundamentos del análisis y la búsqueda de datos, identificando fuentes de información confiables y comprendiendo la importancia de la ética en el manejo de la información. Requiere acompañamiento para interpretar los datos y	Aplica herramientas básicas para la recolección, análisis y organización de datos, seleccionando fuentes pertinentes y utilizando principios iniciales de visualización y diseño UX/UI. Construye mensajes o propuestas comunicativas fundamentadas en los datos y reconoce la relevancia de la accesibilidad y la inclusión en los	Integra análisis de datos, visualización y diseño centrado en el usuario para desarrollar productos comunicativos innovadores y éticamente responsables. Diseña e implementa soluciones digitales accesibles y basadas en la evidencia, considerando la diversidad de públicos y aplicando	Implementa procesos de investigación, análisis y diseño de soluciones comunicativas basadas en datos, demostrando dominio en la interpretación crítica y la toma de decisiones informadas. Crea productos digitales accesibles, usables e inclusivos, ajustados a estándares internacionales y con visión social, ética y estratégica. Propone innovaciones en





		toma de decisiones.	relacionarlos con los procesos comunicativos o de diseño digital, mostrando una comprensión inicial del concepto de accesibilidad y experiencia de usuario.	entornos digitales. Sus productos son funcionales, aunque con limitaciones en profundidad analítica y coherencia visual.	principios de diseño inclusivo y responsivo. Evalúa de manera crítica la pertinencia y efectividad de los mensajes generados a partir de la información procesada.	visualización y diseño UX/UI que optimizan la comunicación organizacional y promueven la transformación digital
--	--	---------------------	---	--	--	---

Fuente: Elaboración Propia

3.4.1. Formación Disciplinar Profesional

Como se ha señalado en líneas anteriores, el programa de Comunicación Social desarrolla sus contenidos curriculares en tres componentes específicos o líneas de formación a saber: **Generación de contenidos multiplataforma periodísticos y corporativos, Comunicación y relacionamiento estratégico y Aprendizaje experiencial (Laboratorios Vivos)**. Cada una de estas líneas está configurada por espacios académicos que responden a la competencia de la línea de formación. Ahora bien, cada línea de formación tiene una competencia y cada competencia cuenta con 2, 3 o 4 resultados de aprendizaje, a su vez, cada resultado de aprendizaje tiene 3 espacios académicos generando red de lo macro a lo micro y denominado mapa de competencias que se articula con el análisis funcional y el perfil de egreso declarado por el programa de Comunicación Social en el Anexo 3.2.

3.4.1.1. Formación Transversal – Identidad Institucional

La Fundación Universitaria Compensar ha definido seis competencias que estructuran el perfil del egresado de la institución y representan el sello de formación de la universidad. Estas competencias se centran en el conocimiento académico y abarcan aspectos socioemocionales y habilidades prácticas necesarias para el éxito personal y profesional en el mundo actual. El desarrollo de estas competencias se considera fundamental en la formación integral de los estudiantes:

Pensamiento complejo: es la habilidad para comprender y abordar problemas o situaciones intrincados y multifacéticos. Implica la capacidad de analizar, sintetizar y evaluar información de diversas fuentes y perspectivas, así como la capacidad de manejar la incertidumbre, la ambigüedad y la complejidad.

Integración tecnológica y digital: es la capacidad de utilizar de manera efectiva las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para alcanzar objetivos personales, académicos, profesionales o sociales. Implica conocer y comprender las tecnologías disponibles y poder utilizarlas de manera apropiada y eficiente en diferentes contextos y situaciones.

Habilidades para la productividad y la empleabilidad: Conjunto de capacidades, conocimientos y habilidades que permiten a las personas y organizaciones ser más efectivas, eficientes y exitosas en sus actividades y procesos en entornos altamente dinámicos, competitivos y cambiantes.

Innovación y creatividad: es la capacidad de generar ideas nuevas, únicas y significativas, así como la habilidad para convertir esas ideas en soluciones prácticas y efectivas para abordar problemas, mejorar procesos o crear valor en diversos contextos.



Analítica y toma de decisiones: Es la capacidad de recopilar, interpretar y evaluar datos e información relevante para tomar decisiones informadas y efectivas en un contexto dado.

Bienestar y formación integral: desarrollo y promoción de un estado de bienestar físico, mental, emocional y social, así como al crecimiento personal y profesional continuo en diversas áreas de la vida.

Cada una de las etapas de este proceso educativo está diseñada para construir sobre la anterior, asegurando una progresión coherente y acumulativa de habilidades. Desde el pensamiento lógico y complejo inicial hasta la aplicación avanzada de tecnologías y habilidades de productividad, cada competencia se articula para proporcionar al egresado elementos diferenciadores para la construcción de un perfil integral y versátil.

3.4.1.2. Formación Integral

El Bienestar Integral como referente fundamental dentro de la propuesta educativa de la Fundación Universitaria Compensar se asume desde el enfoque de Manfred Max Neef, el cual es comprendido de la propuesta del "Desarrollo a Escala Humana". Este enfoque es una crítica al paradigma dominante del desarrollo económico centrada en el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) como medida de progreso. A diferencia de ello, Max Neef establece un enfoque holístico y complejo, el cual se centra de manera particular en las personas, buscando así un Bienestar Integral, y toma como referencia las dimensiones económicas, sociales, culturales y ambientales del desarrollo.

El “desarrollo a escala humana” se presenta como un enfoque de desarrollo que promueve **la equidad, la participación democrática, la justicia social y la sostenibilidad ambiental**. Dicha propuesta de desarrollo reconoce la diversidad de contextos culturales y sociales; bajo esta base, establece soluciones concretas a las **necesidades universales** en perspectiva de las realidades locales de los diferentes pueblos. El desarrollo a escala humana propone la articulación de tres elementos, los cuales, buscan combinar referentes de tipo social, político, económico y cultural, en varios niveles sociales (micro, meso y macro).

Tal desarrollo se concentra y sustenta en la satisfacción de las necesidades humanas fundamentales, en la generación de niveles crecientes de autodependencia y en la articulación orgánica de los seres humanos con la naturaleza y la tecnología, de los procesos globales con los comportamientos locales, de lo personal con lo social, de la planificación con la autonomía y de la sociedad civil con el Estado. (Manfred Max-Neef, Antonio Elizalde y Martín Hopenhayn. 1986, p: 12).

Según Max Neef, respecto al referente de -necesidades humanas-, el Bienestar Integral se logra cuando estas (necesidades humanas fundamentales - generales) se satisfacen de manera equilibrada y armoniosa, individual y colectiva. A su vez, argumenta que el desarrollo económico y social debe estar orientado a dar respuesta adecuada y efectiva a dichas necesidades fundamentales, y no únicamente a generar riqueza económica en términos materialistas.

Bajo esta perspectiva, la UCompensar realiza una apuesta por el desarrollo humano y social desde una visión de “Bienestar Integral”, dado que reconoce la importancia de establecer relaciones articuladas entre las dimensiones personal, social, económica, cultural y ambiental a nivel micro, meso y macro, abogando por la formación de sus estudiantes, colaboradores y grupo de interés bajo un enfoque integral, competitivo, articulado y situado con el contexto social local, regional y global.

De tal suerte, la formación que ofrece la UCompensar pasa por un reconocimiento de saberes, experiencias y trayectorias de los estudiantes, los cuales se constituyen en la base para la configuración

de competencias disciplinares, genéricas y transversales (institucionales) asociadas al trabajo (campo laboral) y el desarrollo de habilidades desde el plano de la vida familiar y social (ciudadana).

3.4.1.3. Malla Curricular

En la figura 20 se encuentra la representación gráfica que contiene de manera integrada y articulada, el tejido vertical y horizontal del diseño curricular del programa académico Anexo 3.2.

Figura 20. Malla curricular programa de Comunicación Social.

COMUNICACIÓN SOCIAL								
Componentes	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4	Semestre 5	Semestre 6	Semestre 7	Semestre 8
Profesional - Disciplinar específico	Diseño Básico 4TP	Diseño Digital I 3TP						
	Taller de Lenguajes y Narrativas 2TP	Taller de Escrituras creativas 2TP	Taller de Narrativas convergentes 2TP	Taller de Periodismo 3TP	Taller de noticia y entrevista 3TP	Taller de Crónica y Reportaje 2TP	Taller de Visualización de datos y toma de decisiones 3TP	
	Expresión y comunicación 2TP	Redacción 2TP	Storytelling estratégico 2TP	Opinión Pública 2TP		UX/UI 2TP	Comunicación para el cambio social 2TP	
	Sujeto, Cuerpo y Comunicación 2TP		Semiotica y cultura 2P	Ecología de medios 2TP			Investigación en Comunicación 2TP	
	Laboratorio de Fotografía y Realidad 3P	Laboratorio de pre-producción audiovisual 3P	Laboratorio de postproducción y medios 3P	Laboratorio de locución y producción sonora 3P	Laboratorio de podcast y narrativas sonoras 3P	Laboratorio de producción de contenidos digitales 3P	Laboratorio de comunicación inmersiva (RA, RV, IA) 3P	
	Redes y contextos 2TP		Comunicación estratégica 2TP	Gestión de la comunicación 2TP	Comunicación interna y endomarketing 2TP	Comunicación estratégica de marketing 2TP	Profundización I 2TP	Profundización II 2TP
						Comunicación, imagen y posicionamiento 2TP		Relaciones Públicas 3TP
								Proyectos estratégicos y prospectiva 3TP
Profesional - Disciplinar /Fundamentación	Matemática Fundamental 2TP	Estadística Descriptiva 2TP			Práctica - Inmersión Empresarial 3P	Análisis de Datos 2TP		Práctica - Experiencia Empresarial 4P
Transversal / Laboral / Empleabilidad			Pensamiento Lógico 2TP					
		Optativa NPC I 2TP	Optativa NPC II 2TP		Optativa NITE 2TP	Optativa NITE 2TP	Optativa NIPE 2TP	Optativa NIPE 2TP
				Innovación y Cultura Emprendedora 2TP	Preincubación y Modelos de Negocio 2TP			
Básicas / Genéricas		Introduction to English 2TP	Pre elementary 3TP	Elementary I 3TP	Elementary II 3TP	Pre intermediate I 3TP	Pre intermediate II 3TP	
		Ciudadanía Global y Democracia 2TP						
	Electiva de Bienestar I 1TP			Electiva de Bienestar II 1TP			Electiva de Bienestar III 1TP	Electiva de Bienestar IV 1TP

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 27 se encuentran los prerrequisitos del programa de Comunicación Social.

Tabla 27 Prerrequisitos programa de Comunicación Social.

Asignatura	Créditos	Semestre	Prerrequisitos
Diseño Digital I	3	2	Diseño Básico
Taller de escrituras creativas	2	2	Taller de lenguajes y narrativas
Laboratorio de preproducción audiovisual	3	2	Laboratorio de fotografía y realidad
Estadística descriptiva	2	2	Matemática fundamental
Taller de narrativas convergentes	2	3	Taller de escrituras creativas
Laboratorio de posproducción y medios	3	3	Laboratorio de preproducción audiovisual



Semiótica y cultura	2	3	Sujeto, cuerpo y comunicación
Pre elementary	3	3	Introduction to english
Gestión de la comunicación	2	4	Comunicación estratégica
Ecología de medios	2	4	Semiótica y cultura
Elementary I	3	4	Pre elementary
Taller de noticia y entrevista	3	5	Taller de periodismo
Laboratorio de podcast y narrativas sonoras	3	5	Laboratorio de locución y producción sonora
Comunicación interna y endomarketing	2	5	Gestión de la comunicación
Preincubación y modelos de negocio	2	5	Innovación y cultura emprendedora
Elementary II	3	5	Elementary I
Preintermediate I	3	6	Elementary II
Taller de visualización de datos y toma de decisiones	3	7	Análítica de datos
Laboratorio de comunicación inmersiva (RV, RA, IA)	3	7	Laboratorio de producción de contenidos digitales
Preintermediate II	3	7	Preintermediate I
Profundización II	2	8	Profundización I
Opción de grado	2	8	Investigación en comunicación
Práctica experiencia empresarial	4	8	Práctica inmersión empresarial

Fuente: Elaboración Propia

3.4.1.4. Plan General de Estudios

Según lo estipulado en el numeral a) Componentes Formativos del Artículo 2.5.3.2.4. El Decreto 1330 de 2019, se presenta a continuación el plan general de estudios del programa académico de Comunicación Social, indicando explícitamente el número de créditos académicos, según los resultados de aprendizaje proyectados y los cursos que permitirán el tránsito formativo al dominio de las competencias descritas. De igual manera, se discriminan los tiempos de trabajo que debe dedicar el estudiante tanto en condición autónoma, como con acompañamiento docente, en coherencia con la modalidad.

Tabla 28. Plan de estudios programa de Comunicación Social

Sem	Curso – Módulo -Asignatura	Modalidad	Obligatorio	Flexible	Créditos Académicos	Tipo de Curso (T-TP-P)	Horas de Trabajo Académico		
							Horas de trabajo directo	Horas de trabajo independiente	Horas de trabajo totales
PRIMER SEMESTRE									
1	Diseño Básico	Pres	X		4	TP	64	128	192
1	Taller de lenguajes y narrativas	Pres	X		2	TP	32	64	96
1	Expresión y comunicación	Pres	X		2	TP	32	64	96
1	Sujeto, cuerpo y comunicación	Pres	X		2	TP	32	64	96
1	Laboratorio de fotografía y realidad	Pres	X		3	TP	48	96	144
1	Redes y contextos	Pres	X		2	TP	32	64	96
1	Matemática fundamental	Pres	X		2	T	32	64	96
1	Electiva de Bienestar I	Pres		X	1	TP	16	32	48





SEGUNDO SEMESTRE									
2	Taller de escrituras creativas	Pres	X		2	TP	32	64	96
2	Redacción	Pres	X		2	TP	32	64	96
2	Diseño digital I	Vir	X		3	TP	36	108	144
2	Laboratorio de preproducción audiovisual	Pres	X		3	TP	48	96	144
2	Estadística descriptiva	Pres	X		2	T	32	64	96
2	Optativa NPC I	Vir		X	2	TP	24	72	96
2	Introduction to english	Pres	X		2	TP	32	64	96
2	Ciudadanía global y democracia	Vir	X		2	T	24	72	96
TERCER SEMESTRE									
3	Taller de narrativas convergentes	Pres	X		2	TP	32	64	96
3	Storytelling estratégico	Pres	X		2	TP	32	64	96
3	Semiótica y cultura	Vir	X		2	T	24	72	96
3	Laboratorio de posproducción de medios	Pres	X		3	TP	48	96	144
3	Comunicación estratégica	Pres	X		2	TP	32	64	96
3	Pensamiento lógico	Vir	X		2	T	24	72	96
3	Optativa NPC II	Vir		X	2	TP	24	72	96
3	Pre elementary	Pres	X		3	TP	48	96	144
CUARTO SEMESTRE									
4	Taller de periodismo	Pres	X		3	TP	48	96	144
4	Opinión pública	Vir	X		2	T	24	72	96
4	Ecología de medios	Vir	X		2	T	24	72	96
4	Laboratorio de locución y producción sonora	Pres	X		3	TP	48	96	144
4	Gestión de la comunicación	Pres	X		2	TP	32	64	96
4	Elementary I	Pres	X		3	TP	48	96	144
4	Innovación y cultura emprendedora	Vir	X		2	TP	24	72	96
4	Electiva de Bienestar II	Pres		X	1	TP	16	32	48
QUINTO SEMESTRE									
5	Taller de noticia y entrevista	Pres	X		3	TP	48	96	144
5	Laboratorio de podcast y narrativas sonoras	Pres	X		3	TP	48	96	144
5	Comunicación interna y endomarketing	Pres	X		2	TP	32	64	96
5	Práctica - inmersión empresarial	Pres	X		3	P	21	123	144
5	Optativa NIITE I	Vir		X	2	TP	24	72	96
5	Preincubación y modelos de negocio	Vir	X		2	TP	24	72	96
5	Elementary II	Vir	X		3	TP	36	108	144





SEXTO SEMESTRE									
6	Taller de crónica y reportaje	Pres	X		2	TP	32	64	96
6	Laboratorio de producción de contenidos digitales	Pres	X		3	TP	64	128	144
6	UX / UI	Pres	X		2	TP	32	64	96
6	Comunicación estratégica de marketing	Vir	X		2	TP	24	72	96
6	Comunicación, imagen y posicionamiento	Pres	X		2	TP	32	64	96
6	Analítica de datos	Pres	X		2	TP	32	64	96
6	Optativa NITE II	Vir		X	2	TP	24	72	96
6	Preintermediate I	Vir	X		3	TP	36	108	144
SÉPTIMO SEMESTRE									
7	Taller de visualización de datos y toma de decisiones	Pres	X		3	TP	48	96	144
7	Comunicación para el cambio social	Vir	X		2	T	24	72	96
7	Investigación en comunicación	Pres	X		2	TP	32	64	96
7	Profundización I	Pres		X	2	TP	32	64	96
7	Laboratorio de comunicación inmersiva (RV, RA, IA)	Pres	X		3	TP	48	96	144
7	Optativa NHPE I	Vir		X	2	TP	24	72	96
7	Preintermediate II	Vir	X		3	TP	36	108	144
7	Electiva de bienestar III	Pres		X	1	TP	16	32	48
OCTAVO SEMESTRE									
8	Públicos, eventos y relaciones públicas	Pres	X		3	TP	48	96	144
8	Proyectos estratégicos y prospectiva	Vir	X		3	TP	36	108	144
8	Profundización II	Pres		X	2	TP	32	64	96
8	Práctica – Experiencia empresarial	Pres	X		4	P	27	165	192
8	Opción de grado	Pres		X	2	TP	32	64	96
8	Optativa NHPE II	Vir		X	2	TP	24	72	96
8	Electiva de Bienestar IV	Pres		X	1	TP	16	32	48
Total Horas							2060	4852	6864
Total Porcentaje Horas (%)							30%	70.69%	100%
Total Número Créditos del Programa		121	22		143	Créditos presenciales		Créditos virtuales	
Total Porcentaje Créditos (%)		85%	15%		100%	98 (68.5)		45 (31.4%)	

Fuente. Elaboración propia.



Ahora bien, este plan de estudios posee una estructura coherente con la modalidad híbrida, en tanto las asignaturas presenciales mantienen la relación TD y TI 1 -2, mientras que los espacios académicos virtuales tienen una relación TD – TI 1 -3, por las particularidades de la formación. De acuerdo con las rutas para la implementación del Modelo Híbrido en UCompensar (Ver Anexo .3.9), el Programa de Comunicación Social se estructura en su modalidad híbrida, a partir de la Ruta 1, a saber:

Hibridación por tipo de curso

Esta ruta consiste en estructurar programas académicos en los que cada curso se desarrolla bajo una única modalidad definida, que puede ser concebida de la siguiente manera:

- Presencial en espacios físicos institucionales.
- Virtual a través de la plataforma LMS de la institución.
- Presencial mediada por tecnología (PMT) mediante herramientas de videoconferencia en tiempo real.

En esta ruta, no se combinan modalidades dentro de un mismo curso, pero sí se diversifica en conjunto el programa académico al integrar cursos de distintas modalidades de manera estratégica.

Características clave:

- Cada curso se diseña y se oferta bajo una modalidad definida y estable: presencial, virtual o PMT.
- Los cursos presenciales se desarrollan en ambientes físicos institucionales (aulas, laboratorios, talleres) con interacción directa entre docentes y estudiantes.
- Los cursos virtuales se desarrollan completamente en la plataforma LMS, con contenidos diseñados previamente bajo el modelo instruccional institucional, y con acompañamiento docente sincrónico y asincrónico.
- Los cursos PMT se desarrollan mediante encuentros sincrónicos a través de herramientas tecnológicas que permiten la interacción en tiempo real, replicando las dinámicas de la presencialidad tradicional sin requerir asistencia física.

Ambientes de aprendizaje requeridos:

- Espacios físicos institucionales para la presencialidad.
- Plataformas de videoconferencia para el desarrollo de cursos PMT.
- Plataforma LMS institucional como entorno central de seguimiento, interacción y evaluación en cursos virtuales.
- Recursos y materiales digitales alineados con el diseño instruccional institucional.



En este sentido, en el ejercicio de renovación del Programa de Comunicación Social en modalidad híbrida (Presencial – Virtual) se han definido 98 créditos presenciales que corresponden al 68.5% de la malla curricular y 45 créditos en modalidad virtual, los cuales corresponden al 31.4% del plan de estudios, tal y como se observa en la tabla 28.

3.2.6.1. Estrategias de Flexibilidad Curricular

La flexibilidad curricular es un aspecto fundamental en la propuesta formativa de UCompensar, diseñada para responder a las necesidades y aspiraciones individuales de nuestros estudiantes. La estructura curricular de nuestra institución encuentra un equilibrio entre las normas necesarias para asegurar una formación académica sólida y la flexibilidad que permite a los estudiantes personalizar su trayectoria académica. A continuación, se detallan las principales características de nuestra flexibilidad curricular:

3.2.6.1.1. Estrategias Institucionales

- **Electividad en los planes de estudio:** Esta flexibilidad permite a los estudiantes explorar áreas de interés personal que van más allá del núcleo obligatorio de su formación. Las asignaturas electivas se diseñan para complementar los conocimientos adquiridos en materias disciplinares y fomentar el desarrollo integral, ofreciendo a los estudiantes la oportunidad de adaptar su formación a sus metas profesionales y personales.
- **Líneas de formación por programa académico:** Cada programa académico de UCompensar está estructurado en torno a un mínimo de dos líneas de formación. Esta característica permite a los estudiantes elegir entre distintas áreas de especialización dentro de su campo de estudio. Las líneas de formación están diseñadas para proporcionar una profundización en temas específicos, lo que permite a los estudiantes desarrollar competencias especializadas que se alineen con sus intereses y objetivos profesionales. La existencia de múltiples líneas de formación en cada programa fomenta una formación académica más personalizada y adaptada a las demandas del mercado laboral.
- **Asignaturas optativas:** Estas asignaturas permiten a los estudiantes elegir cursos adicionales que refuercen o complementen su formación. Las asignaturas optativas brindan una mayor libertad para que los estudiantes exploren temas relacionados con sus intereses, adquieran habilidades adicionales y enfoquen su formación en áreas específicas que puedan no estar cubiertas por las asignaturas obligatorias o electivas.
- **Micro certificaciones:** La estructura curricular de nuestra institución también permite la obtención de micro -certificaciones a lo largo del plan de estudios. Estas micro - certificaciones están diseñadas para validar competencias y habilidades específicas adquiridas en cursos o proyectos concretos. La posibilidad de obtener micro - certificaciones en distintos momentos del trayecto académico ofrece a los estudiantes una mayor flexibilidad para destacar sus logros y habilidades adicionales en su currículum, así como para ajustar su perfil profesional según las demandas del mercado.
- **Equivalencias:** Las equivalencias académicas contribuyen significativamente a la flexibilidad curricular al permitir que los estudiantes transfieran y reconozcan créditos y conocimientos adquiridos en otras universidades o programas académicos de la misma institución. Este proceso facilita la adaptación del trayecto educativo del estudiante a sus necesidades y circunstancias individuales, evitando la repetición de cursos y optimizando su tiempo de estudio. Al ofrecer una vía para validar y convalidar estudios previos, las equivalencias apoyan una educación más personalizada y continua, permitiendo a los estudiantes explorar diferentes enfoques académicos y profesionales sin perder el progreso ya alcanzado, lo que



enriquece su experiencia educativa y mejora la adaptación a nuevas oportunidades y desafíos académicos.

- **Opciones de grado:** Las opciones de grado son fundamentales en la flexibilización curricular al ofrecer a los estudiantes una adaptación de la formación conforme a sus intereses y objetivos profesionales. Esta flexibilidad permite que los estudiantes elijan entre una variedad de opciones, en lugar de seguir un único trayecto académico predeterminado. UCompensar contempla las siguientes opciones de grado:

- Trabajo de grado
- Proyecto de Investigación
- Proyecto de emprendimiento
- Proyecto de consultoría
- Proyecto de semillero de investigación
- Pasantía de investigación
- Proyecto aplicado
- Curso de profundización
- Inmersión internacional
- Programa coterminar
-

Estas opciones de grado facilitan una educación más inclusiva y equitativa, al reconocer y valorar la diversidad de talentos y habilidades de los estudiantes. En lugar de un enfoque uniforme, la flexibilización curricular mediante opciones de grado permite que los programas académicos se ajusten a las necesidades individuales y las trayectorias profesionales emergentes.

3.2.6.1.1.2. Estrategias de Programa

Las líneas de profundización desempeñan un papel fundamental en el plan de estudios del programa de Comunicación Social, porque permiten a los estudiantes adquirir competencias, habilidades y destrezas especializadas aplicando los conocimientos generales obtenidos a lo largo de su formación en áreas concretas del campo de la comunicación. Para la apuesta formativa del programa, se han integrado las líneas de profundización con las líneas de formación, de manera tal que se de continuidad al proceso de desarrollo de competencias y habilidades en comunicación y relacionamiento estratégico y generación de contenido multiplataforma periodístico y corporativo.

Las líneas de profundización, ubicadas en los semestres 7 y 8, representan elementos cruciales en el proceso formativo, permitiendo a los estudiantes concentrarse en áreas avanzadas que coadyuven a las competencias adquiridas previamente y apliquen esos conocimientos en contextos más complejos y especializados. El objetivo principal de las líneas de profundización en el programa es asegurar que los estudiantes no solo sean competentes en los aspectos generales del campo de la comunicación, sino que también puedan destacar en áreas identificadas como fundamentales para las tendencias de este campo, como la comunicación corporativa, estratégica, la generación de contenido, en el caso de las profundizaciones, con énfasis en el ejercicio periodístico como quehacer tradicional de los comunicadores sociales.

Las asignaturas propuestas como Profundización I son: Periodismo digital y Comunicación, reputación y gobierno corporativo y Profundización II: Producción periodística y Comunicación y gestión de crisis. Estas asignaturas que integran las Profundizaciones I y II contribuyen de manera pertinente a la especialización en áreas específicas del campo de la comunicación.

3.3. Componentes Pedagógicos

Modelo pedagógico: socio-constructivista





La Fundación Universitaria Compensar asume un modelo pedagógico socio – constructivista, centrado en el aprendizaje activo y significativo, donde los estudiantes construyen su propio conocimiento a través de la interacción con su entorno, el docente, sus compañeros y el sector productivo, en un proceso que es socialmente mediado y culturalmente contextualizado. Esto implica generar ambientes de aprendizaje diversos, que generan retos y situaciones problemáticas que los estudiantes deben resolver aplicando sus conocimientos previos y cooperativos entre equipos.

Este modelo pedagógico está fundamentado en la teoría de Jean Piaget (1950) en el que el ser humano desarrolla estructuras y esquemas mentales basados en el conocimiento científico, a partir de relaciones de abstracción reflexiva por medio de estructuras preexistentes; de tal modo, se da un proceso de adaptación cognitiva que desarrolla el sujeto gracias a las experiencias que se suscitan en el entorno inmediato. Para esto, la base del proceso según lo expone Piaget es la interacción entre pares, la acción social, lo cual se hace posible a través del lenguaje.

Bajo esta visión, surge entonces en el contexto de los procesos de enseñanza-aprendizaje -paradigmas y modelos pedagógicos- el modelo socio-constructivismo. Este, se entiende como un modelo pedagógico que contribuye con la construcción de conocimientos y habilidades partiendo de dichos referentes, es decir, desde la interacción social y el relacionamiento con el entorno. Este modelo pedagógico es observar al ser humano protagonista de la apropiación y construcción de su entorno, de la realidad social, mediante un proceso de significación simbólica y, en un contraste entre experiencia y conocimiento.

Modelo educativo basado en competencias

En coherencia con el modelo pedagógico, la Fundación Universitaria Compensar asume un Modelo Educativo Institucional basado en competencias, con roles y funciones específicos, en el cual el estudiante interactúa con sus pares, docentes, expertos, sector productivo y sociedad, para la construcción de conocimientos y el desarrollo de habilidades, destrezas, conocimientos a lo largo de diversas rutas o itinerarios de formación (rutas formativas), en los que se articulan la educación formal, no formal e informal, en contextos que permiten la interdisciplinariedad y la multiculturalidad.

En tal sentido, Ángel Díaz Barriga (2006) citando a Philippe Perrenaud (1999) insiste en que uno de los elementos más importantes de la formación por competencias se encuentra en promover la movilización de los conocimientos a través de un proceso dinámico entre teoría-práctica: “recuerda, en primer lugar, que este enfoque permite materializar la perspectiva de Piaget sobre la conformación de los esquemas de acción, y al mismo tiempo, se encuentra relativamente cercana al enfoque de aprendizaje basado en la resolución de problemas” (Díaz Barriga, 2006, p: 24). Por tanto y para mayor claridad frente a la apuesta educativa, a continuación, se presentan las definiciones pertinentes frente al modelo de formación:

Competencia: acorde con las posturas de Bunk (1994), De Miguel (2006) y Tobón (2018), la competencia se entiende como la capacidad de actuación idónea en un contexto o situación determinada para abordar, asumir y solucionar un problema, responder a una oportunidad o a una necesidad del sector social, productivo y profesional particular, para lo cual se integran conocimientos (el saber), actitudes/valores (el saber-ser) y habilidades (saber-hacer), y se evidencian de manera clara en productos o resultados de aprendizaje.

Resultado de Aprendizaje: según lo indica el MEN (2019) son considerados como “declaraciones expresas de lo que se espera que un estudiante conozca y demuestre en el momento de completar su programa académico. Que dichas declaraciones deberán ser coherentes con las necesidades de formación integral y con las dinámicas propias de la formación a lo largo de la vida necesarias para un ejercicio profesional y ciudadano responsable” (pág. 5). En tal sentido, se busca articular la propuesta formativa institucional a través de sus diferentes programas y estrategias formativa.



Criterios de evaluación: Son aspectos que se evalúan de manera longitudinal en la asignatura, en medio de una evaluación formativa (no exclusivamente con finalidad de calificación o cuantificación, sino de realimentación al estudiante) con carácter permanente y holístico (auto, co y heteroevaluación). Estos permiten verificar el nivel de logro alcanzado del Resultado de Aprendizaje; así, se establecen de manera general (mínimo 3 acorde a momentos evaluativos propios del sistema evaluativo).

Niveles de desempeño del Resultado de Aprendizaje: Son los logros desarrollados por el estudiante, clasificados en niveles de complejidad que permiten garantizar que los diversos Resultados de Aprendizaje de la competencia se alcanzan en periodos específicos de tiempo. Suelen relacionarse con cada curso propuesto en el plan de estudio, según las líneas de formación del programa.

Modelo didáctico basado en metodologías activas

El modelo didáctico, como patrón que representa las formas de relación concreta de los procesos de enseñanza y aprendizaje, y las metodologías a utilizar en esos procesos, se declara institucionalmente opuesto al modelo didáctico tradicional o transmisivo, integrador contextual-activo-situado (centrado en metodologías activas). Este se concentra en la participación del estudiante como protagonista del proceso de aprendizaje, teniendo en cuenta sus características y la integración de situaciones de la realidad profesional y social actual y futura, como contexto de interés para la exploración, la aplicación, la descripción y la explicación. Estas metodologías estimulan la construcción de sentidos aplicando el conocimiento y aprendiendo vivencialmente mediante la propia acción y experiencia, y permiten una apropiación y empoderamiento que facilita transferencias posteriores a otros contextos de actuación, ganando experiencia y experticia, más allá de conocimientos.

Para ello, la institución impulsa un modelo didáctico innovador caracterizado por la actividad permanente del estudiante en interacción horizontal y productiva con el docente, los pares o compañeros, representantes del sector externo (productivo/social/cultural) y graduados. Este modelo didáctico se basa en metodologías activas que potencian la experiencial, práctico, situado y la resolución de problemas, en atención a los estilos cognitivos y las inteligencias múltiples de los estudiantes, y en la movilidad didáctica en las disciplinas y de conocimiento de la Institución.

Dicho modelo se deriva de manera directa del Modelo pedagógico y educativo enfocado a la relación Universidad-Empresa, los cuales buscan el aprendizaje con otros y de otros para el desarrollo de competencias, a partir del abordaje y solución de problemas del contexto sociocultural en el cual se encuentra inmerso el estudiante.

3.4.2. El modelo de formación institucional aplicado en el programa académico (Anexo 3.3)

3.4.2.1. Experiencias pedagógicas desarrolladas con el sector externo: Relación Universidad – Empresa / Emprendimiento

El programa de Comunicación Social de la UCompensar ha desarrollado procesos de integración con el sector productivo a través de procesos de investigación en estricto sentido, investigación formativa a través del Semillero Methamorphxs y la articulación con el Departamento de Mercadeo y Comunicaciones institucional, por medio del cual se ha consolidado la iniciativa Red de Reporteros con la cual, los estudiantes han participado en eventos internos y externos desarrollando contenido y reportería, como una experiencia fundamental para su proceso formativo. Este ejercicio le ha permitido a los estudiantes participar en eventos como la FILBO 2023, 2025, FIDES 2024, Expoestudiantes 2024, entre otros.

En el caso de la investigación formativa, el semillero Metamorphxs lleva un trabajo continuo desde 2020 y ha participado en el desarrollo de proyectos con el sector externo como: Talleres de escritura con las IED Gustavo Caraballo, Adolfo Villafuerte, construcción de un Fanzine hecho con el colectivo



Locosapiens. Durante 2023 y 2024 se realizó un cine foro con la organización Franja Cultural. Se desarrolló, igualmente, el proyecto Pardistas, con el Colegio Rafael Pardo Leal, de esta iniciativa se generaron dos capítulos de libro y se participó dos veces en Redcolsi Nacional.

En el caso de la investigación en estricto sentido en los años 2021, 2022 y 2023 se desarrolló una investigación en alianza con RTVC “Incorporación de iniciativas innovadoras de contenidos y tecnologías en la radio pública Caso RTVC”, con este proyecto se logró la participación en diversos espacios nacionales e internacionales y se construyó el Diplomado en Innovación para la Radio Pública, como una apuesta disruptiva para incorporar procesos de innovación pública y de innovación en medios en el ecosistema público de medios más importante del país. Esta propuesta implicó el desarrollo de varias fases de la investigación, incluida una sistematización de experiencias, la caracterización de los procesos en las Emisoras de Paz y la construcción de la ruta formativa para la innovación en RTVC.

Adicionalmente, el programa ha participado en iniciativas formativas con entidades como Compecer – PNUD a través del Diplomado en “**Comunicación Asertiva para el relacionamiento estratégico**”, el cual contó con una certificación de competencias otorgada por el PNUD. Estos ejercicios de formación con grupos externos, le brinda al programa un panorama de tendencias y requerimientos del contexto respecto del campo de la comunicación y le permite la diversificación de sus metodologías y didácticas para el trabajo con los comunicadores sociales en la UCompensar. Se han desarrollado, además, procesos de formación en manejo y gestión de redes sociales para empresas como COEMOPULAR en 2025.

3.4.2.2. Experiencias de aula significativas (Proyectos de Aula, Proyectos Integradores de Competencia y Retos)

UCompensar, en pro de fortalecer la apropiación del modelo pedagógico ha institucionalizado un evento académico que se desarrolla durante la semana 15 del calendario académico de cada periodo, denominado Semana de la Innovación y el Emprendimiento. Durante dicha semana, estudiantes y docentes tienen la oportunidad de presentar en diversos formatos, los resultados y productos del proceso formativo desarrollado durante el periodo académico, en tres categorías:

- **Proyectos de Aula:** Integra conocimientos de una asignatura o curso para generar al final un producto o resultado que es la evidencia de aprendizaje y competencia lograda.
Proyectos Integradores de Competencia: Integra varias asignaturas o cursos de manera inter, multi o transdisciplinar
- **Retos:** Problemáticas empresariales identificadas por docentes o estudiantes (en su trabajo o comunidad) que son desarrollados en el aula de clase para elaborar propuestas concretas que sean funcionales, pertinentes, viables y transformadoras.
- **Desde 2023,** el programa de Comunicación Social ha venido participando en el evento, presentando proyectos en todas las categorías. A continuación, se presenta la descripción de los proyectos desarrollados.

Tabla 29. Resultados procesos formativos

Período	PIC	PA	Retos	Total
20221	1	4	1	6
20222	0	3	0	3
20231	5	3	1	9



20232	2	3	0	5
20241	1	5	0	6
20242	2	4	1	7
20251	3	4	0	7

Fuente: Elaboración Propia

3.5. Componente de Interacción

3.5.1. Vínculos Nacionales e Internacionales

Tabla 30. Vínculos Nacionales e internacionales

Organización / Empresa / Redes	Objetivo y Descripción del vínculo
AFACOM	La colaboración con AFACOM ha sido fundamental para la participación en procesos de reflexión respecto de las tendencias en la formación de comunicadores sociales. A través de esta alianza se ha podido participar en eventos y diálogos fundamentales para la Renovación del registro Calificado. Adicionalmente, en 2025 la UCompensar y el programa de Comunicación Social fueron anfitriones de la Cátedra AFACOM a través de la cual se discutieron temas relacionados con la Investigación – Creación en el marco de la Comunicación. Finalmente, para el programa ha sido útil el Convenio Muévete AFACOM a través del cual los estudiantes han podido realizar intercambios académicos con diferentes programas de comunicación.
RED DE RADIO UNIVERSITARIA	Esta alianza ha sido fundamental para la emisora UCompensar Stereo, ya que ha facilitado la generación de contenido radiofónico conjunto y participar en iniciativas propias de la Red, posicionando la marca UCompensar y por esta vía, al programa de comunicación social.
IED JAIME PARDO LEAL	Con esta IED se ha trabajado el proyecto de radio escolar a través del semillero Methamorphxs. Los estudiantes han participado en iniciativas de formación y acompañamiento a los niños y jóvenes del colegio para acompañarlos en su proceso de radio escolar. Con esta iniciativa, participaron dos veces en Redcolsi Nacional.
KIEN Y KE	El programa de Comunicación Social participa cada año en la convocatoria para el Comité Rector del Premio de Periodismo Digital “Kien y Ke”. De este modo, los docentes, la Decanatura y La Dirección de programa han participado como jurados en las diferentes categorías del Premio. En contraprestación el medio genera contenido y posicionamiento de la marca UCompensar.
WIN SPORTS	Esta alianza ha permitido la realización de visitas empresariales y talleres de formación en producción de periodismo deportivo para nuestros estudiantes. Ha sido un aliado estratégico fundamental para la renovación del programa de comunicación social, participando en las diferentes convocatorias para dialogar sobre el programa y las tendencias del entorno.
COMPENSAR	La Caja de Compensación Familiar Compensar, como parte fundamental del ADN institucional ha permitido la participación de los estudiantes del programa en iniciativas como FIDES. En estos espacios los estudiantes desarrollan actividades de reportería, redes sociales, generación de contenido digital, experiencia que es enriquecedora en su camino de formación como comunicadores sociales.
PANAMERICANA	Esta alianza ha sido fundamental para la participación de los estudiante y docentes del programa, todos los años en los eventos de FILBO. Panamericana le entrega al programa 20 boletas de ingreso a eventos de interés para la formación e comunicadores sociales de UCompensar.

Fuente: Elaboración Propia





3.5.2. Internacionalización del Currículo

En el capítulo de relación del programa con el sector externo se encuentra un apartado dedicado a la internacionalización donde se evidencia movilidad, componentes multiculturales, proyectos globales y aliados estratégicos - red de apoyo.

Tabla 31. Internacionalización de currículo

Estrategia / Actividad	Institución	Fecha
Intercambio, clase espejo	Politécnico Gran Colombiano	2021
Intercambio, clase espejo	UNIMINUTO (Bogotá)	2022
Intercambio, clase espejo	Politécnico Gran Colombiano	2024
Docentes invitados	PARTNERS ACADEMY Burson Cohn & Wolfe Colombia RTVC WIN SPORTS NOTICIAS RCN	2022 , 2023, 2024
Clases espejo, docentes invitados	Fundación Universitaria Los Libertadores	2023 - 2024
Certificados internacionales cursos cortos	Fundación Telefónica (España)	2022, 2023, 2024, 2025

Fuente: Elaboración Propia

3.5.3. Desarrollo de Competencias en Segunda Lengua (Curriculares y Extracurriculares)

UCompensar reconoce que el dominio de una segunda lengua - inglés se ha convertido en una habilidad crucial en el ámbito profesional y académico, dado que es el idioma predominante en la investigación, la tecnología y los negocios internacionales. Por esta razón Incorpora seis (6) cursos de inglés en el plan de estudios de todos los programas académico:

- Introduction to English
- Pre Elementary
- Elementary I
- Elementary II
- Pre intermediate I
- Pre intermediate II

El objetivo de esta propuesta formativa es que los estudiantes adquieran un nivel avanzado de competencia lingüística, así como habilidades técnicas y académicas que les permiten acceder a literatura especializada, participar en conferencias internacionales y colaborar en proyectos globales. Este enfoque en el aprendizaje de una segunda lengua - inglés prepara a los egresados para enfrentar los desafíos de un mercado laboral que valora la capacidad de comunicarse y trabajar en entornos multiculturales.

3.6. Mecanismos de Evaluación

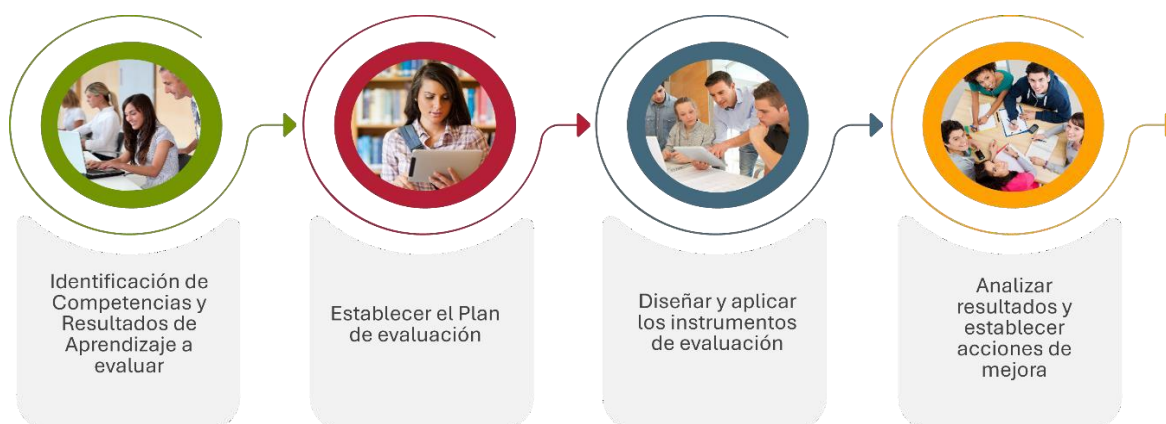
El Sistema Institucional para la Evaluación de Resultados de Aprendizaje en la Fundación Universitaria Compensar según su naturaleza, identidad, modelo educativo y pedagógico, funciona de manera continua y formativa, estructurada según cartografías de aprendizaje por competencias, institucionales y por programa académico. La identificación y estructuración de los Resultados de aprendizaje en el modelo institucional, se realiza mediante un procedimiento metodológico estandarizado, correspondiente al proceso de diseño curricular con perspectiva socioformativa que va de lo macro a lo microcurricular, garantizando una coherencia total (Anexo 3.2). En dicho proceso, se



traza la cartografía de aprendizaje del programa académico, así:

- Se inicia por el análisis funcional: es un método deductivo (que va de lo particular) en el que se identifican y analizan las funciones y labores generales inherentes a una función (productiva o de servicios). Para su realización se parte de las normas técnicas, marcos de cualificación y estándares de competencia definidos por los gremios, asociaciones, mesas sectoriales, Normas Técnicas de Competencia.
- Desde allí, se delimitan los perfiles de formación (profesionales y ocupacionales) acorde con las necesidades del entorno (nacional e internacional).
- A partir de los perfiles, se establecen los mapas de competencia y resultados de aprendizaje donde se definen las competencias principales a desarrollar en el programa, las competencias y resultados de aprendizaje de cada curso; pueden ser específicos, transversales/genéricos o complementarios, en atención a la misión de la academia.
- Una vez definido esto, se procede a la definición de los criterios que permitirán verificar el nivel de logro alcanzado de la competencia. Se establecen de manera general (mínimo 3 acorde a momentos evaluativos propios del sistema evaluativo) aspectos que se evaluarán de manera longitudinal en la asignatura, en medio de una evaluación formativa con carácter permanente y holístico (auto, co y heteroevaluación). Estos criterios se constituyen más adelante, en insumos fundamentales para el diseño del microcurrículo, en el punto de partida de los instrumentos de evaluación por competencias.
- Posteriormente, en la misma cartografía, se establecen los saberes asociados (conocimientos, habilidades y actitudes/valores) para cada curso, relativos a los resultados de aprendizaje que se valorarán.
- Se diseñan los indicadores (con base en los criterios definidos para cada asignatura) los cuales establecen niveles de desempeño para lo cual son organizados de manera escalonada y graduada en los instrumentos de evaluación de resultados de aprendizaje.

Figura 21. Proceso de evaluación



Fuente: Elaboración Propia



3.6.1. Sistema de Evaluación de Resultados de Aprendizaje del programa académico

La Fundación Universitaria Compensar consolidó en 2021 el Sistema de Evaluación de Resultados de Aprendizaje estructurados a partir de mapas o cartografías de competencias institucionales y por programa académico, que se comprende a nivel institucional, como un elemento dentro de un sistema más amplio que estructura las lógicas estratégicas, formativas, pedagógicas y didácticas institucionales, y que se articula con los principios de la identidad propia de la institución y, a su vez, responde a las necesidades formativas de los estudiantes y del sector productivo. La actualización del sistema busca afinar dicha articulación, facilitando la operación y administración de este en cada uno de los programas académicos de la Fundación Universitaria Compensar.

En una fase inicial de implementación del SERA, desde los programas académicos se inició con la implementación de estrategias propias y particulares que han permitido avanzar en la divulgación y comprensión de estructuras y conceptos curriculares que dan lugar a los Resultados de aprendizaje por parte de directores de programa, docentes y estudiantes. El desarrollo de dichas estrategias se caracterizó con la aplicación de encuestas de percepción a los tres segmentos poblacionales, para analizar la implementación de estas estrategias de divulgación, en los periodos 2021-1; 2021-2; y, 2022-1. Dicha encuesta se estructuró teniendo en cuenta los siguientes conceptos, comprendidos como objetos de divulgación y comprensión:

1. Proyecto Educativo de Programa.
2. Mapas de Competencia.
3. Resultados de Aprendizaje.
4. Mecanismos de Evaluación.

Los resultados de las aplicaciones permiten evidenciar un avance en cuanto a la divulgación y la familiarización de los diferentes actores del proceso formativo respecto de los conceptos estructurales del modelo curricular institucional. En este contexto, y considerando el avance temporal respecto a la evaluación de resultados de aprendizaje en el aula, se ha identificado la necesidad de fortalecer el SERA, desde el diseño e implementación de acciones evaluativas pertinentes que permitan realimentar los procesos formativos propios y particulares de los estudiantes y consolidar los insumos necesarios para identificar oportunidades de mejora curricular desde una perspectiva más amplia.

El concepto de “Competencia” se asume como ***“la capacidad de actuación idónea en un contexto o situación determinada para abordar, asumir y solucionar un problema, responder a una oportunidad o a una necesidad del sector social, productivo y profesional particular, para lo cual se integran conocimientos (el saber), actitudes/valores (el saber-ser) y habilidades (saber-hacer, y se evidencian de manera clara en productos o resultados de aprendizaje”***. Para efectos prácticos, UCompensar adopta la definición propuesta por el Ministerio de Educación, a través del Decreto 1330 del 25 de julio de 2019, que plantea que los Resultados de Aprendizaje son ***“declaraciones expresas de lo que se espera que un estudiante conozca y demuestre en el momento de completar su programa académico. Que dichas declaraciones deberán ser coherentes con las necesidades de formación integral y con las dinámicas propias de la formación a lo largo de la vida necesarias para un ejercicio profesional y ciudadano responsable. Por lo tanto, se espera que los resultados de aprendizaje estén alineados con el perfil de egreso planteado por la institución y por el programa específico”***.

En el caso particular del programa de Comunicación Social se ha diseñado un plan de evaluación, que permite establecer puntos de control a lo largo del desarrollo del plan de estudios, articulado con los niveles de desempeño de los resultados de aprendizaje establecidos en el mapa de competencias, de la siguiente manera:



Tabla 32. Plan de evaluación de resultados de aprendizaje del programa.

Semestre de evaluación	Instrumento de Evaluación	Resultados de Aprendizaje a Evaluar	Nivel de Desempeño (1-4)	Cursos Asociados
1	Análisis de caso, presentaciones, organizadores visuales	Construcción del sujeto en la relación cuerpo - comunicación, conceptos básicos (Teorías)	1 – Reconoce conceptos básicos	Sujeto, cuerpo y comunicación
2	Cuestionarios, ensayos, proyectos integradores	Normas de redacción y principios de la escritura creativa	2 – Aplica herramientas de análisis inicial	Taller de escrituras creativas Redacción
3	Proyectos aplicados, estudios de caso	Comunicación y narración como parte fundamental de la construcción de la marca corporativa	2 – Desarrolla procesos de comprensión del contexto corporativo para diseñar proyectos de comunicación en organizaciones de diversa índole.	Storytelling estratégico Comunicación estratégica
4	Presentaciones, análisis de datos, reportes	Minería de datos para procesos de comunicación en organizaciones de diversa índole	3 – Implementa Análisis y visualización de datos para generar contenido y para toma de decisiones estratégica	Análisis de datos y Taller de visualización de datos y toma de decisiones
5	Planes estratégicos, informes de investigación	Investigación en comunicación y sus particularidades. Diseño e implementación de proyectos estratégicos en comunicación adaptados a las tendencias del entorno.	3 – Aplica métodos de investigación en comunicación y diseña e implementa proyectos estratégicos en el campo para dar respuesta a necesidades y requerimientos identificados en el entorno.	Proyectos estratégicos y prospectiva Investigación en comunicación

Fuente: Elaboración Propia

El Plan de Evaluación de Resultados de Aprendizaje del programa de Comunicación Social cuenta con un marco estructurado y coherente para evaluar el desarrollo de competencias, habilidades y conocimientos adquiridos por los estudiantes a lo largo de su formación. Este plan está diseñado para garantizar la articulación entre el perfil de egreso, las competencias específicas y transversales, los resultados de aprendizaje esperados, y los niveles de desempeño definidos para cada etapa de formación.

Ahora bien, la implementación del SERA en el programa ha sido muy significativa en la medida en que le ha permitido valorar sus avances en el alcance de los resultados de aprendizaje y de las competencias declaradas, en tanto se establecen procesos de evaluación e instrumentos que dejar ver el avance de los estudiantes en el proceso de formación. A este respecto, hay que decir que una de las formas de evaluación es a través de proyectos, de este modo, en la implementación del SERA se estipuló la integración de las asignaturas Comunicación, medios y poderes, Semiótica y cultura y Ecología de medios a la luz de un Proyecto Integrador de Competencias a través del cual se valorarán los resultados de aprendizaje, con unos niveles de competencia y criterios de realización definidos en el SERA.

De este modo en 20251 se desarrolló en PIC "Mediatización inteligente: signos, medios y algoritmos", con la integración de estas tres asignaturas. En la Semana de la Innovación y el Emprendimiento 20251, se presentó este proyecto y se valoró desde la perspectiva de los jurados y de los profesores de los programas, su pertinencia y calidad en el desarrollo de los resultados de aprendizaje. Para 20252, el PIC se denominó Posicionamiento de marca de artistas musicales a partir de la minería de datos en X, el cual también se presentó en la SIE 20252. Con base en los resultados, se determinó la importancia del aprendizaje significativo de las teorías de la comunicación, es decir, se encontró que las teorías de la comunicación se aprenden mejor cuando vienen del análisis de experiencias cotidianas de los estudiantes con el campo y con prácticas comunicativas determinadas. Por esta razón, el programa integró el análisis y estudios de las teorías en sus escenarios de reflexión práctica.



El plan de evaluación se encuentra alineado con el Plan General de Estudios, permitiendo que las actividades evaluativas respondan a los objetivos de cada curso y las competencias que se desarrollan progresivamente desde los ciclos iniciales hasta los niveles avanzados. Cada curso tiene definidos los resultados de aprendizaje específicos, los instrumentos de evaluación, los niveles de desempeño esperados y las evidencias que deberán presentar los estudiantes para demostrar el cumplimiento de los objetivos formativos. Por su parte, los instrumentos de evaluación han sido seleccionados y diseñados considerando las metodologías activas aplicadas en el programa, a saber:

- **Análisis de casos:** Favorecen la reflexión crítica y la resolución de problemas basados en escenarios reales.
- **Proyectos aplicados:** Integran conocimientos teóricos y prácticos en situaciones de simulación empresarial.
- **Cuestionarios y ensayos:** Evalúan el conocimiento conceptual y la capacidad de análisis.
- **Presentaciones y prototipos:** Permiten demostrar habilidades comunicativas, creativas y técnicas.
- **Planes estratégicos y sustentaciones:** Evalúan el nivel avanzado de análisis, síntesis y propuesta de soluciones en contextos reales.

Niveles de Desempeño

El plan establece cuatro niveles de desempeño para medir el grado de logro de los resultados de aprendizaje:

- **Básico:** Reconocimiento y comprensión de conceptos fundamentales.
- **Intermedio:** Aplicación de herramientas y conocimientos en situaciones específicas.
- **Avanzado:** Resolución de problemas complejos y diseño de soluciones prácticas.
- **Especializado:** Integración de conocimientos avanzados y propuestas innovadoras en escenarios reales.

Resultados de Aprendizaje

Los resultados de aprendizaje se definen como las competencias específicas que los estudiantes deben desarrollar en cada curso, y se evalúan a través de evidencias que incluyen análisis de casos, proyectos, planes estratégicos de comunicación, generación de contenido análogo y digital con diversos objetivos de comunicación., a través de diferentes plataformas, soportes o canales y sustentaciones finales. Por ejemplo, en los primeros semestres, el programa evalúa la comprensión de conceptos básicos relacionados con la comprensión del campo de la comunicación desde diversas teorías y en relación con la manera en que los estudiantes viven los procesos de comunicación en la cotidianidad.

Ahora bien, en semestres avanzados, se espera que los estudiantes realicen diagnósticos de comunicación, construyan textos en diferentes narrativas, a través de diversos medios, soportes, canales, plataformas y con una intencionalidad comunicativa claramente definida, respondan a las necesidades de comunicación interna y externa de las organizaciones con visión estratégica etc.



Evidencias de Aprendizaje

Las evidencias de aprendizaje constituyen los productos que los estudiantes presentan para demostrar su competencia en los diferentes niveles. Estas incluyen:

- Informes escritos.
- Proyectos integradores.
- Presentaciones orales.
- Prototipos y piezas comunicativas en diferentes plataformas, formatos soportes, narrativas.
- Planes estratégicos de comunicación.

Planes de Mejoramiento

El plan incluye estrategias de mejora para apoyar a los estudiantes que no alcancen los niveles de desempeño esperados. Estas acciones incluyen asesorías personalizadas, actividades de refuerzo, recursos adicionales y realimentación continua para garantizar el cumplimiento de los objetivos de aprendizaje.

3.6.2. Instrumentos y criterios de Evaluación del programa académico.

El plan de evaluación del programa académico Comunicación Social utiliza diversos instrumentos diseñados para medir el progreso y la adquisición de competencias de los estudiantes en su formación. Estos instrumentos no solo evalúan el conocimiento teórico adquirido en las asignaturas, sino también la aplicación práctica de dicho conocimiento en proyectos reales, simulaciones y ejercicios interdisciplinarios.

Los instrumentos de evaluación empleados en el programa permiten valorar tanto los conocimientos conceptuales como las habilidades procedimentales y actitudes de los estudiantes, fomentando el aprendizaje significativo y el desarrollo de competencias profesionales. Entre los principales instrumentos se encuentran:

Rúbricas de Evaluación: Permiten establecer criterios claros y específicos para valorar el desempeño de los estudiantes en tareas complejas como proyectos, presentaciones, informes y prototipos. Facilitan la realimentación detallada y el monitoreo del progreso en competencias clave, como la capacidad de análisis, la creatividad y la resolución de problemas.

Escalas de Estimación: Se utilizan para evaluar el nivel de logro de los resultados de aprendizaje en actividades específicas, como la participación en foros, estudios de caso y debates. Ofrecen una valoración cuantitativa y cualitativa del desempeño de los estudiantes en actividades prácticas y teóricas.

Listas de Cotejo o de Control: Instrumentos sencillos que permiten verificar si los estudiantes han cumplido con los requisitos y pasos establecidos en tareas específicas, como el desarrollo de piezas publicitarias, investigaciones de mercado o planes estratégicos. Ayudan a identificar áreas de mejora específicas y brindan soporte para planes de mejoramiento.

Matrices de Evaluación: Herramientas de análisis comparativo que permiten evaluar múltiples criterios y dimensiones del aprendizaje, especialmente útiles en proyectos integradores y de investigación aplicada. Garantizan una evaluación objetiva y alineada con los estándares establecidos



en el programa.

Guías o Plantillas de Observación: Utilizadas para la evaluación de actividades prácticas, como presentaciones orales, prototipos creativos o simulaciones de estrategias publicitarias. Facilitan la observación detallada y estructurada del desempeño en escenarios reales o simulados.

Tabla 33. Instrumentos de evaluación de resultados de aprendizaje.

Instrumento de Evaluación	Descripción	Propósito	Criterios de Evaluación
Proyecto Integrador en comunicación	Desarrollo de un diagnóstico de comunicación organizacional y construir un plan estratégico de comunicación de acuerdo con las necesidades organizacionales.	Evaluar la capacidad de los estudiantes para aplicar metodologías para el diagnóstico comunicativo en las organizaciones y con base en él, construir un plan estratégico de comunicación.	- Metodologías diagnóstico - Diseño de planes de comunicación - Creatividad e innovación en la propuesta. - Coherencia entre objetivos, estrategias y tácticas.
Estrategia generación de contenido	Diseño de estrategias de generación de contenidos con base en los requerimientos dados a los estudiantes.	Evaluar la capacidad de los estudiantes para estructurar una estrategia de generación de contenido con base en los requerimientos dados.	- Claridad en los objetivos y mensajes clave. - Selección adecuada de medios y plataformas. - Relevancia de la propuesta para el público objetivo. - Innovación en las narrativas.
Estudio de Caso en Comunicación	Resolución de un problema del contexto relacionado con generación de contenidos o procesos estratégicos de gestión de la comunicación.	Evaluar la capacidad de los estudiantes para analizar escenarios reales y proponer alternativas de solución pertinentes, contextualizadas y basadas en datos.	- Identificación precisa del problema. - Uso de datos y análisis en la solución. - Pertinencia y creatividad en la propuesta. - Impacto y viabilidad de las soluciones propuestas.
Proyecto de Investigación Aplicada	Sustentación de un proyecto de investigación que analice tendencias del campo de la comunicación y proponga estrategias de generación de contenidos o de comunicación estratégica innovadoras.	Evaluar la capacidad de los estudiantes para justificar y sustentar decisiones estratégicas basadas en investigación rigurosa.	- Estructura clara en la presentación. - Argumentación basada en datos y análisis de tendencias. - Innovación en las propuestas. - Coherencia entre los resultados de la investigación y las estrategias propuestas.
Evaluación Externa (Jurado o Cliente)	Involucrar a aliados estratégicos o jurados externos en la evaluación de proyectos finales para garantizar la aplicabilidad y pertinencia de las propuestas.	Obtener retroalimentación profesional externa que valide la calidad y relevancia del trabajo desarrollado por los estudiantes.	- Relevancia del proyecto para el mercado real. - Impacto de la solución en el cliente. - Innovación y pertinencia de las estrategias propuestas. - Presentación profesional del proyecto ante el jurado o cliente.

Fuente: Elaboración Propia

Cada uno de estos instrumentos de evaluación se diseña para medir de manera integral las competencias de los estudiantes, desde el dominio técnico hasta la capacidad estratégica, asegurando que los egresados estén preparados para enfrentar los desafíos profesionales. Los proyectos y presentaciones a lo largo del programa permiten a los estudiantes demostrar no solo sus habilidades creativas y técnicas, sino también su capacidad para comunicar y defender sus ideas en un contexto profesional.

3.7. Estrategias y planes de mejoramiento desarrollados por el programa académico

3.7.1. Procesos de autoevaluación del programa

El Sistema Interno de Aseguramiento de la Calidad Institucional-SIAC contempla todas las actividades y elementos que permiten a la Fundación Universitaria Compensar garantizar el cumplimiento de los requerimientos específicos para la prestación de los servicios de formación académica de educación formal; su objetivo es promover las actividades de autorregulación, autoevaluación y mejora continua y de esta forma fortalecer la calidad de los servicios de formación de la Fundación Universitaria



Compensar.

Este SIAC es una red que integra diferentes procesos que garantizan la prestación de un servicio educativo de calidad, entendido desde el ciclo de mejora continuo PHVA (planear, hacer, verificar y actuar) implementado por la organización, verifica el cumplimiento de los objetivos, promesas establecidas en la misión institucional, los planes estratégicos y los procesos institucionales mediante ejercicios de evaluación como la autoevaluación, el seguimiento de indicadores entre otros; también actúa mediante la autorregulación en el planteamiento de acciones de mejora para resolver los posibles desvíos.

Uno de los componentes del SIAC es la Evaluación, que se desarrolla a partir de tres actividades la autoevaluación, la medición de los resultados de aprendizaje y la evaluación docente, para este caso describiremos específicamente la actividad de la autoevaluación.

La UCompensar inició formalmente sus procesos de autoevaluación en septiembre de 2009 con la creación de la política de autoevaluación Institucional, la cual permite que en 2010 se defina como metodología principal para el desarrollo del proceso “el ciclo PHVA” (planear, hacer, verificar y actuar), el cual se ha mantenido a lo largo de los años adaptándose a los diferentes cambios regulatorios que han sido aplicados a la Educación Superior.

Este proceso se apoya de herramientas tecnológicas integradas para el registro de la información, la captura de datos y la consolidación de resultados; para lo cual se ha hecho uso permanente de varias aplicaciones de Microsoft como forms, list, power automate, power bi y sharepoint. Todo esto para facilitar el análisis y la definición de acciones de mejora y el registro del avance de estas. El detalle de todo el proceso metodológico lo encuentran en la guía de autoevaluación.

En cuanto a los resultados obtenidos a lo largo de la vigencia del registro calificado del programa de Comunicación Social en sus procesos de autoevaluación (Anexo 3.4 y 3.5) desarrollados en los últimos cinco años, los resultados son:

Tabla 34. Resultados de autoevaluación del programa.

Proceso	Enfoque	Promedio General
2020	Condiciones de calidad	3,9
2022	Condiciones de calidad	4,1
2024	Factores de calidad	4,1

Fuente: Elaboración Propia

Los procesos de autoevaluación reflejan una mejora en la percepción y en los resultados del programa, cada uno de estos procesos ha tomado decisiones sobre la gestión interna, los contenidos y la planeación del programa, y han contribuido a mejorar permanentemente las áreas que apoyan el proceso formativo y la prestación del servicio.

Lo anterior, se refleja en una deserción controlada, en la mejora en los resultados de las pruebas saber y en el mantenimiento de la matrícula.

Proceso de autoevaluación 2020, (Anexo 3.4)

- Desarrollado entre febrero y mayo del 2020
- Participantes: 101 estudiantes, 5 docentes, 25 egresados, 10 empresarios y 2 directivos académicos del programa
- Se aplicaron instrumentos de percepción como encuestas; análisis documental para evaluar el



estado de los documentos que soportan a la institución y programa y, finalmente, estadísticos, para analizar los resultados de la institución mediante indicadores como deserción, pruebas, entre otros.



Tabla 35. Consolidados resultados de autoevaluación 2020

CONDICIONES/CARACTERÍSTICAS	Análisis Documental	Análisis Estadístico		Percepción	TOTAL
	Resultado	Resultado	Ponderación	Resultado	
Condición Institucional Mecanismos de Selección	4,88	3,43	6,7%	4,14	4,15
CI.MS.e. Mecanismos de selección estudiantes	5			4,16	4,58
CI.MS.p. Mecanismos de selección profesores	4,76			4,12	4,44
Condición Institucional Estructura Académico-Administrativa	5		6,7%	4,05	4,52
CI.EAA.girc. Gobierno institucional y rendición de cuentas	5			4,19	4,59
CI.EAA.pi. Políticas Institucionales	5			3,95	4,47
CI.EAA.gi. Gestión de la Información	5			3,68	4,34
CI.EAA.ai. Arquitectura Institucional	5			4,39	4,69
Condición Institucional Cultura de Autoevaluación	4	4,0	6,7%	4,09	4,03
CI.CA Cultura de Autoevaluación	4			4,09	4,04
Condición Institucional Programa de Egresados	2,69	2,67	6,7%	3,58	2,98
CI.EG Condición Egresados	2,69			3,58	3,35
Condición Institucional Bienestar	2,77	3,0	6,7%	3,92	3,23
CI.B Bienestar	2,77			3,92	3,34
Condición Institucional Recursos Suficientes	4,63		6,7%	4,12	4,37
CI.RS Recursos suficientes	5			4,01	4,50
CI.RS.gth. Gestión del Talento Humano	5			4,27	4,63
CI.RS.rft. Recursos Físicos y Tecnológicos	3,88			3,93	3,90
CI.RS.rft. Recursos Financieros	5			4,26	4,63
Condición de Programa Denominación	4	4,0	6,7%	4,25	4,08
CP. D Denominación	4			4,25	4,12
Condición de Programa Justificación	4	4,0	6,7%	4,26	4,08
CP. J Justificación	4			4,26	4,13
Condición de Programa Aspectos Curriculares	4,54	4,0	6,7%	3,99	4,17
CP.AC.cf. Componente Formativo	4,31			3,94	4,12
CP.AC.cp. Conceptualización teórica y pedagógica	5			4,34	4,67
CP.AC.ci. Componente de interacción	4,6			3,53	4,06
CP.AC.me. Mecanismos de Evaluación	4,17			4,16	4,16
Condición de Programa Organización de las Actividades Académicas	4,43		6,7%	3,89	4,16
CP.OAA Organización de las Actividades Académicas	4,43			3,89	4,16
Condición de Programa Investigación	4,5	2,0	6,7%	4	3,5
CP. I Investigación	4,5			4	4,25
Condición de Programa Relación con el Sector Externo	4,5	3,0	6,7%	3,67	3,72
CP.RSE Relación con el Sector Externo	4,5			3,67	4,08
Condición de Programa Profesores	4,6	4,5	6,7%	4,38	4,49
CP. P Profesores	4,6			4,38	4,49
Condición de Programa Medios Educativos	4,5		6,7%	4,08	4,29
CP.ME Medios Educativos	4,5			4,08	4,29
Condición de Programa Infraestructura Física y Tecnológica	5		6,7%	3,55	4,27
CP.IFT Infraestructura física y tecnológica	5			3,55	4,27
	4,27	3,46	100%	4,00	3,90



Fuente: Elaboración Propia

Frente a estos resultados se plantearon las siguientes acciones de mejora:

Tabla 36. Acciones de mejora 2020

Condición	Actividad (acción de mejora)	Meta	Fecha máxima de ejecución
Programa de Egresados	Actualización y adecuada administración de las bases de datos de egresados.	Base actualizada a 20202 del Programa de Comunicación Social en sus diferentes ciclos de formación.	Permanente
	Comunicación permanente y personalizada sobre iniciativas institucionales de interés para los egresados.	Generación de comunicaciones personalizadas para el segmento de egresados del Programa.	Permanente
	Difusión de los convenios existentes con las bolsas de empleo para lograr la comunicación efectiva con los egresados y su posible vinculación a escenarios laborales y seguimiento de esta vinculación.	Lograr vinculaciones laborales efectivas para los egresados del programa.	Permanente
	Generación de actividades permanentes de capacitación y actualización coherentes y pertinentes para el fortalecimiento de las competencias de los egresados.	Fortalecer las competencias de los egresados frente a los requerimientos en sus procesos de empleabilidad o emprendimiento.	Permanente
Bienestar	Generación de un mecanismo anual de retroalimentación y conocimiento de las oportunidades y necesidades existentes por parte de la comunidad académica respecto al área de Bienestar.	Generar iniciativas en el área de Bienestar que respondan coherentemente con las necesidades de la comunidad académica.	Diciembre 2020
	Fortalecimiento de las iniciativas y acciones de permanencia estudiantil del Programa de Comunicación Social	Fortalecer las iniciativas y acciones de permanencia estudiantil del Programa de Comunicación Social	Permanente
	Socialización y difusión permanente a la comunidad académica institucional de las líneas de trabajo del área de Bienestar.	Informar de manera permanente a la comunidad académica institucional sobre las líneas de trabajo del área de Bienestar.	Permanente
	Generación de nuevas líneas de trabajo e iniciativas por parte de Bienestar Universitario	Generar nuevas líneas de trabajo e iniciativas por parte de Bienestar Universitario	Diciembre 2020
Relación con el sector externo	Fortalecimiento de los procesos de atención al estudiante desde el área de prácticas (oportunidad, empatía, claridad y pertinencia)	Establecer canales de comunicación y acciones de atención de los estudiantes que sean oportunas, pertinentes, claras y empáticas.	Diciembre de 2020
	Difusión clara de los procedimientos y protocolos del área de prácticas con sus tiempos de respuesta	Dar a conocer los procedimientos y protocolos del área de prácticas para garantizar que la comunidad académica se encuentre familiarizada con los mismos.	Mayo de 2021
	Generación de acciones de seguimiento desde el área de prácticas para garantizar el cumplimiento de lo establecido dentro de los documentos jurídicos para las prácticas de los estudiantes.	Garantizar la coherencia entre los documentos jurídicos de los estudiantes para sus prácticas y lo desarrollado en los escenarios desde el primer momento.	Mayo de 2021
	Ampliación del portafolio de plazas existentes para los estudiantes del programa.	Ampliar el portafolio de plazas existentes para los estudiantes del programa.	Diciembre de 2020
	Vinculación en los estudios de mercado para la oferta de educación continuada, de los segmentos de egresados y estudiantes de la institución.	Vincular en los estudios de mercado para la oferta de educación continuada, de los segmentos de egresados y estudiantes de la institución.	Mayo de 2021
	Comunicación permanente y personalizada sobre la oferta de educación continuada para los egresados y estudiantes.	Fomentar la participación de los egresados y estudiantes en la oferta de educación continuada.	Permanente
Investigación	Fortalecimiento de la participación y producción de los estudiantes en el semillero de investigación del programa.	Fortalecer la participación y producción de los estudiantes en el semillero de investigación del programa.	Permanente
	Aumento de la productividad del Programa respecto de la investigación en estricto sentido	Fortalecer los procesos de investigación en sentido del programa a través de la participación de los docentes en convocatorias de investigación internas y externas.	Permanente
Aspectos curriculares	Desarrollo de manera permanente iniciativas de relacionamiento e interacción con diversas comunidades académicas, propiciando la reflexión colectiva,	Desarrollar de manera permanente iniciativas de relacionamiento e interacción con diversas comunidades académicas, propiciando la	Permanente





	el intercambio y la formación de los estudiantes en tendencias actuales del campo de la comunicación.	reflexión colectiva, el intercambio y la formación de los estudiantes en tendencias actuales del campo de la comunicación.	
	Realización de procesos de formación presencial y virtual que apoyen el proceso formativo de los estudiantes en los diferentes ciclos y el fortalecimiento de sus competencias.	Realizar procesos de formación presencial y virtual que apoyen el proceso formativo de los estudiantes en los diferentes ciclos y el fortalecimiento de sus competencias.	Permanente
	Revisión y actualización permanente de las concreciones curriculares syllabus y planeación didáctica para garantizar temas de diversidad metodológica, evaluativa y actualización de los contenidos.	Revisar y actualizar de forma permanente las concreciones curriculares syllabus y planeación didáctica para garantizar temas de diversidad metodológica, evaluativa y actualización de los contenidos.	Permanente
	Participación de estudiantes y egresados en el Comité Curricular y difusión permanente de las actividades que se realizan en este frente con estudiantes.	Promover la participación de estudiantes y egresados en el Comité Curricular y difusión permanente de las actividades que se realizan en este frente con estudiantes.	Permanente
	Realización de talleres de fortalecimiento de competencias de manera semestral.	Realizar talleres de fortalecimiento de competencias de manera semestral.	Permanente
Organización de las Actividades Académicas	Realización de procesos de formación presencial y virtual que apoyen el proceso formativo de los estudiantes en los diferentes ciclos y el fortalecimiento de sus competencias.	Realizar procesos de formación presencial y virtual que apoyen el proceso formativo de los estudiantes en los diferentes ciclos y el fortalecimiento de sus competencias.	Permanente
Mecanismos de Selección	Revisión de la estructura de la información brindada en la página para los procedimientos de ingreso de nuevos estudiantes y para solicitudes académicas de estudiantes antiguos.	Garantizar que aspirantes y estudiantes tengan acceso a información clara y oportuna de los procesos académicos.	Diciembre 2020
	Alineación permanente del programa en los procesos de autoevaluación institucionales para garantizar la calidad académica.	Garantizar procesos de evaluación permanente del programa identificando fortalezas y oportunidades de mejora en el marco de su calidad académica.	Permanente
	Realización de encuentros focalizados con estudiantes de comunicación social, para socializar avances y resolver inquietudes de cara a la dinámica del Programa.	Realizar encuentros focalizados con estudiantes de comunicación social, para socializar avances y resolver inquietudes de cara a la dinámica del Programa.	Permanente
	Implementación de un plan de estímulos para docentes del Programa de cara a sus aportes en docencia, investigación y proyección social.	Implementar un plan de estímulos para docentes del Programa de cara a sus aportes en docencia, investigación y proyección social.	Permanente
Estructura Académico - Administrativa	Realización permanente y rigurosa de los procesos de elección de los representantes estudiantiles y docentes ante los órganos de gobierno institucional.	Desarrollar procesos de elección de los representantes estudiantiles y docentes ante los órganos de gobierno institucional.	Septiembre de 2020
	Socialización permanente de los aportes y acciones realizadas por los representantes estudiantiles y docentes ante los órganos de gobierno institucional.	Hacer evidente la gestión realizada por los representantes estudiantiles y docentes ante los órganos de gobierno institucional.	Permanente
	Difusión de los canales existentes para acceder a las políticas institucionales para mantener informados a los grupos de interés de la universidad.	Garantizar el acceso permanente y conocimiento de la comunidad universitaria, de las políticas institucionales.	Permanente
	Fortalecimiento de los procesos para la gestión de la información institucional.	Fortalecer los procesos para la gestión de la información institucional.	Permanente
Cultura de la Autoevaluación	Realización de procesos de autoevaluación de acuerdo con los tiempos institucionales y fomento de una cultura permanente de la evaluación.	Realizar procesos de autoevaluación de acuerdo con los tiempos institucionales y fomentar una cultura permanente de la evaluación.	Permanente
Recursos Suficientes	Construcción de protocolos institucionales para el acceso a equipos.	Construir y difundir los protocolos institucionales para el acceso a equipos.	Diciembre de 2020
Profesores	Formación de los docentes del programa en metodologías activas para la diversificación de sus procesos de aula. Apoyo en la formación posgradual.	Formar a los docentes del programa en metodologías activas para la diversificación de sus procesos de aula y apoyar su formación posgradual y permanente.	Permanente
Medios Educativos	Mantener la divulgación y el uso de los medios y actividades disponibles para toda la comunidad académica.	Mantener la divulgación y el uso de los medios y actividades disponibles para toda la comunidad académica.	Permanente





Infraestructura Física y Tecnológica	Análisis el estado actual de algunos espacios los cuales no cuentan con condiciones de luz y ventilación suficientes, así como equipos con adecuado funcionamiento.	Analizar el estado actual de algunos espacios los cuales no cuentan con condiciones de luz y ventilación suficientes, así como equipos con adecuado funcionamiento.	Mayo de 2021
--------------------------------------	---	---	--------------

Fuente: Elaboración Propia

Proceso de autoevaluación 2022 (Anexo 3.5)

- Desarrollado entre febrero y julio del 2022
- Participantes: 79 estudiantes, 4 docentes, 15 egresados, 10 empresarios y 2 directivos académicos del programa
- Se aplicaron, igual que en 2020, instrumentos de percepción como encuestas; análisis documental para evaluar el estado de los documentos que soportan a la institución y programa y, finalmente, instrumentos de análisis estadístico, para analizar los resultados de la institución con indicadores como deserción, pruebas de saber, entre otros.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Tabla 37. Resultados obtenidos Autoevaluación 2022.

CONDICIONES/CARACTERÍSTICAS	Documental	Estadístico	Percepción	Promedio General
Condición Institucional Mecanismos de Selección	4,34	4,37	4,36	4,35
Mecanismos de selección estudiantes	3,95	3,75	4,38	4,02
Mecanismos de selección profesores	4,74	5,0	4,34	4,69
Condición Institucional Estructura Académico Administrativa	4,45		3,82	4,13
Gobierno institucional y rendición de cuentas	4,70	-	3,89	4,29
Políticas Institucionales	4,59	-	3,67	4,13
Gestión de la Información	3,78	-	4,04	3,91
Arquitectura Institucional	4,75	-	3,70	4,22
Condición Institucional Cultura de Autoevaluación	-	3,0	4,27	3,63
Condición Institucional Programa de Egresados	3,71	3,5	3,75	3,65
Condición Institucional Bienestar	4,24	3,5	3,90	3,88
Condición Institucional Recursos Suficientes	4,65		3,86	4,25
Recursos Suficientes	4,53	-	3,89	4,19
Gestión del Talento Humano	4,88	-	4,06	4,47
Recursos Físicos y Tecnológicos	4,29	-	4,15	4,22
Recursos Financieros	4,91	-	3,34	4,12
Condición de Programa Denominación	4,67	-	4,12	4,4
Condición de Programa Justificación	4,67	-	4,06	4,3
Condición de Programa Aspectos Curriculares	4,67		4,0	4,33
Componente Formativo	4,67	-	4,02	4,3
Conceptualización teórica y pedagógica	4,67	-	4,10	4,4
Componente de interacción	4,67	-	3,80	4,2
Mecanismos de Evaluación	4,67	4,29	4,04	4,33
Condición de Programa Organización de las Actividades Académicas	4,62	-	4,07	4,3
Condición de Programa Investigación	4,67	4,5	4,02	4,4
Condición de Programa Relación con el Sector Externo	4,31	4,60	3,91	4,27
Condición de Programa Profesores	4,63	4,0	4,19	4,27
Condición de Programa Medios Educativos	3,92	-	4,13	4,0
Condición de Programa Infraestructura Física y Tecnológica	3,78	-	3,94	3,86
	4,1	3,97	4,57	4,10

Fuente: Elaboración Propia





Frente a estos resultados se plantearon las siguientes acciones de mejora:

Tabla 38. Acciones de mejora autoevaluación 2022

CONDICIÓN	PRIORIDAD	SITUACIÓN QUE PRETENDE AJUSTAR	ACTIVIDAD Y/O ACCIÓN	OBJETIVO DE LA ACCIÓN	Meta
Programa de Egresados	INMEDIATA	Falta de seguimiento y de contacto permanente con los egresados para su vinculación y participación en iniciativas institucionales y de programa.	Actualización y adecuada administración de las bases de datos de egresados.	Mantener actualizada la información de contacto de los egresados para socializar y difundir iniciativas de interés.	Fortalecimiento de la relación y comunicación permanente con los egresados del Programa.
			Comunicación permanente y personalizada sobre iniciativas institucionales de interés para los egresados.	Fomentar la participación y contacto de los egresados con la institución y el programa.	
			Difusión de los convenios existentes con las bolsas de empleo para lograr la comunicación efectiva con los egresados y su posible vinculación a escenarios laborales y seguimiento de esta vinculación.	Propiciar la vinculación de egresados a escenarios laborales con el apoyo institucional.	
			Generación de actividades permanentes de capacitación y actualización coherentes y pertinentes para el fortalecimiento de las competencias de los egresados.	Generar actividades permanentes de capacitación y actualización coherentes y pertinentes para el fortalecimiento de las competencias de los egresados.	
Bienestar	INMEDIATA	Desconocimiento de la comunidad académica del programa frente a la variedad de procesos que se promueven desde el área de Bienestar.	Generación de un mecanismo anual de retroalimentación y conocimiento de las oportunidades y necesidades existentes por parte de la comunidad académica respecto al área de Bienestar.	Conocer las necesidades de la comunidad académica para el área de Bienestar.	Generación de iniciativas en el área de Bienestar que respondan coherentemente con las necesidades de la comunidad académica del Programa.
			Fortalecimiento de las iniciativas y acciones de permanencia estudiantil del Programa de Comunicación Social	Fortalecer las iniciativas y acciones de permanencia estudiantil del Programa de Comunicación Social	
			Socialización y difusión permanente a la comunidad académica institucional de las líneas de trabajo del área de Bienestar.	Socializar y difundir de manera permanente a la comunidad académica institucional las líneas de trabajo del área de Bienestar.	
			Generación de nuevas líneas de trabajo e iniciativas por parte de Bienestar Universitario	Generar nuevas líneas de trabajo e iniciativas por parte de Bienestar Universitario	





Relación con el sector externo	MEDIANO PLAZO	Falta de acciones para la relación con el sector externo	Vinculación en los estudios de mercado para la oferta de educación continuada, de los segmentos de egresados y estudiantes de la institución.	Vincular en los estudios de mercado para la oferta de educación continuada, de los segmentos de egresados y estudiantes de la institución.	Consolidación de la oferta de educación continua del Programa
			Comunicación permanente y personalizada sobre la oferta de educación continuada para los egresados y estudiantes.	Fomentar la participación de los egresados y estudiantes en la oferta de educación continuada.	
			Desarrollo de manera permanente iniciativas de relacionamiento e interacción con diversas comunidades académicas, propiciando la reflexión colectiva, el intercambio y la formación de los estudiantes en tendencias actuales del campo de la comunicación.	Desarrollar de manera permanente iniciativas de relacionamiento e interacción con diversas comunidades académicas, propiciando la reflexión colectiva, el intercambio y la formación de los estudiantes en tendencias actuales del campo de la comunicación.	Fortalecimiento de la relación e interacción con el sector externo y diversas comunidades académicas, propiciando la reflexión colectiva, el intercambio y la formación de los estudiantes en tendencias actuales del campo de la comunicación.
			Realización de procesos de formación presencial y virtual que apoyen el proceso formativo de los estudiantes en los diferentes ciclos y el fortalecimiento de sus competencias.	Realizar procesos de formación presencial y virtual que apoyen el proceso formativo de los estudiantes en los diferentes ciclos y el fortalecimiento de sus competencias.	
			Firmar nuevos convenios de práctica profesional y alianzas con organizaciones para acciones conjuntas	Ampliar de la red de contactos del Programa en cuanto sitios de práctica profesional y alianzas.	
			Difusión de las iniciativas de proyección social a la comunidad académica del programa.	Difundir las iniciativas de proyección social a la comunidad académica del programa.	
			Realización de procesos de formación presencial y virtual que apoyen el proceso formativo de los estudiantes en los diferentes ciclos y el fortalecimiento de sus competencias.	Realizar procesos de formación presencial y virtual que apoyen el proceso formativo de los estudiantes en los diferentes ciclos y el fortalecimiento de sus competencias.	
Investigación	MEDIANO PLAZO	Falta de participación de los estudiantes en las iniciativas de investigación formativa del programa y necesidad de aumento en la productividad de investigación del Programa.	Fortalecimiento de la participación y producción de los estudiantes en el semillero de investigación del programa.	Fortalecer la participación y producción de los estudiantes en el semillero de investigación del programa.	Fortalecimiento de los semilleros de investigación del programa.
			Aumento de la productividad del Programa respecto de la investigación en estricto sentido	Fortalecer los procesos de investigación en sentido del programa a través de la participación de los docentes en convocatorias de investigación internas y externas.	Aumento en la participación en procesos de investigación en sentido estricto y productividad





Aspectos curriculares	MEDIANO PLAZO	Alineación con la política curricular institucional	Revisión y actualización permanente de las concreciones curriculares syllabus y planeación didáctica para garantizar temas de diversidad metodológica, evaluativa y actualización de los contenidos.	Revisar y actualizar de forma permanente las concreciones curriculares syllabus y planeación didáctica para garantizar temas de diversidad metodológica, evaluativa y actualización de los contenidos.	Alineación del Programa a la política curricular institucional
			Participación de estudiantes y egresados en el Comité Curricular y difusión permanente de las actividades que se realizan en este frente con estudiantes.	Promover la participación de estudiantes y egresados en el Comité Curricular y difusión permanente de las actividades que se realizan en este frente con estudiantes.	
			Realización de talleres de fortalecimiento de competencias de manera semestral.	Realizar talleres de fortalecimiento de competencias de manera semestral.	
			Realización de encuentros focalizados con estudiantes de comunicación social, para socializar avances y resolver inquietudes de cara a la dinámica del Programa.	Realizar encuentros focalizados con estudiantes de comunicación social, para socializar avances y resolver inquietudes de cara a la dinámica del Programa.	
			Difusión de los canales existentes para acceder a las políticas institucionales para mantener informados a los grupos de interés de la universidad.	Garantizar el acceso permanente y conocimiento de la comunidad universitaria, de las políticas institucionales.	





Cultura de Autoevaluación	MEDIANO PLAZO	En términos generales la condición fue bien evaluada, sin embargo, existe una percepción entre la comunidad estudiantil y los egresados, respecto de una necesidad de fortalecimiento de la autoevaluación para garantizar la calidad académica del Programa.	Realización de procesos de autoevaluación de acuerdo con los tiempos institucionales y fomento de una cultura permanente de la evaluación.	Realizar procesos de autoevaluación de acuerdo con los tiempos institucionales y fomentar una cultura permanente de la evaluación.	Cumplimiento de los procesos de autoevaluación de acuerdo con los tiempos institucionales y fomentar una cultura permanente de la evaluación.
Profesores	MEDIANO PLAZO	Esta condición fue bien evaluada. Se considera que el programa cuenta con un buen grupo de docentes, el cual cumple con la formación y la experiencia. Se sugiere fortalecer el tema didáctico, metodológico y de diversidad en las formas de evaluación.	Formación de los docentes del programa en metodologías activas para la diversificación de sus procesos de aula. Apoyo en la formación posgradual.	Formar a los docentes del programa en metodologías activas para la diversificación de sus procesos de aula.	Actualización de los docentes del programa en metodologías activas para la diversificación de sus procesos de aula, formación posgradual y permanente
Infraestructura Física y Tecnológica	MEDIANO PLAZO	Análisis el estado actual de algunos espacios los cuales no cuentan con condiciones de luz y ventilación suficientes, así como equipos con adecuado funcionamiento.	Elaborar un informe del estado actual de algunos espacios los cuales no cuentan con condiciones de luz y ventilación suficientes, así como equipos con adecuado funcionamiento.	Analizar el estado actual de algunos espacios los cuales no cuentan con condiciones de luz y ventilación suficientes, así como equipos con adecuado funcionamiento.	Plan de adecuación de espacios físicos y de equipos del Programa

Fuente: Elaboración Propia

Proceso de autoevaluación 2024 (Anexo 3.6)

- Desarrollado entre febrero y julio del 2024
- Participantes: 74 estudiantes, 9 docentes, 14 egresados, 10 empresarios y 1 directivo académico del programa
- Se aplicaron, igual que en 2020 y 2022, instrumentos de percepción como encuestas; análisis documental para evaluar el estado de los documentos que soportan a la institución y programa y, finalmente, instrumentos de análisis estadístico, para analizar los resultados de la institución con indicadores como deserción, pruebas de saber, entre otros.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes:



Tabla 39. Resultados obtenidos Autoevaluación 2024.

Factor	Calificación	Valoración	Característica	Resultado	Calificación
Proyecto educativo del programa e identidad institucional	4,11	Cumple en alto grado	Proyecto educativo del programa	4,02	Cumple en alto grado
			Relevancia Académica y Pertinencia Social del Programa Académico	4,09	Cumple en alto grado
Estudiantes	4,12	Cumple en alto grado	Participación en actividades de formación integral	3,89	Cumple aceptablemente
			Orientación y Seguimiento a estudiantes	4,00	Cumple en alto grado
			Capacidad de Trabajo Autónomo	5,00	Cumple plenamente
			Reglamento Estudiantil y Política Académica	4,13	Cumple en alto grado
Profesores	4,03	Cumple en alto grado	Selección, Vinculación y Permanencia	3,53	Cumple aceptablemente
			Estatuto Profesorado	4,25	Cumple en alto grado
			Número, dedicación, nivel de formación y experiencia	5,00	Cumple plenamente
			Desarrollo Profesorado	4,44	Cumple en alto grado
			Estímulos a la trayectoria profesional	4,11	Cumple en alto grado
			Producción, pertinencia, utilización e impacto de material docente	4,14	Cumple en alto grado
			Remuneración por méritos	3,78	Cumple aceptablemente
			Evaluación de profesores	4,23	Cumple en alto grado
Egresados	4,05	Cumple en alto grado	Seguimiento a Egresados	3,39	Cumple aceptablemente
			Impacto de los egresados en el medio social y académico	4,70	Cumple en alto grado
Aspectos académicos y resultados de aprendizaje	4,05	Cumple en alto grado	Integralidad de Aspectos Curriculares	5,00	Cumple plenamente
			Flexibilidad de los Aspectos Curriculares	3,87	Cumple aceptablemente
			Interdisciplinariedad	3,92	Cumple aceptablemente
			Estrategias Pedagógicas	4,14	Cumple en alto grado
			Sistema de Evaluación	4,02	Cumple en alto grado
			Resultados de Aprendizaje	5,00	Cumple plenamente
			Competencias	4,09	Cumple en alto grado
			Evaluación y autorregulación del programa	4,17	Cumple en alto grado
			Vinculación e Interacción Social	5,0	Cumple plenamente





Permanencia y graduación	4,26	Cumple en alto grado	Social		
			Políticas, estrategias para la permanencia y la graduación.	5,0	Cumple plenamente
			Caracterización de Estudiantes y Sistema de Alertas Tempranas	4,13	Cumple en alto grado
			Ajustes a los aspectos curriculares	4,26	Cumple en alto grado
Interacción con el entorno nacional e internacional	4,02	Cumple en alto grado	Mecanismos de Selección	3,0	Cumple aceptablemente
			Inserción del programa en contexto académicos nacionales internacionales	5,0	Cumple plenamente
			Relaciones externas de profesores y estudiantes	4,02	Cumple en alto grado
			Habilidades comunicativas en una segunda lengua	5,0	Cumple plenamente
Aportes de la investigación, la innovación, el desarrollo tecnológico y la creación, asociados al programa académico	4,10	Cumple en alto grado	Formación para la investigación, desarrollo tecnológico, la innovación y la creación	4,10	Cumple en alto grado
Bienestar de la comunidad académica del programa	3,88	Cumple aceptablemente	Compromiso con la investigación, desarrollo tecnológico, la innovación y la creación	4,10	Cumple en alto grado
			Programas y servicios	3,88	Cumple aceptablemente
			Participación y seguimiento	4,0	Cumple en alto grado
Medios educativos y ambientes de aprendizaje	3,95	Cumple aceptablemente	Estrategias y recursos de apoyo a profesores	3,84	Cumple aceptablemente
			Estrategias y recursos de apoyo a estudiantes	4,01	Cumple en alto grado
			Recursos Bibliográficos y de Información	4,07	Cumple en alto grado
Organización, administración y financiación del programa académico	4,00	Cumple en alto grado	Organización y Administración	3,95	Cumple aceptablemente
			Dirección y Gestión	3,88	Cumple aceptablemente
			Sistema de Información y Comunicación	4,0	Cumple en alto grado
			Estudiantes y Capacidad Institucional	3,82	Cumple aceptablemente
			Financiación del Programa Académico	5,0	Cumple plenamente
			Aseguramiento de la Calidad	4,14	Cumple en alto grado
Recursos físicos y tecnológicos	3,69	Cumple aceptablemente	Recursos de Infraestructura Física y Tecnológica	3,33	Cumple aceptablemente
			Recursos Informáticos y de Comunicación	3,69	Cumple aceptablemente

Elaboración propia

Frente a estos resultados se plantearon las siguientes acciones de mejora:





Tabla 40. Acciones de mejora autoevaluación 2024

Proceso y/o área responsable	Origen de la situación	Descripción del hallazgo o de la oportunidad de mejora	Factor /Condición	Prioridad	Tipo de Acción
Bogotá Comunicación Social	7. Oportunidad de mejora encontradas durante el proceso de autoevaluación	Existe una necesidad de fortalecer el vínculo y el seguimiento a egresados.	Egresados	Mediano Plazo	Correctiva
Bogotá Comunicación Social	7. Oportunidad de mejora encontradas durante el proceso de autoevaluación	El acceso y préstamo de equipos audiovisuales (software Adobe Premiere, cámaras, etc.) presenta dificultades debido a la falta de procedimientos claros y el desconocimiento en áreas administrativas, lo que afecta la calidad formativa.	Recursos físicos y tecnológicos	Mediano Plazo	Correctiva
Bogotá Comunicación Social	7. Oportunidad de mejora encontradas durante el proceso de autoevaluación	Se requiere un análisis del contexto y estrategias para atraer nuevos estudiantes.	Permanencia y graduación	Mediano Plazo	Correctiva
Bogotá Comunicación Social	7. Oportunidad de mejora encontradas durante el proceso de autoevaluación	Es necesario generar una estrategia de comunicación más pertinente para que los estudiantes, especialmente los de jornada nocturna, conozcan y participen en las iniciativas del Programa.	Bienestar de la comunidad académica del programa.	Mediano Plazo	Correctiva
Bogotá Comunicación Social	7. Oportunidad de mejora encontradas durante el proceso de autoevaluación	Si bien existen mecanismos (doble programa, co terminales, homologación, etc.), es necesario trabajar en su difusión y socialización para que sean aprovechados por toda la comunidad académica.	Aspectos académicos y resultados de aprendizaje	Mediano Plazo	Correctiva
Bogotá Comunicación Social	7. Oportunidad de mejora encontradas durante el proceso de autoevaluación	Se evidencia por parte de los estudiantes del programa, una necesidad de vinculación con escenarios prácticos antes de la práctica profesional, como experiencia de aprendizaje pertinente de cara a las necesidades del entorno.	Aspectos académicos y resultados de aprendizaje	Mediano Plazo	Correctiva

Elaboración propia

Relación de Anexos

- Anexo 3.1.** Lineamientos y políticas curricular
- Anexo 3.2.** Diseño Curricular – Mapa de competencias y resultados de aprendizaje programa C. Social
- Anexo 3.3.** Modelo de Formación
- Anexo 3.4.** Informe de autoevaluación 2020
- Anexo 3.5** Informe de Autoevaluación 2022
- Anexo 3.6** Informe de Autoevaluación 2024
- Anexo. 3.7** Reglamento estudiantil
- Anexo 3.8** PEI UCompensar
- Anexo 3.9** Lineamientos modalidad híbrida



4. ORGANIZACIÓN DE ACTIVIDADES ACADÉMICAS Y PROCESO FORMATIVO

4.1 Planeación de la Estructura Curricular

Dado que la estructuración del currículo requiere de una organización escalonada que garantice la coherencia interna de las acciones formativas, en la Fundación Universitaria Compensar se han definido cuatro niveles de concreción en los cuales se precisan, de forma gradual, los propósitos, finalidades, estrategias, planes, programas, proyectos, formas, medios y recursos requeridos para hacer posible la formación integral del estudiante, en relación con las necesidades externas e internas del contexto.

Estos escalones se definen desde lo más general, de alcance institucional (el Macrocurrículo) hasta el más particular y específico que se desarrolla en el aula de clase en la relación directa docente-estudiante (el Microcurrículo), pasando por el Meso y el Meso currículo.

El Macrocurrículo: Es el nivel más general del currículo; su denominación alude al alcance que tiene sus definiciones y directrices. En este se establecen no sólo los propósitos, las estrategias, los mecanismos y los recursos más amplios de la organización del proceso formativo, sino que, además, establece las finalidades mayores a las que apunta la acción educativa que se adelanta a nivel general en la institución.

Mesocurrículo: Es el segundo nivel de concreción del currículo, que tiene alcance de Facultad o Áreas transversales. En este definen no sólo los propósitos, las estrategias, los mecanismos y los recursos a utilizar en la acción formativa para un campo de conocimiento y en torno a un objeto de estudio en particular de una Facultad o Departamento Transversal, sino que, además, establece las finalidades a las que apunta la acción educativa que se adelanta en esta unidad académica.

Mesocurrículo: En este se definen los propósitos, las estrategias, los mecanismos y los recursos a utilizar en la acción formativa para un área de conocimiento en particular y en torno a un objeto de estudio específico de un programa. Además, establece las finalidades a las que apunta la acción educativa que se adelanta en dicho programa.

Microcurrículo: En este se describen de manera detallada los objetivos, contenidos, metodologías de enseñanza, evaluación y recursos necesarios para desarrollar una asignatura específica dentro de un programa académico. Es una herramienta fundamental para la planificación y el desarrollo de los cursos, ya que establece los lineamientos generales para alcanzar los objetivos educativos propuestos.

4.2 Pautas de estructuración de los programas

Programa terminal: son programas que responden a perfiles independientes, con propósitos de formación particulares, conducente, por tanto, a títulos que no dependen de otros para su obtención, por cuanto no están integrados o articulados curricularmente con otro programa.

Programa co-terminal: programa académico que desde su diseño curricular ha sido integrado con otro programa de nivel de formación superior, mediante la ubicación, en los últimos semestres, de espacios formativos (asignaturas, cursos o módulos -partes más pequeñas que constituyen las asignaturas o los cursos) de un campo de conocimiento amplio que sirve de puente conductor para avanzar en otro plan de estudios, con objeto de estudio similar. Esto representa créditos adelantados de otro programa (por cuanto estos créditos serán reconocidos como cursados y homologados en el otro programa) funcionando como peldaños para avanzar en la formación, al tiempo que finaliza el programa inicial.



Programa por ciclos propedéuticos: Se entiende por ciclos propedéuticos un modelo que construye, desde el comienzo, las bases para que el estudiante se especialice en el hacer de su área de aprendizaje. Por lo anterior, para UCompensar estos son programas académicos con diseños curriculares interdependientes, en cuya estructura se acoplan, de manera secuencial y complementaria, dos o tres programas de diferente nivel de formación. Según el Decreto 1330 de 2019, cada programa que conforma el gran programa académico articulado por ciclos propedéuticos debe conducir a un título que habilite independiente para el desempeño laboral como técnico profesional, tecnólogo o profesional universitario, según lo definido por la Ley 749 de 2002.

La oferta de formación por ciclos propedéuticos deberá preservar la independencia entre los programas del ciclo, para lo que cada nivel deberá garantizar un perfil formativo pertinente según el nivel ofrecido, que le permita al egresado insertarse en el campo laboral y a su vez le posibilita continuar su formación con acceso a un nivel formativo superior, dado por el componente propedéutico incluido en el diseño curricular.

Para efectos del presente documento, el programa de Comunicación Social se encuentra estructurado como un programa terminal.

4.3 Modelo de créditos y distribución de horas de las actividades académicas

La organización de actividades académicas está asociada con el desarrollo de acciones y labores tanto en tiempos de estudio independiente y tiempos de trabajo directo con docente, recreando espacios y ambientes de aprendizaje a partir de: talleres, laboratorios, prácticas, simulaciones, visitas a empresas, movilidades, misiones o intercambios, entre otros. Las actividades académicas de la modalidad presencial se estructuran en 16 semanas que constituyen el periodo académico; las de virtualidad se desarrollan en 16 semanas distribuidas en dos momentos de 8 semanas cada uno; en el caso de programas a distancia están organizadas en 20 semanas distribuidos en dos momentos, cada uno de 10 semanas, con encuentros presenciales y virtuales diferenciados según el número de créditos de las asignaturas:

Tabla 41. Modelo de créditos y distribución de horas de interacción profesor – estudiante de acuerdo con la modalidad, nivel de formación y las prácticas:

CR	PREGRADOS MODALIDAD PRESENCIAL		PREGRADOS VIRTUALES Y ESPECIALIZACIONES PRESENCIALES Y VIRTUALES		MODALIDAD DISTANCIA				PRÁCTICA PRESENCIAL Y VIRTUAL					
	Relación 1:2		Relación 1:3		Relación 1:4		DISTRIBUCIÓN DE TIEMPOS DE TRABAJO INDEPENDIENTE		Relación 1:5 Programas antiguos		Relación 1:6 Programas nuevos		Relación 2:1 Programas de Salud	
	TDD	TI	TDD	TI	TDD	TI	TI-IND	TI-COL	TDD - ASesoría	TI - PRÁCTICA	TDD - ASesoría	TI - PRÁCTICA	TDD - ASesoría	TI - PRÁCTICA
1	16	32	12	36	10	38	19	19	16	40	7	41	16	32
2	32	64	24	72	19	77	38	38	32	80	14	82	64	128
3	48	96	36	108	29	115	58	58	48	120	21	123	96	192
4	64	128	48	144	38	154	77	77	64	160	28	165	128	256
5	80	160	60	180	48	192	96	96	80	200	34	206	160	320
6	96	192	72	216	58	230	115	115	96	240	41	247	192	384
7	112	224	84	252	67	269	134	134	112	280	48	288	224	448
8	128	256	96	288	77	307	154	154	128	320	55	329	256	512
9	144	288	108	324	86	346	173	173	144	360	62	370	288	576
10	160	320	120	360	96	384	192	192	160	400	69	411	320	640
11	176	352	132	396	106	422	211	211	176	440	75	453	352	704
12	192	384	144	432	115	461	230	230	192	480	82	494	384	768

Fuente: Elaboración Propia

Relación 1:2 corresponde a una hora de trabajo directo con docente por dos horas de trabajo independiente del estudiante (este último integra el trabajo independiente individual y el trabajo independiente en acciones colaborativas). Aplica para programas presenciales en todos los niveles de formación.

Relación 1:3 corresponde a una hora de trabajo directo con docente (encuentro sincrónico y asesorías) por tres horas de trabajo independiente del estudiante (este último integra el trabajo independiente individual y el trabajo independiente en acciones colaborativas como foros, actividades evaluativas, consultas, lecturas). Aplica para programas virtuales de pregrado y especializaciones presenciales y virtuales.



Relación 1:4 corresponde a una hora de trabajo directo con docente por tres horas de trabajo independiente del estudiante (este último integra el trabajo independiente individual y el trabajo independiente en acciones colaborativas). Aplica para programas a distancia en cualquier nivel de formación. En ellos, el estudiante aumenta la inversión de tiempo, por cuanto las condiciones particulares de autogestión, autorregulación y autoaprendizaje, mucho más exigentes.

Relación 1:5 y 1:6: En cuanto a las asignaturas prácticas la relación de tiempos es 1:5 o 1:6 (programas antiguos o nuevos) dado que en estos espacios el estudiante asume actividades de preparación para la vida laboral, con seguimiento directo de mentores en el sitio de práctica y la asesoría permanente del tutor. La definición de la relación de tiempos/ créditos debe verificarse en el diseño de programas nuevos, con la Unidad de Prácticas de la Institución, para validar si es pertinente para los propósitos formativos esperados y la particularidad del programa.

Proyecto Educativo del Programa (PEP) (Anexo 4.1)

El Proyecto Educativo de Programa –PEP– se constituye en el instrumento de diseño curricular (a nivel meso) que pretende sintetizar la propuesta formativa, pedagógica y de interacción del programa de Comunicación Social.

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. Ahora bien, teniendo en cuenta que el programa tiene como propósito formar profesionales líderes en procesos de comunicación en el sector productivo que fortalezcan el posicionamiento, la identidad y las relaciones de las organizaciones con sus diversos públicos, se establecen tres líneas de formación que responden a este propósito a saber: generación de contenido multiplataforma periodístico y corporativo, comunicación y relacionamiento estratégico y aprendizaje experiencial- Laboratorios vivos, de las que surgen los espacios académicos donde se desarrollan los referentes conceptuales y la generación de evidencias académicas que permiten validar la adquisición de aprendizajes.

El plan de estudio del programa Comunicación Social cuenta con espacios teóricos, teórico-prácticos y prácticos en consonancia con la apuesta de modalidad híbrida como se muestra en la tabla 42.

Tabla 42. Distribución de Créditos de acuerdo con su naturaleza (Teórico, teórico-práctico, práctico).

Modalidad híbrida	Teóricos	Teórico-Prácticos	Prácticos
Presencial	2.8%	60.8, %	4,9%
Virtual	8.3 %	23,1%	0%

Fuente: Elaboración Propia

Ejemplo de Syllabus (Anexo 4.1)

INFORMACIÓN GENERAL DEL CURSO			
Programa Académico:	Comunicación Social	Nivel de Formación.	Profesional
Sede:	Bogotá	Código del curso:	
Nombre del curso:	Gestión de la comunicación	Modalidad:	Presencial
Semestre:	IV	Número de Créditos:	2
Tipo o naturaleza del curso:	Teórico Práctico	Componente de formación:	Disciplinar específico
Carácter del curso:	Obligatoria	Versión:	1.0
Horas Totales:	96	Horas de Trabajo Directo con Docente	32



		Horas Trabajo Independiente:		64
PRESENTACIÓN DEL CURSO				
Generalidad del curso				
La Gestión Organizacional tiene su fundamentación conceptual en el estudio de las organizaciones y la forma en que son administradas. Para el desarrollo de la misma, se abordan temáticas relacionadas con la evolución, las características, las tecnologías y modelos de gestión aplicables al interior de las organizaciones, por lo cual se hace un análisis desde distintos enfoques, para poder entender el funcionamiento y las distintas formas de gestionar una organización en el entorno laboral actual. Esta asignatura le permitirá al estudiante reflexionar sobre la importancia, aplicabilidad y pertinencia de las organizaciones para la satisfacción de necesidades de todo tipo, a través del desarrollo de diferentes actividades y la resolución de situaciones problemáticas. Al finalizar esta asignatura, el estudiante estará en la capacidad de categorizar las organizaciones de acuerdo con sus particularidades y así desarrollar estrategias de gestión de acuerdo con las necesidades y objetivos propuestos desde la gestión organizacional. Alcance en cuanto a conocimientos, actitudes y habilidades asociadas Al terminar la asignatura el estudiante estará en capacidad de analizar las dimensiones de la comunicación en las organizaciones en relación con los planes de acción de la dirección empresarial, generar procesos comunicativos pertinentes a la naturaleza propia de cada organización y sus metas y objetivos de producción y evaluar los componentes de los procesos comunicativos dentro de las organizaciones y sus implicaciones en las iniciativas de transformación e innovación organizacional.				
COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE				
Competencia		Diseña procesos de comunicación estratégica en las empresas y organizaciones de todos los sectores, teniendo en cuenta su naturaleza, estructura, necesidades y problemáticas, para generar acciones comunicativas responsables, que contribuyan al mejoramiento de sus procesos encaminados al logro de metas y objetivos particulares, basados en la aplicación de metodologías de diagnóstico organizacional y una lectura juiciosa del contexto en el que dichas organizaciones se insertan.		
Resultado(s) de aprendizaje del curso		Explica las implicaciones de la comunicación a lo largo de toda la estructura organizativa, sus actores, voceros, procesos y funciones, para coordinar con sentido ético, los procesos comunicativos, productivos y de bienestar de las empresas, basados en los estudios de la gestión de la comunicación y sus aplicaciones.		
CRITERIOS				
A continuación, se presentan los criterios que corresponden al desarrollo del curso, asociados a los desempeños que debe evidenciar el estudiante en su actuación. Estos son la base de los instrumentos de evaluación (Rúbricas de evaluación, matrices, listas de cotejo, entre otras) de los cuales se derivarán los indicadores y sus descriptores por nivel de desempeño.				
CR 1.		Analizar las dimensiones de la comunicación en las organizaciones en relación con los planes de acción de la dirección empresarial.		
CR 2.		Generar procesos comunicativos pertinentes a la naturaleza propia de cada organización y sus metas y objetivos de producción.		
CR 3.		Evaluar los componentes de los proceso comunicativos dentro de las organizaciones y sus implicaciones en las iniciativas de transformación e innovación organizacional.		
METODOLOGÍA QUE SE DESARROLLA EN EL CURSO				



Etapa 0. Reconocimiento

En esta etapa a partir del debate sobre lecturas sugeridas sobre la NTE y Comunicación estratégica se buscará hacer un ejercicio de reflexión y reconocimiento de conceptos base para el desarrollo del curso, en articulación con el contenido del espacio académico de comunicación organizacional del semestre anterior.

Etapa 1. Contextualización

En esta etapa de contextualización se usarán metodologías como el trabajo colaborativo con el fin que los estudiantes, desde la experiencia cotidiana, por medio de debates, simulacros en el aula y análisis de casos, reconozcan el proceso de gestión estratégica de la comunicación en las organizaciones.

Etapa 2. Profundización

En esta etapa se aplicarán permanente las metodologías activas de aprendizaje integradas en el método de aula invertida, por medio del trabajo en grupo e individual para la producción de piezas, realización de talleres y participación de expertos y empresarios en el aula que compartirán su experiencia y conocimientos con los estudiantes.

Etapa 3: Transferencia

En esta etapa de transferencia se buscará la aplicación de todos los conceptos abordados en el curso a partir del desarrollo del proyecto de aula sobre la propuesta de redefinición de la comunicación estratégica para una organización determinada.

Evaluación

Igualmente, es importante recordar que dado que es un proceso educativo por competencias la perspectiva de la evaluación cambia; por tanto, se integra a esta estrategia los momentos de valoración de desempeño de carácter formativo, no sumativo, de acuerdo con los actores intervinientes, así:

Autoevaluación: El estudiante valora sus propios desempeños, identificando el nivel alcanzado en cada momento, a partir de la revisión crítica y transparente de su propio proceso, atendiendo a unos criterios de realización/desempeños establecidos para estimar el nivel de competencia, detectando con ello fortalezas, talentos, capacidades especiales al igual que dificultades, limitantes y oportunidades de mejora.

Coevaluación: Los estudiantes realizan una valoración conjunta sobre la actuación del grupo, atendiendo a unos criterios de realización/desempeños establecidos en consenso; participando así en la valoración de los niveles de desempeño evidenciados.

Heteroevaluación: El profesor y los expertos invitados, valoran los desempeños de los estudiantes, identificando el nivel alcanzado en cada momento, atendiendo a los criterios establecidos para estimar el nivel de competencia.

CONTENIDOS TEMATICOS

Los contenidos, en la formación por competencias, se refieren a los conocimientos, actitudes, habilidades, valores y principios, asociados a los resultados de aprendizaje esperados, que, en el marco de las competencias, son apropiados e incorporados por los estudiantes a sus estructuras (cognitivas, morales y procedimentales) para lograr las actuaciones idóneas en los diferentes contextos y situaciones del mundo laboral y profesional.

Los contenidos son los insumos para la toma de decisiones acertada, para el abordaje de problemas y la generación de alternativas o propuestas de solución pertinentes y de calidad. Ellos, en suma, son puestos en escena acertada, oportuna y eficazmente según las condiciones y referentes de calidad esperados, al momento de evidenciar la competencia desarrollada. Los contenidos son el pretexto y la materia prima para el desarrollo de competencias en el proceso formativo.

Etapa 0. Reconocimiento

Nueva teoría estratégica

Concepto de gestión - competitividad

La comunicación en los niveles de gestión habilidad- función

DIRCOM

Etapa 1. Contextualización

Gestión de comunicación

Gestión de marca

Identidad, reputación y comunicación de marca

Propósito estratégico de la comunicación

Estrategia de comunicación

Proceso estratégico de la comunicación

Etapa 2. Profundización

Comunicación y crisis

Responsabilidad Social

Etapa 3: Transferencia

Plan de comunicación

Campaña de comunicación





Recursos bibliográficos		Recurso disponible en
	Biblioteca de la institución	Otras bibliotecas
	Físico Enlace para ir al catálogo bibliográfico disponible para ubicar recursos bibliográficos impresos en Biblioteca https://biblioteca.ucompensar.edu.co/ Ejemplo de registro bibliográfico https://biblioteca.ucompensar.edu.co/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=12590&query_desc=administraci%C3%B3n%20de%20empresas Repositorio CRAI UCompensar: podrá ubicar documentos, trabajos de grado, artículos y publicaciones UCompensar https://repositoriocrai.ucompensar.edu.co/ Enlace para ir a las colecciones disponibles: https://unipanamericanaeduco.sharepoint.com/Portal%20MiPana/SitePages/Colecciones.aspx Digital Enlace para acceder a Recursos digitales suscritos en las bases de datos, libros y revistas digitales: https://login.unipanamericana.basesdedatos.proxy.com/menu	Enlace para ir a los recursos digitales externos: https://unipanamericanaeduco.sharepoint.com/Portal%20MiPana/SitePages/Informacion%20de%20Interes.aspx

Obligatorios			
Perez, R. (2014) "La estrategia como campo de estudio ¿Tenemos ya un nuevo paradigma? Revista Mediterránea de Comunicación: Mediterranean Journal of Communication , ISSN-e 1989-872X, Vol. 5, No. 2	X		
Scheinsohn, D. (s.f) Comunicación Estratégica y el Entendimiento Estratégico Comunicacional	X		
Fuentes, S. (s.f.) MIC Mapa integrales de comunicación	X		
Massoni, S. (s.f) Modelo de Comunicación Estratégica	X		
Complementarios			
Castro, A. D. (2014). <i>Comunicación organizacional: técnicas y estrategias</i> . Universidad del Norte. https://elibro.net/es/lc/ucompensar/titulos/69924	X		
Álvarez, Jesús Timoteo (2013). Manejo de la comunicación organizacional: espacios, herramientas y tendencias en gestión de negocios. Ediciones Díaz de Santos.	X		

Gestión	Gestión es el proceso permanente de planear, organizar, dirigir, coordinar y evaluar recursos, acciones y decisiones para alcanzar objetivos previamente definidos dentro de un sistema, proyecto u organización.
Competitividad	Capacidad que tiene una organización para generar, sostener y mejorar ventajas frente a otros actores en su entorno, creando más valor económico, social o simbólico que sus competidores, gracias a decisiones estratégicas, innovación y diferenciación.
Reputación	Es la evaluación social y simbólica que construyen los públicos sobre una organización, según su comportamiento, desempeño y coherencia en el tiempo.





Marca	es el conjunto de signos, significados, percepciones y experiencias que permiten identificar y diferenciar a una organización, producto o servicio, generando valor simbólico y emocional en la mente de los públicos
Managment	Is the continuous process of planning, organizing, leading, coordinating and evaluating resources and actions to achieve defined goals.
Competitiveness	Competitiveness is the ability of an organization to create, sustain, and improve advantages over others, by generating superior value through strategic decisions, innovation, and differentiation.
Reputation	Is the collective and long-term perception that stakeholders build about an organization, based on its behavior, performance, credibility, and consistency over time.
Brand	is the set of signs, meanings, perceptions, and experiences that identify and differentiate an organization, product, or service, creating symbolic and emotional value in people's minds.

Elaboración propia

Otro de los elementos fundamentales en el marco de la concreción microcurricular para el desarrollo de los procesos de enseñanza y aprendizaje en la UCompensar es la Planeación Didáctica.

Planeación Didáctica

Resultado de aprendizaje	Explica las implicaciones de la comunicación a lo largo de toda la estructura organizativa, sus actores, voceros, procesos y funciones, para coordinar con sentido ético, los procesos comunicativos, productivos y de bienestar de las empresas, basados en los estudios de la gestión de la comunicación y sus aplicaciones.	
Criterios de realización	CR1. Analizar las dimensiones de la comunicación en las organizaciones en relación con los planes de acción de la dirección empresarial.	
	CR2. Generar procesos comunicativos pertinentes a la naturaleza propia de cada organización y sus metas y objetivos de producción.	
	CR3. Evaluar los componentes de los procesos comunicativos dentro de las organizaciones y sus implicaciones en las iniciativas de transformación e innovación organización.	
# de créditos académicos del curso	2	
# Horas totales del curso: <u>96</u>	TI - Horas de trabajo independiente:	32
	TDD - Horas de trabajo directo con docente:	64

Planeación de actividades académicas y distribución de horas

En las Tablas 43 y 44 se relacionan **el número de horas, la organización de las actividades académicas, el tipo de valoración de Resultados de Aprendizaje, así como las evidencias, la forma de presentación o entrega de las asignaturas por modalidad, expresadas en sus concreciones curriculares.** Es importante considerar las etapas semanales, porque facilita la organización de los tiempos de aprendizaje autónomo, de aprendizaje colaborativo (con otros) y tutoría del docente, para fortalecer las competencias propuestas y los desempeños esperados.



PARA CURSOS PRESENCIALES

Tabla 43 Ejemplo de planeación didáctica Comunicación Social (Asignatura presencial)

Semana y contenidos o saberes abordados	Tiempo de trabajo en horas	Actividad	Valoración	Evidencia	Forma de presentación para realimentación	Fecha de realización de la actividad
1 Contextualización	6 horas de Trabajo independiente para revisión de syllabus esta semana.	Lectura de contextualización	Feedback del docente	Hoja de preguntas que recogen las discusiones de grupo.	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la primera semana del semestre.
1 Contextualización	3 horas para esta actividad - Horas de trabajo directo con docente	Socialización de syllabus, Introducción, firma del contrato pedagógico	Formativa – no calificable	Participación activa en las discusiones y retroalimentación	Firma de contrato pedagógico en Teams.	Esta actividad se realizará durante la primera semana del semestre.
2 Comunicación, cultura y clima organizacional	6 horas de Trabajo independiente para esta semana	Revisión de conceptos y características de la comunicación organizacional	Automática por LMS Feedback del docente	Realización mapa mental	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la segunda semana del semestre.
2 Comunicación, cultura y clima organizacional	3 horas para esta actividad	Socialización y análisis de conceptos y características de la comunicación organizacional	Sumativa - Calificable	Socialización mapa mental ventajas de una comunicación organizacional efectiva	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la segunda semana del semestre.
3 Comunicación creativa	6 horas de Trabajo independiente para esta semana	Investigación concepto creatividad como una herramienta para la realización de estrategias de comunicación.	Automática por LMS o Web Feedback del docente	Trabajo escrito en equipo	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la tercera semana del semestre.
3 Comunicación creativa	3 horas para esta actividad	Debate concepto creatividad como una herramienta para la realización de estrategias de comunicación.	Sumativa - Calificable Feedback del docente	Socialización trabajo escrito en equipo	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la tercera semana del semestre.
4 Dimensiones de comunicación organizacional	6 horas de Trabajo independiente para esta semana	Búsqueda dimensiones de comunicación de una empresa en el área interna.	Automática por LMS o Web Feedback del docente	Working paper.	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la cuarta semana del semestre.
4 Dimensiones de comunicación organizacional	3 horas para esta actividad	Exposición dimensiones de comunicación de una empresa en el área interna.	Feedback del docente	Diapositivas de la exposición	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la cuarta semana del semestre.
5 Cultura organizacional, instrumentos, medición e indicadores	6 horas de Trabajo independiente para esta semana	Lectura material de apoyo de las características de la cultura organizacional instrumentos de medición indicadores	Sumativa - Calificable Feedback del docente	Estudio de caso.	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la quinta semana del semestre.





5 Cultura organizacional, instrumentos, medición e indicadores	3 horas para esta actividad	Lectura material de apoyo de las características de la cultura organizacional instrumentos de medición indicadores	Sumativa - Calificable Feedback del docente	Participación activa en las discusiones y retroalimentación	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la quinta semana del semestre.
6 Preparación primer Parcial	6 horas de Trabajo independiente para esta semana.	Lecturas temáticas preparación primer parcial	Formativa – no calificable	Pre parcial	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la sexta semana del semestre.
6 Primer Parcial	3 horas para esta actividad	Primer Parcial	Sumativa - Calificable Feedback del docente	Retroalimentación parcial	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la sexta semana del semestre.
7 Entorno organizacional	6 horas de Trabajo independiente para esta semana	Entorno de una empresa y sus problemas comunicativos externos.	Feedback del docente	Revisión casos empresariales.	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la séptima semana del semestre.
7 Entorno organizacional	3 horas para esta actividad	Entorno de una empresa y sus problemas comunicativos externos.	Sumativa - Calificable Feedback del docente	Coloquio problemas comunicativos organizacionales	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la séptima semana del semestre.
8 Empresa 2.0	6 horas de Trabajo independiente para esta semana	Web 2.0: tecnologías y medios para una comunicación de un código abierto	Formativa – no calificable	Preparación de panel bitácora	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la octava semana del semestre.
8 Empresa 2.0	3 horas para esta actividad	Web 2.0: tecnologías y medios para una comunicación de un código abierto	Sumativa - Calificable Feedback del docente	Panel Web 2.0	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la octava semana del semestre.
9 Diagnóstico comunicación organizacional	6 horas de Trabajo independiente para esta semana	Diagnóstico comunicación organizacional	Formativa – no calificable	Levantamiento matriz de diagnóstico	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la novena semana del semestre.
9 Diagnóstico comunicación organizacional	3 horas para esta actividad	Diagnóstico comunicación organizacional	Feedback del docente	Socialización matriz de diagnóstico	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la novena semana del semestre.
10 Análisis de herramientas para construcción de mensajes comunicativos organizacionales	6 horas de Trabajo independiente para esta semana	Mensajes comunicativos según las herramientas, para cada uno de los niveles de la comunicación dentro de la empresa que tengan oportunidad de mejora	Automática por LMS o Web	Guía de acciones de mejora	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la décima semana del semestre.
10 Análisis de herramientas para construcción de mensajes comunicativos organizacionales	3 horas para esta actividad	Mensajes comunicativos según las herramientas, para cada uno de los niveles de la comunicación dentro de la empresa que tengan oportunidad de mejora	Sumativa - Calificable Feedback del docente	Resumen acciones de mejora según caso empresarial	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la décima semana del semestre.





11 preparación Segundo parcial	6 horas de Trabajo independiente para esta semana	Preparación segundo parcial	Sumativa - Calificable Feedback del docente	Foro por la plataforma	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la onceava semana del semestre.
11 : Segundo parcial	3 horas para esta actividad	Segundo parcial	Automática por LMS o Web Feedback del docente	Registros de participación	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la onceava semana del semestre.
12 Marketing personal	6 horas de trabajo independiente para esta semana	Marca personal, concepto, componentes, estrategias.	Feedback del docente	Propuesta de organización de las referencias teóricas.	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la doceava semana del semestre.
12 Marketing personal	3 horas para esta actividad	Marca personal, concepto, componentes, estrategias.	Sumativa - Calificable Feedback del docente	Exposiciones y materiales de la exposición sobre las referencias teóricas.	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la doceava semana del semestre.
13 Marketing personal	6 horas de Trabajo independiente para esta semana	La gestión de marca personal como nuevo reto para el comunicador organizacional	Feedback del docente	Participación en la actividad	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la treceava semana del semestre.
13 Marketing personal	3 horas para esta actividad	La gestión de marca personal como nuevo reto para el comunicador organizacional	Sumativa - Calificable Feedback del docente	Hipótesis escritas	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la treceava semana del semestre.
14 Plan estratégico de comunicación integral	6 horas de Trabajo independiente para esta semana: 2	Conceptos, características, objetivos, estrategias, indicadores.	Formativa – no calificable	Mapa conceptual	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la catorceava semana del semestre.
14 Plan estratégico de comunicación integral	3 horas para esta actividad	Conceptos, características, objetivos, estrategias, indicadores.	Sumativa - Calificable Feedback del docente	Socialización mapas	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la catorceava semana del semestre.
15 Plan estratégico de comunicación integral	6 horas de Trabajo independiente para esta semana	Propuesta del plan de comunicación integral para diferentes organizaciones	Sumativa - Calificable	Portafolio PECE	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la quinceava semana del semestre.





15 Plan estratégico de comunicación integral	3 horas para esta actividad	Propuesta del plan de comunicación integral para diferentes organizaciones	Sumativa - Calificable Feedback del docente	Portafolio PECE	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la quinceava semana del semestre.
16 Código de ética de la comunicación en las organizaciones	6 horas de trabajo independiente para esta semana	Lectura código de ética de la comunicación en las organizaciones	Formativa - Calificable Feedback del docente	Guía de lectura	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la dieciseisava semana del semestre.
16 Código de ética de la comunicación en las organizaciones	3 horas para esta actividad	Control de lectura código de ética de la comunicación en las organizaciones. Autoevaluación, heteroevaluación.	Formativa - Calificable Feedback del docente	Socialización	Tarea en teams. Retroalimentación docente.	Esta actividad se realizará durante la dieciseisava semana del semestre.

Elaboración propia

PARA CURSOS VIRTUALES

Resultado de aprendizaje	Proyecta nuevas propuestas, planes o proyectos en medios y organizaciones, para generar posibilidades de innovación y transformación en la formulación de soluciones de comunicación en la sociedad y el sector productivo, a partir de la creación de mensajes comunicativos éticos, creativos y de calidad,	
Criterios de realización	CR1. Comprender las teorías y experiencias que abordan la comunicación como un motor de cambio y transformación social y su responsabilidad frente a las problemáticas sociales y de las comunidades, basado en estudios, teorías y experiencias de la comunicación para el cambio social.	
	CR2. Apropiar las teorías de la comunicación desarrolladas desde el concepto de cambio social.	
	CR3. Analizar los escenarios sociales y las posibilidades de autogestión desde las comunidades.	
	CR4. Conocer las fases de los procesos de autogestión social, proyectados desde la comunicación para el cambio social.	
# de créditos académicos del curso	2	
# Horas totales del curso: <u>96</u>	TI - Horas de trabajo independiente:	32
	TDD - Horas de trabajo directo con docente:	64

A continuación, se encuentra la planeación del curso, semana a semana, considerando las actividades a realizar en tiempos de trabajo independiente y en tiempos de trabajo directo con docente (Tabla 44)



Tabla 44. Ejemplo de planeación didáctica Comunicación Social (Asignatura virtual)

Semana y contenidos / saberes	Tiempo de trabajo en horas	Actividad	Valoración	Evidencia	Herramienta de envío
PRIMER CORTE 20%					
Semana 1. *RECONOCIMIENTO Desarrollo y cambio social Responsabilidad Social Gobierno corporativo	Trabajo independiente: <u>2</u>	Prueba de diagnóstico de entrada conocimientos previos sobre Comunicación, Desarrollo y Cambio Social	Diagnóstica	Presentación de cuestionario en la plataforma E-learning	Solución E-learning
Semana 1. *RECONOCIMIENTO Desarrollo y cambio social Responsabilidad Social Gobierno corporativo	Trabajo directo con el docente: 3	Primer encuentro sincrónico	Formativa – no calificable	Discusión con docente acerca de los conocimientos previos evidenciados en la prueba de diagnóstico	Plataforma WebEx
Semana 2. CONTEXTUALIZACIÓN Los proyectos sociales Ciclos de un proyecto Tendencias y retos del futuro	Trabajo independiente: <u>4</u>	Trabajo individual: Análisis capítulos “Experiencia distinta” de la radionovela “Mi tío Juan”.	Sumativa - calificable	Documento escrito en el que se plasmen las reflexiones propuestas.	Entrega en la plataforma virtual
Enfoque de desarrollo y cambio social Mirada local/global					
Semana 2. CONTEXTUALIZACIÓN Los proyectos sociales Ciclos de un proyecto Tendencias y retos del futuro Enfoque de desarrollo y cambio social Mirada local/global	Trabajo independiente: 9	Trabajo grupal: Análisis de casos libro “Haciendoolas”.	Sumativa - calificable	Documento a elección del grupo en el que se recoja la información solicitada.	Entrega en la plataforma virtual
SEGUNDO CORTE 35%					
Semana 3. PROFUNDIZACIÓN Formulación de proyectos Análisis de involucrados Identificación de problemas Identificación de objetivos Marco lógico	Trabajo independiente: 2	Cuestionario correspondiente a la etapa	Sumativa - Calificable	Presentación de cuestionario en la plataforma E-learning	Resolver el cuestionario en la plataforma
Semana 3. PROFUNDIZACIÓN Formulación de proyectos Análisis de involucrados Identificación de problemas Identificación de objetivos Marco lógico	Trabajo directo con el docente: 3	Segundo encuentro sincrónico	Formativa – no calificable	Discusión con docente acerca del proceso y de la situación en la que se encuentra el estudiante en este momento del curso.	Plataforma WebEx





Semana 4. PROFUNDIZACIÓN Formulación de proyectos Análisis de involucrados Identificación de problemas Identificación de objetivos Marco lógico	Trabajo independiente: 6	Trabajo individual: Análisis documental "Una mezquita en el barrio".	Sumativa - calificable	Presentación en Power Point o Pretzi.	Entrega en la plataforma virtual.
Semana 4. PROFUNDIZACIÓN Formulación de proyectos Análisis de involucrados Identificación de problemas Identificación de objetivos Marco lógico	Trabajo independiente: 9	Trabajo grupal: Elaboración de proyecto social (parte 1)	Sumativa - calificable	Wiki colaborativa	Entrega en plataforma virtual.
Semana 5. PROFUNDIZACIÓN Formulación de proyectos Análisis de involucrados Identificación de problemas Identificación de objetivos Marco lógico	Trabajo independiente: 2	Cuestionario correspondiente a la etapa	Sumativa - Calificable	Presentación de cuestionario en la plataforma E-learning	Resolver el cuestionario en la plataforma
Semana 5. PROFUNDIZACIÓN Formulación de proyectos Análisis de involucrados Identificación de problemas Identificación de objetivos Marco lógico	Trabajo directo con el docente: 3	Tercer encuentro sincrónico	Formativa – no calificable	Discusión con docente acerca del proceso y de la situación en la que se encuentra el estudiante en este momento del curso.	Plataforma WebEx
TERCER CORTE 35%					
Semana 6. TRANSFERENCIA Gerencia de proyectos sociales Plan operativo Seguimiento y evaluación	Trabajo independiente: 6	Trabajo individual: Estudio de caso.	Sumativa - calificable	Informe escrito.	Entrega en la plataforma virtual.
Semana 6. TRANSFERENCIA Gerencia de proyectos sociales Plan operativo Seguimiento y evaluación	Trabajo independiente: 9	Trabajo grupal: Elaboración de proyecto social (parte 2).	Sumativa - calificable	Wiki colaborativa	Entrega en plataforma virtual.
Semana 7. TRANSFERENCIA Gerencia de proyectos sociales Plan operativo Seguimiento y evaluación	Trabajo independiente: 2	Cuestionario correspondiente a la etapa	Sumativa - Calificable	Presentación de cuestionario en la plataforma E-learning	Resolver el cuestionario en la plataforma
Semana 7. TRANSFERENCIA Gerencia de proyectos sociales Plan operativo Seguimiento y evaluación	Trabajo directo con el docente: 3	Cuarto encuentro sincrónico	Formativa – no calificable	Discusión con docente acerca del proceso y de la situación en la que se encuentra el	Plataforma WebEx





				estudiante en este momento del curso.	
Semana 8. TRANSFERENCIA Gerencia de proyectos sociales Plan operativo Seguimiento y evaluación	Trabajo independiente:	Trabajo individual: Entrevista sobre la gerencia de proyectos sociales en el sector privado.	Sumativa - calificable	Capítulo de podcast e informe de análisis.	Entrega en la plataforma virtual.
Semana 8. TRANSFERENCIA Gerencia de proyectos sociales Plan operativo Seguimiento y evaluación	Trabajo directo con el docente:	Trabajo grupal: Plan estratégico de comunicación.	Sumativa - calificable	Exposición grupal	Exposición grupal en el encuentro de socialización.

Elaboración propia

A continuación, se presenta un ejemplo de Rúbrica de Evaluación del programa de Comunicación Social. Tabla 45.

Tabla 45. Rúbrica Programa de Comunicación Social.

NOMBRE DEL PROGRAMA:	COMUNICACIÓN SOCIAL
NOMBRE DEL CURSO:	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN
RESULTADOS DE APRENDIZAJE:	Explica las implicaciones de la comunicación a lo largo de toda la estructura organizativa, sus actores, voceros, procesos y funciones, para coordinar con sentido ético, los procesos comunicativos, productivos y de bienestar de las empresas, basados en los estudios de la gestión de la comunicación y sus aplicaciones.
NOMBRE DEL ESTUDIANTE:	

Los indicadores propuestos en la siguiente rúbrica (utilizada en proceso de heteroevaluación, autoevaluación y/o coevaluación) son descriptores señalativos que permite valorar el nivel alcanzando por el estudiante, en relación con los criterios establecidos, los cuales hacen posible valorar el logro de los resultados de aprendizaje esperados.

CRITERIOS	EVIDENCIA DE APRENDIZAJE	INDICADORES NIVEL BAJO	INDICADORES NIVEL MEDIO	INDICADORES NIVEL ALTO	PLAN DE MEJORA
Identificación y evaluación de los componentes de los procesos comunicativos dentro de las organizaciones	Trabajo Final	El diagnóstico de comunicación no contempla todas las etapas, no es clara la metodología, ni la implementación de las herramientas de recolección de información	El diagnóstico de comunicación contempla parcialmente las etapas, queda parcialmente enunciadas la metodología y la implementación de herramientas de recolección de información	El diagnóstico de comunicación contempla todas las etapas, queda clara la metodología y la implementación de herramientas de recolección de información	
CALIFICACIÓN		1	3		
Análisis de las dimensiones de la comunicación en las organizaciones en relación con los planes de acción de la dirección empresarial.	Trabajo Final	Las variables de análisis y el procesamiento de la información no son claros y coherentes.	Las variables de análisis y el procesamiento de la información son parcialmente claros y coherentes.	Las variables de análisis y el procesamiento de la información son claros y coherentes.	





CALIFICACIÓN		1	3	5	
Genera procesos comunicativos pertinentes a la naturaleza propia de cada organización, sus metas y objetivos de producción.	Trabajo final	La estrategia comunicativa no es coherente, no contempla todos los pasos y no responde a las necesidades de la organización	La estrategia comunicativa es parcialmente coherente, contempla algunos pasos y no responde a las necesidades de la organización	La estrategia comunicativa es coherente, contempla todos los pasos y responde a las necesidades de la organización	
CALIFICACIÓN		1	3	5	
Observaciones: para la presentación final en un video tener en cuenta la guía de actividad adjunta.					

Elaboración propia, 2025

Virtual: Para mayor comprensión de lo anterior, los elementos microcurriculares descritos y las actividades académicas pueden ser evidenciadas en la plataforma a través del siguiente acceso:

El presente tiene como objetivo hacer entrega de las credenciales asignadas por la Fundación Universitaria Compensar para el acceso a la Solución E-Learning institucional, a los pares asignados por el Ministerio de Educación Nacional, para que accedan y naveguen los cursos creados para el programa, como parte de las condiciones de calidad para el proceso de registro calificado. Cabe señalar, que en el **Anexo 8.6 (Condición Medios Educativos)** se encuentra el **Plan de virtualización y actualización de contenidos del programa de Comunicación Social para la modalidad híbrida**.

Desarrolle los siguientes pasos:

1. Visualice el siguiente video tutorial, el cual sugiere la configuración preliminar del navegador para acceder a la Solución E-Learning. [Clic aquí](#)
2. Consulte el instructivo de acceso entregado junto con las credenciales, allí se indica el proceso de ingreso.

Enlace y credenciales

3. A continuación, encontrará el enlace y las credenciales de acceso a la Solución E-Learning UCompensar:

Enlace: <https://virtual.ucompensar.edu.co/>

4. Una vez se ejecuta el enlace, se abrirá la página de logueo, luego, debe ingresar el **Nombre de usuario** y **Contraseña** que están a continuación. Por último, haga clic en el botón *acceder*.

Credenciales de acceso:

Nombre de usuario: parescomunicacion

Contraseña: Parescomunicacion2025*

Cursos inscritos

Los siguientes enlaces llevan de manera directa a los cursos que han sido creados para el programa y en los cuales se encuentra matriculado el usuario asignado.



Nombre del curso: Diseño Digital 1 Créditos: 3

Enlace: <https://virtual.ucompensar.edu.co/course/view.php?id=56133>

Nombre del curso: Ciudadanía Global Y Democracia Créditos: 2

Enlace: <https://virtual.ucompensar.edu.co/course/view.php?id=57831>

Nombre del curso: Pensamiento Lógico Créditos: 2

Enlace: <https://virtual.ucompensar.edu.co/course/view.php?id=57559>

Nombre del curso: Innovación y Cultura Emprendedora Créditos: 2

Enlace: <https://virtual.ucompensar.edu.co/course/view.php?id=59867>

Nombre del curso: Elementary II Créditos: 3

Enlace: <https://virtual.ucompensar.edu.co/course/view.php?id=50523>

Nombre del curso: Pre-Intermediate I Créditos: 3

Enlace: <https://virtual.ucompensar.edu.co/course/view.php?id=56225>

Nombre del curso: Pre-Intermediate II Créditos: 3

Enlace: <https://virtual.ucompensar.edu.co/course/view.php?id=57355>

5. Si presenta algún inconveniente al momento de realizar el ingreso o en la navegación por los cursos en la Solución E-Learning, nos puede contactar a través del correo soportevirtual@ucompensar.edu.co

Descripción de las actividades académicas

Las actividades académicas del Programa de Comunicación Social se desarrollan en 8 semestres de 18 créditos cada uno, los períodos académicos tienen una duración de 16 semanas en las cuales los estudiantes inscriben entre 6 y 7 cursos cada uno de ellos de 2 o 3 créditos. Este plan de estudios se estructura en torno a cuatro componentes formativos que integran de manera coherente los saberes disciplinares, las competencias profesionales, las habilidades transversales y la formación integral del estudiante.

El componente profesional disciplinar-específico constituye el eje central del programa, con 96 créditos (67%), distribuidos en asignaturas teórico-prácticas y prácticas que articulan la creación, gestión y análisis de procesos comunicativos en diversos medios, lenguajes y contextos. El componente profesional disciplinar de fundamentación, con 6 créditos (4%), se orienta al fortalecimiento de las bases analíticas y cuantitativas necesarias para la investigación y la toma de decisiones en comunicación.

El componente transversal/laboral/empleabilidad, con 18 créditos (13%), promueve el desarrollo de competencias blandas, pensamiento crítico, innovación y emprendimiento, a través de espacios académicos que potencian la empleabilidad y la adaptación al entorno profesional. Finalmente, el componente de formación básica o genérica, con 23 créditos (16%), contribuye a la formación integral y al desarrollo de competencias ciudadanas, comunicativas y lingüísticas, mediante asignaturas de bienestar, ciudadanía global y dominio del inglés. En la siguiente tabla (46) se muestra la distribución de los componentes formativos en términos de cursos, créditos y porcentajes respecto al total de la propuesta académica.



Tabla 46. Espacios Académicos por componente.

Componente	Nombre espacio académico	Semestre	Crédito Teórico, Teórico - práctico- práctico	Total/ Porcentaje
Profesional disciplinar- específico	Diseño Básico	1	4TP	96 créditos 67%
	Taller de Lenguajes y Narrativas	1	2TP	
	Expresión y comunicación	1	2TP	
	Sujeto, Cuerpo y Comunicación	1	2TP	
	Laboratorio de Fotografía y Realidad	1	3 TP	
	Redes y contextos	1	2TP	
	Diseño Digital I	2	3TP	
	Taller de Escrituras creativas	2	2TP	
	Redacción	2	2TP	
	Laboratorio de pre -producción audiovisual	2	3 TP	
	Taller de Narrativas convergentes	3	2TP	
	Storytelling estratégico	3	2TP	
	Semiótica y cultura	3	2 T	
	laboratorio de postproducción y medios	3	3 TP	
	Comunicación estratégica	3	2 TP	
	Taller de Periodismo	4	3 TP	
	Opinión Pública	4	2 T	
	Ecología de medios	4	2 T	
	Laboratorio de locución y producción sonora	4	3 TP	
	Gestión de la comunicación	4	2 TP	
	Taller de noticia y entrevista	5	3 TP	
	Laboratorio de podcast y narrativas sonoras	5	3 TP	
	Comunicación interna y endomarketing	5	2 TP	
	Práctica - Inmersión Empresarial	5	3 TP	
	Taller de Crónica y Reportaje	6	2 TP	
	UX/UI	6	2 TP	
	Laboratorio de producción de contenidos digitales	6	3 TP	
	Comunicación estratégica de marketing	6	2TP	
	Comunicación, imagen y posicionamiento	6	2TP	
	Taller de Visualización de datos y toma de decisiones	7	3TP	
	Comunicación para el cambio social	7	2T	
	Investigación en Comunicación	7	2TP	
	Laboratorio de comunicación inmersiva (RA, RV, IA)	7	3 TP	
	Profundización I	7	2TP	
	Profundización II	8	2TP	
	Públicos, eventos y Relaciones Públicas	8	3TP	
	Proyectos estratégicos y prospectiva	8	3TP	
	Opción de Grado	8	2TP	
	Práctica - Experiencia Empresarial	8	4P	
Profesional-	Matemática Fundamental	1	2T	6 créditos





Disciplinar /Fundamentación	Estadística Descriptiva	2	2T	4%
	Analítica de Datos	6	2TP	
Transversal / Laboral / Empleabilidad	Optativa NPC I	2	2TP	18 créditos 13%
	Pensamiento Lógico	3	2T	
	Optativa NPC II	3	2TP	
	Innovación y Cultura Emprendedora	4	2TP	
	Optativa NITE	5	2TP	
	Preincubación y Modelos de Negocio	5	2TP	
	Optativa NITE	6	2TP	
	Optativa NHPE	7	2TP	
	Optativa NHPE	8	2TP	
Básicas Genéricas /	Electiva de Bienestar I	1	1TP	23 créditos 23%
	Introduction to English	2	2TP	
	Ciudadanía Global y Democracia	2	2T	
	Pre elementary	3	3TP	
	Elementary I	4	3TP	
	Electiva de Bienestar II	4	1TP	
	Elementary II	5	3TP	
	Pre intermediate I	6	3TP	
	Pre intermediate II	7	3TP	
	Electiva de Bienestar III	7	1TP	
	Electiva de Bienestar IV	8	1TP	

Fuente: Elaboración Propia

La estructura curricular del programa de Comunicación Social valora el trabajo académico del estudiante y permite flexibilizar su formación según sus necesidades, expectativas y posibilidades, alineados a su propósito formativo de formar profesionales líderes en procesos de comunicación en el sector productivo que fortalezcan el posicionamiento, la identidad y las relaciones de las organizaciones con sus diversos públicos. Se hace evidente, cómo se apunta al desarrollo del potencial humano y profesional del estudiante, en sus dimensiones de ser, saber y hacer, haciéndolo proactivo frente a los nuevos retos y problemas, y comprometiéndolo responsablemente con la transformación de su entorno y con la sociedad.

Para alcanzar las metas de formación las asignaturas se orientan en aulas de clase dotadas con los recursos audiovisuales y tecnológicos requeridos, las salas de cómputo para equilibrar la teoría con la práctica apoyados en el uso de herramientas informáticas y las prácticas en laboratorios y talleres. En formación virtual cuenta con la solución E-learning para impartir y alcanzar los objetivos de formación. Cada Syllabus contiene la información relevante para el buen desarrollo del curso como se observa en la figura 22 en la cual se presenta el modelo de syllabus UCompensar.



Figura 22. Modelo Syllabus UCompensar

1. INFORMACIÓN GENERAL DEL CURSO			
Programa Académico:	Elija un elemento.	Nivel de Formación:	Elija un elemento.
Sede:	Elija un elemento.	Código del curso:	Código institucional
Nombre del curso:		Modalidad:	Elija un elemento.
Semestre:	Elija un elemento.	Número de Créditos:	Elija un elemento.
Tipo o naturaleza del curso:	Elija un elemento.	Componente de formación:	Según plan de estudios
Carácter del curso:	Elija un elemento.	Versión:	1.0, 2.0, ~~3.0~~
Horas Totales:	Elija un elemento.	Horas de Trabajo Directo con Docente	
		Horas Trabajo Independiente:	

2. PRESENTACIÓN DEL CURSO	
Breve reseña (entre dos y tres párrafos) que indique: • Generalidad del curso • Alcance en cuanto a conocimientos, actitudes y habilidades asociadas • Espacios, escenarios y ambientes que apoyan el proceso.	

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
Competencia	De acuerdo con el Lineamiento Curricular (página 71) la competencia se asume como el nivel de actuación idónea en un contexto o situación determinada para abordar, asumir y solucionar un problema, responder a una oportunidad o a una necesidad del sector social, productivo o profesional particular, para lo cual integra conocimientos (el saber), actitudes/valores (el saber-ser-convivir) y habilidades (saber-hacer), verificables a través de evidencias de aprendizaje. Se retoma del mapa de competencias y resultados de aprendizaje. Esta Competencia es compartida por varios espacios académicos o formativos, y están asociadas directamente con los perfiles de formación específicos, transversales o genérica. Se recomienda no relacionar más de dos, idealmente sólo una transversal
Resultado(s) de aprendizaje del curso	Retomado(s) del mapa de competencias. Para el caso de pregrado, se deben integrar los resultados de aprendizaje esperados en cuanto a las competencias genéricas a cuyo desarrollo aportará al curso: Competencias Ciudadanas, Comunicación Escrita, inglés, Lectura Crítica o Razonamiento Cuantitativo. Para conocer más de ellas, puede revisar aquí . Se recomienda no relacionar más de dos, idealmente sólo una genérica.

4. CRITERIOS	
A continuación, se presentan los criterios que corresponden al desarrollo del curso, asociados a los desempeños que debe evidenciar el estudiante en su actuación. Estos son la base de los instrumentos de evaluación (Rúbricas de evaluación, matrices, listas de cotejo, entre otras) de los cuales se derivarán los indicadores y sus descriptores por nivel de desempeño.	
CR 1.	Retomados del mapa de competencias y resultados de aprendizaje.
CR 2.	Retomados del mapa de competencias y resultados de aprendizaje.
CR 3.	Retomados del mapa de competencias y resultados de aprendizaje.

5. METODOLOGÍA QUE SE DESARROLLA EN EL CURSO	
Etapas 0. Reconocimiento Breve descripción de la estrategia utilizada para realizar el reconocimiento de presaberes y el diagnóstico de las competencias de entrada de los estudiantes.	
Etapas 1. Contextualización Breve descripción de la estrategia utilizada para contextualizar al estudiante en los contenidos centrales del curso.	
Etapas 2. Profundización En esta etapa cada del curso debe considerar la aplicación permanente de metodologías activas de aprendizaje integradas en el método de aula invertida, el cual se desarrolla en dos momentos: en el primero, el estudiante desarrolla en su tiempo de estudio independiente actividades de aprendizaje autónomo y social , individual o en grupo, abordando materiales y Recursos Educativos Digitales – REA disponibles en espacios On-Line (LMS como Moodle, la nube, gestores de contenido, canales de video, repositorios de Recursos Educativos Digitales Abiertos, MOOC, Nano-MOOC, en otros idiomas, entre otros); ahí los estudiantes avanzan en la comprensión, análisis y apropiación de elementos conceptuales y teóricos propios de la competencia del curso. En el segundo, los estudiantes en los tiempos de trabajo directo con docente realizan la discusión de los aspectos conceptuales previamente abordados e inmediatamente realizan su aplicación a través de actividades de aprendizaje práctico a partir del desarrollo de situaciones, proyectos, retos, problemas, casos, laboratorios y talleres, adelanta experimentos, simulaciones, procesos de innovación (ideación, diseño, prototipado y testeo), observaciones/modelamientos, prácticas, workshops, coaching, Coworking, actividades Design thinking , recreación del sector productivo a través de realidad virtual, aumentada o 3D, entre otras muchas posibilidades de aprendizaje individual o en equipo.	
La propuesta metodológica en esta etapa debe integrar una actividad formativa que consiste en la realización de la prueba de competencia genérica (asociada al curso en la parte inicial) la cual se realizará de manera grupal , es decir, el estudiante la presentará junto a uno o dos de sus compañeros, con posibilidad de discutir cada punto, analizar las posibles respuestas y responderlo ; esta se realizará a través de la plataforma LMS, como parte de la estrategia de fortalecimiento y desarrollo sistemático de estas competencias a nivel institucional.	
Etapas 3: Transferencia La propuesta metodológica en esta etapa debe integrar, como actividad formativa permanente, la realización de la prueba de competencia genérica (asociada al curso) la cual se realizará de manera individual ; esta se realizará a través de la plataforma LMS con porcentaje dentro de la valoración de desempeño del curso, como parte de la estrategia de fortalecimiento y desarrollo sistemático de estas competencias a nivel institucional.	
En esta etapa se integrarán a la estrategia los proyectos de aplicación estudiantil para transferir conocimientos y saberes sobre problemas del sector productivo, por lo que se deben considerar muestras empresariales, ferias, stands y demás actividades abiertas a empresarios nacionales e internacionales, por lo que articularían las semanas de internacionalización institucional.	



Anotaciones generales: En cualquier etapa de la estrategia formativa, debe contemplar movibilidades que corresponderá al menos una salida académica-empresarial y/o de investigación/innovación en el orden local (en caso de ser técnico profesional), nacional (en caso de ser tecnología) o internacional (en caso de ser profesional universitario). Es importante aclarar que la salida corresponde a la actividad institucional organizada por el programa académico en cada semestre o ciclo profesional, según el caso. Para estas actividades aplica la normativa institucional vigente en temas de internacionalización, investigación y académicas.

En cualquier etapa de la estrategia formativa, el curso debe proponer al menos una actividad "Peer to peer" que implica una interacción (virtual o presencial) entre el aula de clase y las tendencias del sector productivo nacional o internacional. Esto implica un espacio de conversación y de cátedra con un experto académico-empresarial local, nacional o internacional (independiente del nivel de formación).

Se debe considerar el alcance que tendría la metodología en función del nivel de formación: técnico (finalidad instrumental y operativa); tecnológico (finalidad de supervisión y coordinación); profesional (finalidad toma de decisiones, direccionamiento y formulación/gestión de proyectos).

Evaluación

Igualmente, es importante recordar que dado que es un proceso educativo por competencias la perspectiva de la evaluación cambia; por tanto, se integra a esta estrategia los momentos de valoración de desempeño de carácter formativo, no sumativo, de acuerdo con los actores intervinientes, así:

- **Autoevaluación:** El estudiante valora sus propios desempeños, identificando el nivel alcanzado en cada momento, a partir de la revisión crítica y transparente de su propio proceso, atendiendo a unos criterios de realización/desempeños establecidos para estimar el nivel de competencia, detectando con ello fortalezas, talentos, capacidades especiales al igual que dificultades, limitantes y oportunidades de mejora.
- **Coevaluación:** Los estudiantes realizan una valoración conjunta sobre la actuación del grupo, atendiendo a unos criterios de realización/desempeños establecidos en consenso; participando así en la valoración de los niveles de desempeño evidenciados.
- **Heteroevaluación:** El profesor y los expertos invitados, valoran los desempeños de los estudiantes, identificando el nivel alcanzado en cada momento, atendiendo a los criterios establecidos para estimar el nivel de competencia.

6. CONTENIDOS TEMATICOS

Los contenidos, en la formación por competencias, se refieren a los conocimientos, actitudes, habilidades, valores y principios, asociados a los resultados de aprendizaje esperados, que, en el marco de las competencias, son apropiados e incorporados por los estudiantes a sus estructuras (cognitivas, morales y procedimentales) para lograr las actuaciones idóneas en los diferentes contextos y situaciones del mundo laboral y profesional. Los contenidos son los insumos para la toma de decisiones acertada, para el abordaje de problemas y la generación de alternativas o propuestas de solución pertinentes y de calidad. Ellos, en suma, son puestos en escena acertada, oportuna y eficazmente según las condiciones y referentes de calidad esperados, al momento de evidenciar la competencia desarrollada. Los contenidos son el pretexto y la materia prima para el desarrollo de competencias en el proceso formativo.

Se sugiere realizar la distribución de los contenidos temáticos asociado con las etapas y momentos evaluativos, como se mencionan en los documentos Sistema de evaluación de resultados de aprendizaje UCompensar y Política Académica - Lineamientos curriculares, y en concordancia con el ejercicio que se viene realizando en la institución. Tener en cuenta que la etapa de reconocimiento no tiene carácter calificativo; la etapa de contextualización y parte de profundización estarían asociadas al primer corte. La etapa de profundización al segundo corte y la de transferencia al tercero.

Etapas 0. Reconocimiento

Listar los contenidos (conceptos, teorías, normas, principios, procesos, entre otros) que se diagnosticarán en los estudiantes, por constituirse en presaberes de alta relevancia y base para el proceso de aprendizaje.

Etapas 1. Contextualización

Listar los contenidos macro del curso (conceptos, taxonomías, teorías, normas o legislación, procedimientos, procesos, metodologías, entre otros) los cuales se constituyen en los ejes centrales en el desarrollo de la asignatura. Se recomienda organizarlo en una estructura clara y comprensible para el estudiante, integrándolos en un organizador gráfico (mapa conceptual, mentefacto, diagrama de flujo, mapa de ideas, cuadro sinóptico, entre otros) para facilitar la contextualización del estudiante y la comprensión del contenido y profundidad del curso.

Etapas 2. Profundización

Listar y desglosar los contenidos (conceptos, teorías, corrientes, enfoques, modelos, tendencias, taxonomías, principios o leyes, legislación, procedimientos, procesos, metodologías, métodos, técnicas, protocolos, valores, principios, reglas, códigos éticos, buenas prácticas, entre otros) que se abordarán como objeto de estudio del curso, al ser elementos clave para la competencia. Se debe organizar en una estructura clara y lógica de temas y subtemas, pensado para facilitar el aprendizaje.

Etapas 3. Transferencia

Listar los conocimientos, actitudes, habilidades, valores y principios que hacen posible la transferencia de contenidos en contextos o situaciones del contexto externo real, con miras a la socialización de resultados o productos.

	Recurso disponible en	
	Biblioteca de la institución	Otras bibliotecas
Recursos bibliográficos Nota: El número de referentes obligatorios depende de la estrategia de formación planteada en el curso. Sin embargo, todos ellos deben estar asociados a las bases de datos digitales o al catálogo de recursos bibliográficos disponibles en la biblioteca de la institución. Las referencias obligatorias deben ser de máximo 5 para los cursos en modalidad virtual. La bibliografía debe contener al menos siete referentes para consulta opcional por parte del estudiante, si desea profundizar o ampliar su conocimiento; al menos tres de ellos deben ser en otros idiomas.	Ubicar la URL del recurso. Físico Enlace para ir al catálogo bibliográfico disponible para ubicar recursos bibliográficos impresos en Biblioteca https://biblioteca.ucompensar.edu.co/ Ejemplo de registro bibliográfico https://biblioteca.ucompensar.edu.co/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=12590&query_desc=adminstraci%C3%B3n%20de%20empresas Repositorio CRAI UCompensar: podrá ubicar documentos, trabajos de grado, artículos y publicaciones UCompensar. https://repositoriocrai.ucompensar.edu.co/ Enlace para ir a las colecciones disponibles: https://unipanamericanaeduco.sharepoint.com/Portal%20MIpana/SitePages/Colecciones.aspx	Enlace para ir a los recursos digitales externos: https://unipanamericanaeduco.sharepoint.com/Portal%20MIpana/SitePages/Informacion%20de%20Interes.aspx Marcar con una X según corresponda
	Digital Enlace para acceder a Recursos digitales suscritos en las bases de datos, libros y revistas digitales: https://login.unipanamericana.basesdedatoszproxy.com/menu • Nota: Para ingresar a este último debe utilizar usuario y contraseña UCompensar.	

Fuente: Imagen tomada de syllabus



compensar

fundación
universitaria



El modelo institucional de syllabus constituye una herramienta pedagógica y de gestión académica que orienta el desarrollo de cada curso del programa de Comunicación Social, asegurando la coherencia entre los propósitos formativos, las competencias, los resultados de aprendizaje y las estrategias de enseñanza y evaluación. Este formato estandariza la planeación académica, promoviendo la articulación entre los componentes del plan de estudios y garantizando la calidad del proceso formativo. Asimismo, facilita la transparencia en la información para estudiantes y docentes, fortaleciendo la planeación, el seguimiento y la evaluación de las actividades académicas. En síntesis, este modelo contribuye al cumplimiento de los objetivos institucionales de formación integral y al aseguramiento continuo de la calidad educativa.

A continuación, se relacionan las líneas de formación, la relación de cursos que constituyen la línea y la relación de actividades académicas que se realizan. En la tabla 47 se presenta la organización de las líneas de formación del programa de Comunicación Social, en las cuales se agrupan los cursos y actividades académicas que comparten objetivos formativos, enfoques metodológicos y campos de aplicación profesional. Cada línea articula saberes teóricos, prácticos y experienciales que permiten al estudiante integrar conocimientos y desarrollar competencias específicas a través de diversas estrategias pedagógicas, tales como talleres, laboratorios, proyectos integradores, prácticas en contextos reales y actividades de cocreación con actores del sector. Esta estructura favorece la coherencia curricular y la conexión entre la academia y el entorno profesional, fortaleciendo la formación integral del comunicador social.

Tabla 47. Líneas de formación y relación de cursos.

Líneas de formación	Relación de cursos que constituyen la línea	Relación de actividades académicas que se realizan
Generación de contenidos multiplataforma periodísticos y corporativos	Taller de lenguajes y narrativas	Talleres en laboratorios, elaboración de soluciones a RETOS, elaboración de proyectos integradores de aula o de competencia orientados a necesidades de empresas. Proyectos de Aula.
	Expresión y comunicación	
	Redacción	
	Taller Escrituras creativas	
	Taller de Narrativas Convergentes	
	Storytelling estratégico	
	Diseño Básico	
	Diseño Digital I	
	Taller de periodismo	
	Taller de Entrevista y noticia	
	Taller de crónica y reportaje	
	Sujeto, cuerpo y comunicación	
	Semiótica y cultura	
	Ecología de medios	
	Opinión pública	
	Investigación en Comunicación	
Comunicación y relacionamiento estratégico	Redes y contextos	Talleres de cocreación con organizaciones del sector, visitas empresariales, elaboración de soluciones a RETOS, elaboración de proyectos integradores de aula o de competencia orientados a necesidades de empresas. Proyectos de Aula.
	Comunicación estratégica	
	Gestión de la comunicación	
	Públicos, eventos y Relaciones Públicas	
	Comunicación interna y endomarketing	
	Comunicación estratégica de Marketing	
	Comunicación, imagen y posicionamiento	
	Proyectos estratégicos y prospectiva	
	Laboratorio de Fotografía y realidad	





Aprendizaje experiencial (Laboratorios Vivos)	Laboratorio de preproducción audiovisual	Talleres en laboratorios de fotografía, producción audiovisual, multimedia, creatividad; visitas a organizaciones y medios de comunicación, elaboración de soluciones a RETOS, elaboración de proyectos integradores de aula o de competencia orientados a necesidades de empresas.
	Laboratorio de postproducción y medios	
	Laboratorio de Locución y Producción Sonora	
	Laboratorio de Podcast y narrativas sonoras	
	Laboratorio de Producción de contenidos digitales	
	Laboratorio de comunicación inmersiva (RA, RV, IA)	
	Comunicación para el cambio social	
	Análisis de datos	
	Taller de Visualización de datos y toma de decisiones	
	Diseño UX - UI	
Profundización I – 7mo semestre	Periodismo digital	Elaboración de soluciones a RETOS, elaboración de proyectos integradores de aula o de competencia orientados a necesidades de empresas.
	Comunicación, reputación y gobierno corporativo	
Profundización II – 8vo semestre	Producción periodística	Elaboración de soluciones a RETOS, elaboración de proyectos integradores de aula o de competencia orientados a necesidades de empresas.
	Comunicación y gestión de crisis	

Fuente: Elaboración propia

Escenarios de Práctica

Según el Manual general de Prácticas Empresariales de la Fundación Universitaria Compensar, la práctica empresarial es una experiencia académico-laboral que brinda al estudiante la oportunidad de integrar, aplicar y reafirmar las competencias adquiridas en el aula en escenarios reales. A través de esta experiencia, el estudiante puede obtener una valiosa experiencia laboral, potenciar sus habilidades dentro de las organizaciones y reconocer los distintos roles de su carrera, aumentando así su proyección profesional.

La práctica empresarial es una parte integral del currículo de formación y se desarrolla bajo la supervisión de la Fundación Universitaria Compensar y la empresa u organización receptora del estudiante. Esto se logra mediante el acompañamiento de tutores académicos y laborales, con el objetivo de alcanzar metas concretas, ser proactivos, competitivos y aportar un valor agregado a las actividades asignadas.

El Plan de Prácticas para el programa de Comunicación Social constituye una etapa fundamental en la formación de los estudiantes, ya que les permite aplicar los conocimientos teóricos adquiridos en un entorno laboral y desarrollar habilidades prácticas esenciales para su desempeño profesional. En la malla curricular del programa se contemplan dos espacios de práctica a saber: el primero, en 5to semestre denominado Práctica-Inmersión Empresarial y el segundo, en 8vo semestre denominado Práctica empresarial. (Ver tabla 48. Escenarios de práctica del Programa de Comunicación Social).



Tabla 48. Escenarios de práctica del Programa.

Semestre	Escenarios de práctica	de	Actividades de práctica a desarrollar	Rasgo(s) del perfil que desarrollará	Competencias por valorar (acorde con el instrumento de evaluación de prácticas diseñado para el programa)
5	Práctica Inmersión Empresarial	-	Observación y acompañamiento en procesos comunicativos dentro de organizaciones reales. - Apoyo en tareas básicas de producción de contenidos, monitoreo de medios y comunicación interna. - Participación en reuniones de equipo, briefings y actividades de aprendizaje experiencial. - Identificación de problemáticas comunicacionales y propuestas de mejora iniciales. - Elaboración de un informe diagnóstico de los procesos observados.	Capacidad de análisis y comprensión del entorno organizacional. - Disposición al trabajo colaborativo y actitud proactiva frente al aprendizaje profesional. - Responsabilidad y ética en el ejercicio de la comunicación.	Comprensión del contexto organizacional y comunicativo. - Aplicación inicial de herramientas teórico-prácticas de comunicación. - Trabajo en equipo y comunicación interpersonal efectiva. - Responsabilidad y compromiso ético con la organización.
8	Práctica-Experiencia Empresarial		Diseño, ejecución y evaluación de proyectos de comunicación estratégica en empresas, agencias o entidades del sector público o privado. - Producción de piezas, campañas o estrategias comunicativas alineadas con los objetivos institucionales. - Gestión de públicos, medios y plataformas digitales. - Implementación de diagnósticos y plan de mejora - Presentación de informe final de resultados y sustentación ante la	Liderazgo y autonomía profesional. - Capacidad para diseñar y ejecutar estrategias de comunicación con enfoque estratégico. - Pensamiento crítico, creativo y orientado a resultados. - Compromiso con la calidad, la innovación y la ética profesional.	Planeación, ejecución y evaluación de estrategias de comunicación. - Gestión eficiente de recursos comunicativos y tecnológicos. - Toma de decisiones y liderazgo profesional. - Capacidad de innovación, análisis de resultados y comunicación efectiva de logros.





		institución y la empresa.		
--	--	---------------------------	--	--

Elaboración propia

Los estudiantes del programa de Comunicación Social desde el año 2025 han realizado prácticas empresariales en organizaciones como: Noticias UNO, Q'HUBO, FUCS, Coquecol, Estudio Dante, Alkosto-Ktronix, Canal Trece, Outsourcing S.A, Colcob, Universidad de los Andes, Medplus, entre otras organizaciones de diferentes sectores. La valoración por parte de los empleadores en cuanto al desempeño de los estudiantes en la práctica es excelente con calificación de 5.0 y observaciones generalmente positivas.

Actividades a desarrollar en el período académico

Los estudiantes en práctica del programa de Comunicación Social deben realizar las siguientes actividades de seguimiento durante el período académico:

Formulario inicial

Para diligenciar este formulario el estudiante debe leer el Manual General de Prácticas Empresariales y elegir una de las modalidades propuestas por la institución para el desarrollo de las prácticas:

1. Contrato de Aprendizaje
2. Contrato Laboral
3. Convenio Interinstitucional Social o Comunitaria
4. Emprendimiento
5. Consultoría Formativa Universitaria Empresarial

Plan acción de mejora

Desarrollar un cronograma que describa las actividades enumeradas, para la ejecución de los objetivos a través de alguna de estas herramientas: Cronogramas de trabajo o Diagrama de Gantt.

Diagnóstico

Diseña y adjunta el documento del Diagnóstico del área o departamento de aplicación de la práctica a través de alguna de estas herramientas: matriz DOFA o alguna de otras herramientas, balance score card, PVHA, Ciclo de calidad, Árbol de problemas o Espina de pescado

Esquema General de Prácticas

Realizar el esquema general de prácticas, se debe diligenciar el formulario Esquema general, donde se reúne la información relevante de su proceso y propuesta de mejoramiento.

Visita inicial a la Empresa

El estudiante debe agendar una cita con el Empresario, jefe o supervisor. El encuentro entre el empresario, estudiante y docente se da por realizado únicamente cuando se registra en el formato Acta de inicio, con las tres firmas correspondientes de los asistentes, para terminar el primer momento evaluativo.

Informe de avance de práctica

En esta tarea se diligencia el formulario, donde se concentra la evaluación de las actividades y recursos, la pertinencia y la supervisión de las actividades de la propuesta de mejoramiento

Evidencias del Plan de mejora

El estudiante adjunta documento con la evidencia del avance de la propuesta de mejoramiento que se está desarrollando en la empresa, en este caso un avance del portafolio de trabajos realizados, para terminar el segundo momento evaluativo.



Informe final

En esta tarea se diligencia el formulario, donde se concentra la evaluación de las competencias, impacto en indicadores, y la pertinencia de las actividades de la Propuesta de mejoramiento.

Presentación y sustentación de la práctica

El estudiante debe adjuntar documento del resultado de la propuesta de mejoramiento que se desarrolló en la empresa. Evidencias del plan de mejoramiento de la práctica, resultados, impacto, objetivo de la práctica, alcance, cronograma vs logro de actividades, aportes generados en la empresa. Se debe realizar la sustentación de la práctica al docente académico y jefe inmediato.

Reunión final de cierre de la práctica con el empresario

El encuentro entre el empresario, estudiante y docente se da por realizado cuando se registra en el formato FOR-PEE-32 Acta de cierre, con las firmas correspondientes.

La práctica empresarial se lleva a cabo dentro del período académico que corresponda, siempre y cuando el estudiante cumpla con el mínimo de créditos cursados y aprobados según especificaciones de cada programa académico.

Modalidades de Práctica

Presencial:

El estudiante se integra al equipo de diseño de la empresa y realiza sus tareas de manera presencial.

Remota:

El estudiante trabaja desde su hogar o un espacio de coworking, utilizando herramientas digitales para colaborar con el equipo.

Mixta:

Combina elementos de la modalidad presencial y remota.

Seguimiento y Evaluación

Tutoría académica:

Asignación de un tutor académico que brindará orientación y seguimiento al estudiante durante todo el proceso.

Evaluaciones periódicas:

Realización de evaluaciones intermedias y finales para medir el progreso del estudiante.

Informes de avance:

Los estudiantes deberán presentar informes periódicos sobre sus actividades y logros.

Evaluación del desempeño:

Se evaluará el desempeño del estudiante en 3 momentos, con base a criterios como la calidad del trabajo, la capacidad de resolución de problemas, la actitud proactiva y el cumplimiento de plazos.

Equivalencia de Créditos



Tabla 49. Créditos académicos para cursar las asignaturas de práctica.

FACULTADES DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN - ESCUELA DE NECOCIOS - ESCUELA DE FORMACIÓN.		
Práctica programas por ciclos	Semestre	Créditos
Nivel Técnico Profesional	IV	44
Nivel Tecnología	VI	78
Nivel Profesional	IX	128
FACULTAD DE INGENIERÍA		
Práctica programas por ciclos	Semestre	Créditos
Nivel Técnico Profesional	IV	43
Nivel Tecnología	VII	88
Nivel Profesional	XI	145
FACULTADES DE - INGENIERÍA – CIENCIAS SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN – ESCUELA DE NEGOCIOS		
Práctica programas con único título	Semestre	Créditos
Nivel Tecnología	Último semestre	21 créditos máximos pendientes para cursar las prácticas
Nivel Profesional		

Elaboración propia, UCompensar.

El estudiante debe contar con la matrícula académica y financiera activa de la asignatura de práctica empresarial. Así mismo, debe formalizar su inscripción diligenciado el formulario inicial de práctica, con el que ratifica el conocimiento del manual de prácticas y la elección de la modalidad de práctica.

Estrategia de Seguimiento al proceso formativo

De acuerdo con el Manual general de prácticas empresariales, la práctica empresarial tiene una calificación durante el semestre obtenida a través del resultado de las actividades, el plan y la retroalimentación del supervisor laboral. De acuerdo con este manual, la nota mínima aprobatoria para la asignatura de práctica empresarial es de 3.0 (tres punto cero) sobre 5.0 (cinco puntos cero) para las facultades de Ciencias Sociales y de la Educación, Ingeniería, Escuela de Negocios y para los programas de la Escuela de Formación Empresarial.

El seguimiento al proceso formativo se lleva a cabo a partir del acompañamiento docente a través de las fases de diagnóstico y en el cumplimiento de los resultados de aprendizaje:

- **Autoevaluación:** El estudiante valora sus propios desempeños, identificando el nivel alcanzado en cada momento, desde la revisión crítica y transparente de su proceso, atendiendo a unos criterios de realización/desempeños establecidos para estimar la competencia, detectando fortalezas, talentos, capacidades especiales y dificultades, limitantes y oportunidades de mejora.
- **Coevaluación:** Los estudiantes realizan una valoración conjunta sobre la actuación del grupo, atendiendo a unos criterios de realización/desempeño establecidos en consenso; participando así en la valoración de los niveles de desempeño evidenciados.
- **Heteroevaluación:** El profesor y los expertos invitados, valoran los desempeños de los estudiantes, identificando el nivel alcanzado en cada momento, atendiendo a los criterios establecidos para estimar el nivel de competencia.



Primera entrega. La calificación de la primera entrega evaluativa se obtiene a través de la evaluación de los siguientes aspectos (Tabla 50)

Tabla 50. Actividades aprobación práctica empresarial (primera entrega)

ACTIVIDADES PARA LA APROBACIÓN DE LA PRÁCTICA EMPRESARIAL		
Modalidad de Práctica	Actividades	Desarrollo de Actividad
• Contrato Laboral • Contrato de Aprendizaje • Convenio • Social o Comunitaria	1. Pre-Diagnóstico y diagnóstico del área o departamento donde se aplicará la práctica. 2. Planificación de la acción de mejora. 3. Esquema general plan de práctica. 4. Reunión de inicio de la práctica con el empresario y el docente.	1. Adjuntar el documento en formato PDF, de acuerdo con los lineamientos del docente. 2. Adjuntar el cronograma de trabajo, conforme a los lineamientos del docente. 3. Diligenciar el formulario, el cual permitirá conocer la información de la empresa y/o del área donde se desarrollará el plan de mejoramiento y su alcance. 4. Acta de Inicio de la Práctica, el estudiante deberá agendar una reunión con el empresario y el docente para presentar la propuesta de mejoramiento, la cual debe ser aprobada el por docente - empresario.
• Consultoría Formativa Universitaria Empresarial	1. Pre-Diagnóstico del área o departamento de aplicación de la práctica. 2. Esquema Pre-diagnóstico general de la práctica. 3. Reunión de inicio de la práctica con el empresario - docente.	1. Adjuntar documento en formato PDF, de acuerdo con la guía-instructivo de la modalidad de Consultoría y los lineamientos del docente. 2. Diligenciar el formulario, cuyo objetivo es reconocer la organización e identificar la(s) problemática(s) o necesidades existentes en un área o departamento. 3. Acta de inicio de práctica. El estudiante deberá agendar una reunión con el empresario y el docente para presentar la propuesta de mejora, la cual debe ser aprobada el por docente - empresario.
• Emprendimiento	1. Diagnóstico general del emprendimiento. 2. Reunión de inicio de la práctica.	1. Diligenciar el formulario diagnóstico, que permitirá brindar información valiosa sobre el enfoque actual del emprendimiento, identificar áreas de mejora, oportunidades de crecimiento y estrategias para elevar la calidad de las operaciones. 2. Acta de inicio de práctica. El estudiante deberá agendar una reunión con el docente para definir el plan de acción y las áreas de mejora en su emprendimiento, la cual debe ser aprobada por el docente. (Para esta modalidad solo aplica firma del estudiante y docente).

Fuente: tomado del Manual General de Prácticas Empresariales, UCompensar, 2025

Segunda entrega: La calificación de la segunda entrega evaluativa se obtiene a través de la evaluación de los siguientes aspectos: Para continuar con las actividades del segundo momento, se debe cumplir a cabalidad todo el primer momento (Tabla 51).

Tabla 51. Actividades aprobación práctica empresarial (segunda entrega)

Modalidad de Práctica	Actividades	Desarrollo de Actividad
• Contrato Laboral • Contrato de Aprendizaje • Convenio • Social o Comunitaria	1. Plan de trabajo con las evidencias del desarrollo de la propuesta de mejoramiento 2. Informe de avance de práctica.	1. Adjuntar documento del avance en formato PDF, de acuerdo a los lineamientos del docente. 2. Diligenciar formulario que detalla el desarrollo de las actividades realizadas, enfocadas al cumplimiento del plan de trabajo y a la medición de los impactos generados en la empresa.
• Consultoría Formativa Universitaria Empresarial	1. Plan de trabajo con las evidencias del diagnóstico de necesidades y problemas organizacionales. 2. Informe de avance de práctica.	1. Adjuntar documento en formato PDF de acuerdo a los lineamientos del docente y la guía-instructivo de la modalidad de Consultoría. 2. Diligenciar formulario el cual permitirá evaluar los aspectos, avance de la práctica y explorar la problemática del área o departamento de la organización, para el planteamiento de una posible solución.
• Emprendimiento	1. Plan de trabajo del avance de las mejoras a implementar en el emprendimiento.	1. Adjuntar el documento en formato PDF, de acuerdo con los lineamientos del docente.

Fuente: tomado del Manual General de Prácticas Empresariales, UCompensar, 2025

Tercera entrega. Para continuar con la entrega del tercer momento, se debe cumplir a cabalidad todo el primer momento y el segundo momento. La calificación de la tercera entrega evaluativa se obtiene a través de la evaluación de los siguientes aspectos (Tabla 52):



Tabla 52. Actividades aprobación práctica empresarial (tercera entrega)

Modalidad de Práctica	Actividades	Desarrollo de Actividad
• Contrato Laboral • Contrato de Aprendizaje • Convenio • Social o Comunitaria	1. Plan de trabajo final con las evidencias del desarrollo y aplicación de la propuesta de mejoramiento. 2. Informe final de la práctica. 3. Reunión final sustentación del plan de mejoramiento.	1. Adjuntar documento final en formato PDF, de acuerdo a los lineamientos del docente. 2. Diligenciar formulario el cual permitirá evaluar las competencias blandas y específicas del programa, así como los indicadores de impacto desarrollados en el plan de práctica. 3. Acta de cierre de la práctica. El estudiante deberá agendar una reunión con el empresario y el docente con el fin de presentar los resultados de su plan de mejoramiento.
• Consultoría Formativa Universitaria Empresarial	1. Plan de trabajo con construcción de acciones organizacionales y posibles soluciones. 2. Informe final de práctica. 3. Reunión final sustentación del plan de mejoramiento propuesto.	1. Adjuntar documento final en formato PDF de acuerdo a los lineamientos del docente y la guía-instructivo de la modalidad de Consultoría. 2. Diligenciar el formulario, el cual permitirá presentar las soluciones propuestas para la empresa, así como los indicadores de impacto desarrollados en el plan de práctica. 3. Acta de cierre de práctica. El estudiante deberá agendar una reunión con el empresario y el docente con el fin de presentar los resultados de su plan de mejoramiento.
• Emprendimiento	1. Plan de trabajo final de las mejoras implementadas en el emprendimiento. 2. Informe final del emprendimiento. 3. Reunión final sustentación del plan de mejoramiento.	1. Adjuntar el documento final en formato PDF, de acuerdo con los lineamientos del docente. 2. Diligenciar el formulario, el cual permitirá evaluar cómo han contribuido las mejoras, medir el progreso, identificar logros y definir los próximos pasos hacia el éxito continuo del emprendimiento. 3. Acta de cierre de práctica, el estudiante agenda una reunión con el docente con el fin de presentar los resultados de su plan de mejoramiento en su emprendimiento. (Para la modalidad de emprendimiento solo aplica firma del estudiante y docente).

Fuente: tomado del Manual General de Prácticas Empresariales, UCompensar, 2025

Estrategia de seguimiento al proceso de prácticas

Como parte del modelo centrado en la relación universidad – empresa, la Fundación Universitaria Compensar tiene el compromiso de promover y fortalecer las relaciones con su entorno empresarial y social. En este sentido, la práctica empresarial es un aporte efectivo para el estudiante con fines de aprendizaje profesional, siendo el estudiante una de las vías para consolidar la estrategia de relacionamiento con el sector productivo, que incorpora el trabajo de estudiantes, docentes y directivos para analizar la información recolectada en el seguimiento del proceso de prácticas empresariales, con el fin de conocer la pertinencia de sus programas con relación a las necesidades del sector productivo y su entorno.

La práctica empresarial de los estudiantes de la Fundación Universitaria Compensar aporta al sector externo:

- Actualización y aplicación de nuevo conocimiento.
- Ejercicio de la responsabilidad social.
- Tendencias disciplinares y aplicación de tecnologías emergentes
- Potenciales trabajadores en las diferentes disciplinas académicas.

Brinda a los estudiantes la oportunidad de:

- Aplicar y evaluar la formación académica recibida.
- Autoevaluar su perfil profesional y su capacidad creativa.
- Vivenciar y analizar situaciones reales de ejercicio profesional, suplir necesidades y expectativas de las empresas u organizaciones y realizar aportes aplicables y cuantificables.
- Capitalizar experiencias, nuevo conocimiento, y desarrollo de su competencia laboral.
- Participar en el diseño e implementación de iniciativas, procedimientos y soluciones, aportando a ellas desde su perfil profesional.
- Actualizar y evaluar la formación académica recibida.

Beneficios para la Fundación Universitaria Compensar:

- Provee retroalimentación permanente, objetiva y oportuna para la evaluación, actualización y pertinencia de sus programas y currículos.
- Brinda 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.

- Fortalece la relación 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.

Seguimiento por parte del tutor académico

Tal y como lo contempla el Manual General de Prácticas Empresariales de UCompensar, para dar inicio al desarrollo de la asignatura de práctica empresarial, el tutor académico asignado realizará la inducción en la segunda semana de clases, con el fin de dar a conocer todos los lineamientos de la práctica empresarial. Durante la ejecución de la práctica el tutor académico guía al estudiante resolviendo dudas y proporcionando aportes para su desempeño y la aplicación de sus conocimientos.

El seguimiento, el desarrollo y la evaluación de la asignatura se realizará a través del campus virtual donde encontrarán registrados los formularios: informe de inicio, avance y final del proceso, para que sean diligenciados y compartidos con el tutor académico para su respectiva calificación. El estudiante sustenta su informe final al tutor académico para culminar el proceso.

El tutor académico registra la nota respectiva, la cual debe ser reportada al proceso Experiencia Empresarial, acompañado por el informe del supervisor laboral. Todas las situaciones especiales que se presenten durante la implementación del proceso de prácticas serán evaluadas en primera instancia de manera conjunta por los Supervisores; Si el proceso lo requiere, la presentan al proceso Experiencia Empresarial y/o al comité de prácticas. (Incumplimiento de las partes, indisciplina, solicitudes de retiro, inconsistencias, etc.).

Proyecto Educativo del Programa

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 (Ver Anexo 4.1).

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.

El seguimiento al Proyecto Educativo del Programa (PEP) de Comunicación Social se ha desarrollado bajo los lineamientos institucionales de autoevaluación y autorregulación establecidos por la Fundación Universitaria Compensar, orientados al mejoramiento continuo y al aseguramiento de la calidad. Este proceso se ha estructurado en fases de planeación, aplicación, verificación y actuación, con la participación de docentes, estudiantes, egresados, directivos y empresarios. A través de instrumentos de percepción, análisis documental y estadístico, el programa ha identificado fortalezas y oportunidades de mejora relacionadas con la pertinencia del currículo, el desempeño académico, los procesos de investigación y proyección social, y la vinculación con el entorno. Los resultados de este seguimiento han permitido consolidar informes y planes de mejoramiento que orientan la actualización de contenidos, metodologías activas de aprendizaje, mecanismos de acompañamiento académico y estrategias de evaluación formativa.

Para la nueva vigencia del registro calificado, el programa prevé acciones específicas enfocadas en el fortalecimiento de la cultura de autoevaluación, la integración curricular con las tendencias del campo comunicativo y la actualización permanente del plan de estudios frente a las demandas del sector productivo. Asimismo, se proyecta robustecer los procesos de seguimiento a egresados y empleadores



para garantizar la pertinencia profesional del programa, consolidar los espacios de práctica y articulación con el entorno empresarial, e implementar estrategias de transformación digital y mediación pedagógica con TIC. Estas acciones buscan reafirmar el compromiso institucional con la calidad académica, la formación integral y la consolidación del comunicador social como un profesional ético, crítico e innovador, capaz de responder a los desafíos sociales y organizacionales contemporáneos.

Relación de Anexos

Anexo 4.1. *Proyecto Educativo del Programa
Comunicación Social*

Anexo 4.2. *Syllabus, planeaciones didácticas y rúbricas*



5. INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN Y/O CREACIÓN ARTÍSTICA Y CULTURAL

5.1. Investigación en la Fundación Universitaria Compensar

El Proyecto Educativo Institucional (PEI) promueve una investigación en la Fundación Universitaria Compensar - UCompensar de carácter aplicado, generando soluciones colaborativas y pertinentes a los retos y desafíos de organizaciones y comunidades desde un enfoque de Universidad Empresa, donde el vínculo con el sector productivo, aportando a la transformación empresarial y la competitividad.

La investigación en la UCompensar fortalece la articulación entre las actividades de docencia, proyección social y extensión, desde la formación investigativa, la investigación formativa y la investigación generativa de docentes y estudiantes en contextos reales de aplicación, fomentando la participación general de empresas, industrias, entidades territoriales, instituciones estatales y organizaciones de la sociedad civil, buscando la creación conjunta de mejoras y cambios.

En este sentido, la Política de investigación, innovación y creación artística y cultural configura la investigación como una herramienta colaborativa de solución a retos y desafíos del entorno local, nacional e internacional, convirtiéndose en un motor del vínculo con el sector externo que privilegia la innovación y la internacionalización (Anexo 5.1 Política de investigación, innovación y creación artística y cultural).

En este sentido, la investigación en UCompensar tiene los siguientes objetivos:

- Fomentar el desarrollo de la investigación de carácter aplicado, en torno a las líneas de investigación establecidas como derroteros de indagación.
- Fortalecer el desarrollo del currículo de los programas académicos con la articulación de la investigación aplicada y la proyección social institucional.
- Fomentar la innovación empresarial como uno de los ejes de consolidación de la investigación aplicada.
- Contribuir a la consolidación de una cultura de innovación y creación artística y cultural, con la definición de los procedimientos y mecanismos válidos y suficientes para su formalización, evaluación, medición y difusión.

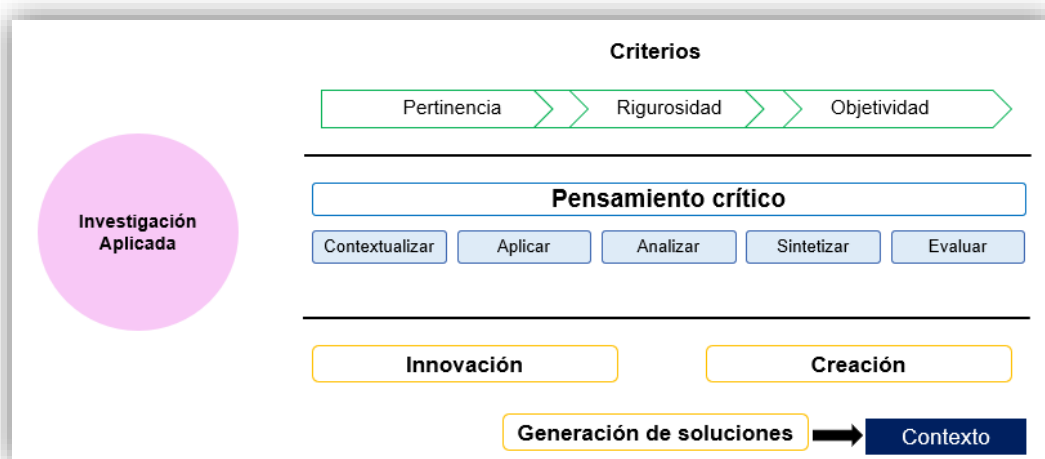
El desarrollo de la investigación en UCompensar se lleva a cabo asegurando su ejercicio responsable, íntegro y ético, en ambientes de trabajo colegiado y garantizando el impacto para cada uno de los individuos participantes (Anexo 5.6. Política propiedad intelectual).

Así mismo, la investigación genera experiencias de innovación y resultados de creatividad y creación diferentes, permitiendo la inclusión de los programas académicos y el reconocimiento a los resultados académicos, creativos, culturales y artísticos. Investigación y extensión en UCompensar buscan la generación de mejoras, cambios y transformaciones en situaciones reales en el marco de ejecución de sus organizaciones aliadas y comunidades con las que se adelantan actividades de intervención y cooperación.

En este sentido, UCompensar desarrolla su investigación siguiendo los criterios de pertinencia, rigurosidad y objetividad en el ejercicio de la investigación de carácter aplicado que propicia la solución a problemas reales, la generación de innovaciones y creaciones artísticas y culturales. La investigación tiene como objetivo formativo el desarrollo del pensamiento crítico en la comunidad educativa.



Figura 22. Tipo de investigación, criterios y alcance de la investigación en UCompensar.



Fuente: Dirección de investigación y Transferencia, 2024

En cuanto a Formación Investigativa, se contempla el desarrollo de competencias científicas y tecnológicas en cursos propios y transversalmente en investigación en los planes de estudio. Además, hay estrategias pedagógicas curriculares y complementarias, como cursos específicos en el plan de estudio, relacionados con las líneas de investigación, proyectos integradores por competencias–PIC, proyectos de aula, retos empresariales y semilleros de investigación para fortalecer los procesos formativos de los estudiantes y privilegiar su acercamiento temprano a la investigación. Las estrategias suelen alimentarse de las necesidades expresas del sector productivo y las comunidades, así se tienen como pretexto para el ejercicio de procesos formativos en investigación que generan valor y soluciones a esos grupos de interés que lo necesitan.

5.2. Ambiente Investigativo en el Programa Académico

Para el Programa Académico de Comunicación Social y a través de la política de investigación establecida por la Universidad, se generan escenarios en donde los estudiantes de Pregrado desarrollan procesos de investigación a través de espacios académicos que permiten la generación de habilidades y competencias investigativas.

La investigación en el programa de Comunicación Social se caracteriza por su naturaleza multidisciplinaria (campo) y su necesidad de dialogar constantemente con diversas metodologías, coherentes a los fenómenos de indagación que el mismo campo en relación con los contextos aplicados de investigación requieren. Lo anterior, promueve la necesidad constante de creatividad e innovación en los procesos metodológicos, lo que lleva a que en el contexto del campo de la comunicación muchos de los resultados de las iniciativas investigativas se relacionen con la investigación-creación, en especial, al comprender las apuestas emergentes por el conocimiento en América del Sur, donde por ejemplo, el concepto de mediación, implicará metodologías muy localizadas y en ocasiones cocreadas con los sujetos en interacción en el proceso investigativo, focalizando, en este caso, la producción de conocimiento en el proceso mismo de investigación.

Esta perspectiva, no solo se restringe, en este ejemplo, a la puesta en escena de las metodologías, en ellas, la sistematización de experiencia como apuesta política del conocimiento en el continente con sus relaciones con la educación popular y la investigación acción participativa (IAP), se transforma en una posibilidad de transferencia de conocimientos adquiridos, creados y construidos en las experiencias investigativas.



La comunicación, en el marco del debate como campo, requiere de la construcción constante de los objetos de investigación, se podría decir, de los procesos de objetivación para el reconocimiento de las particularidades del fenómeno mismo de trabajo, demandando, a su vez, procesos metodológicos apropiados tanto para el ejercicio de objetivación como para el fenómeno y todos los sujetos relacionados en el proceso mismo. Esto lleva a que la investigación cuente con una visión holística y contextual que requerirá de una amplia capacidad de innovación y creatividad.

Las anteriores relaciones en las que se inscribe el proceso investigativo para el programa de Comunicación Social, demandan un nivel de rigurosidad y justificación de todos los procesos, decisiones, construcciones de conocimiento, evidencias y procesos de interacción, que deben en su rigurosidad ser validados tanto con los sujetos interactuantes del proceso investigativo como con la comunidad académica, lo anterior con el fin de garantizar la coherencia interna y externa de los procesos encaminados en el programa. A continuación, en el marco de la articulación institucional, se presenta el vínculo del programa académico de Comunicación Social a las líneas de investigación de Facultad, los grupos de investigación institucionales articulados, las líneas de investigación y las líneas de formación del Programa Académico Tabla 53.

Tabla 53. Articulación Investigación del Programa Académico de Comunicación Social.

Línea(s) de Investigación Facultad	Grupo(s) de Investigación en el que participará o participa con proyectos de investigación	Líneas de investigación del Programa Académico	Líneas de Formación Programa Académico
Gestión de marketing. Comunicación Publicitaria.	ICOM	Comunicación, narrativas y prácticas sociales	Comunicación organizacional. Redes Sociales y narrativas. Medios de comunicación. Comunicación y procesos sociales. Construcción de memoria y nuevas narrativas.
Comunicación, narrativas y prácticas sociales.			
Diseño y gestión para la comunicación.			

Fuente: Elaboración Propia, 2025

De la anterior tabla (53), es preciso destacar que el grupo de investigación al que pertenece al programa es ICOM (Investigación en Comunicación, Medios y Mercadeo). En este sentido, en las políticas de la investigación de la UCompensar, se ha buscado un trabajo inter y multidisciplinario, por ello, los proyectos de investigación en los que participan las y los investigadores del grupo ICOM, pueden encontrarse vinculados con proyectos de otros grupos de la Universidad, como es para el 2025 con el grupo GEPHS (Grupo de Investigación en Estudios Humanos Pedagógicos y Sociales), de igual forma con el grupo EGE (Grupo de Estudios en Gestión Empresarial).

Lo anterior evidencia prácticas investigativas que son flexibles y se orientan al trabajo colaborativo, inter, trans y multidisciplinar de acuerdo con las dinámicas que se desarrollan en los proyectos en los que investigadores de diversos programas y facultades interactúan.

5.3. Formación Investigativa en el Programa Académico de Comunicación Social

La formación investigativa está presente en la UCompensar desde la investigación formativa, entendida como la integración de la investigación dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje, permitiendo que los estudiantes desarrollen habilidades investigativas mientras avanzan en su formación académica fomentando la innovación, preparándolos para el mercado laboral y contribuyendo al conocimiento. Este tipo de investigación se centra en la formación de competencias investigativas desde los niveles más básicos de la educación superior hasta los avanzados, fomentando un pensamiento crítico y analítico en los estudiantes, a partir el aprendizaje activo, la progresividad y el vínculo con el sector externo.



Los estudiantes exploran preguntas de investigación a través de la experimentación práctica generando soluciones originales y contextualmente relevantes atendiendo las necesidades de comunidades, organizaciones y empresas. Así mismo, se genera un medio para la reflexión crítica y la documentación de procesos creativos que, en sí mismos, constituyen valiosas aportaciones al conocimiento disciplinar desde las estrategias implementadas en el aula, los semilleros de investigación y los proyectos de investigación, estructurados en los PA (Proyectos de Aula) que brindan primeras herramientas y búsquedas de rutas indagatorias y los PIC (Proyectos Integradores por Competencias) que permiten una articulación de manera directa con los proyectos de investigación, incluso fomentando la colaboración creativa en los productos resultados de investigación.

En este sentido, en la UCompensar la investigación formativa, desde la existencia de una ruta de investigación formativa transversal en la estructura curricular, otorga 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 (Anexo 5.1 Política de investigación, innovación y creación artística y cultural).

Ruta Investigación Formativa en el Programa Académico de Comunicación Social.

La línea de investigación del programa se denomina Comunicación, Narrativas y Prácticas Sociales. De este modo, el programa de Comunicación Social atiende los procesos contemporáneos y tendencias del campo de la comunicación, teniendo como referentes importantes de la formación de comunicadores sociales a universidades y apuestas formativas del orden nacional e internacional (2023) que fueron consultados como estado de arte para la construcción de la línea de investigación del programa y de sus núcleos problémicos a saber:

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

Esta línea y los núcleos problémicos se vinculan curricularmente a través de una ruta de Investigación formativa del programa académico de Comunicación Social, coherente con el nivel de formación y el perfil del estudiante UCompensar y que contempla diversos escenarios curriculares. Así pues, las líneas de investigación con las que se vincula el programa con la Facultad y con la Universidad, se articulan por medio de las líneas de formación y las asignaturas del programa, en coherencia con las apuestas que un fenómeno en comunicación requiere acorde con la apuesta epistemológica del campo presentada, en consecuencia, se han establecido como factor comunicante o puente entre la práctica investigativa del campo en Comunicación y el plan formativo, algunos momentos o escenas claves de un proceso investigativo.

- **Reflexividad:** Asignaturas que contribuyen desde el conocimiento a los procesos de problematización propios de los ejercicios investigativos.
- **Metodología:** Asignaturas que por su naturaleza requieren de ejercicios donde la planeación de acciones en una secuencia son claves, alimentando así los procesos de diseños metodológicos.



- **Trabajo de Campo:** Asignaturas que por su apuesta tipo taller o laboratorio implican, en últimas, el trabajo de campo, diagnósticos organizacionales, recolección de evidencias, nutriendo así las prácticas investigativas.
- **Análisis:** Asignaturas que por su desarrollo aportan a los ejercicios de análisis de evidencias recolectadas en el trabajo de campo.
- **Difusión:** Asignaturas que son orientadas a ejercicios de difusión o construcción de narrativas, permitiendo así la distribución del conocimiento generado en la investigación.
- **Investigación:** Asignaturas orientadas a la construcción o desarrollo de procesos investigativos en su totalidad, nutridas por todos los demás espacios.

Estos espacios o momentos relacionados con la investigación no se encuentran en una secuencia específica, en la medida que la investigación misma requiere, constantemente, de ajustes en sus desarrollos. Así, la investigación se concibe como una práctica en la que diversos conocimientos, innovación y creatividad están presentes, por lo que, las líneas del programa nutren en sí misma la práctica no como un saber específico y aislado sino como una práctica para la solución de inquietudes o problemas de índole comunicativo en organizaciones de diversas características.

En total, se cuenta con 39 asignaturas que alimentan las prácticas investigativas desde diversos lugares, la distribución de estas se puede observar en la tabla 54.

Tabla 54. Proceso formativo de investigación por líneas.

Línea de profundización	Momento de investigación						Total
	Reflexividad	Metodología	Trabajo de campo	Análisis	Difusión	Investigación	
Generación de contenidos multiplataforma periodísticos y corporativos	4	1	2	0	6	1	14
Aprendizaje experiencial (Laboratorios Vivos)	1	6	0	2	1	0	10
Comunicación y relacionamiento estratégico	2	4	0	0	1	0	7
Transversales	1	0	0	3	0	1	5
Básicas / Genéricas	0	0	0	0	0	0	0
Electivas	1	1	0	1	0	0	3
Total	9	12	2	6	8	2	39

Fuente: elaboración propia, 2025.

Ahora bien, la distribución de estas asignaturas también se puede observar a lo largo de la experiencia formativa de los estudiantes cómo se observa en la tabla 55.





Tabla 55. Proceso formativo de investigación por semestres.

Momento investigación	1	2	3	4	5	6	7	8	Ele	Total
Reflexividad	2	1	1	2	0	0	1	1	1	9
Metodología	1	1	3	2	1	2	0	1	1	12
Trabajo de campo	0	0	0	1	1	0	0	0	0	2
Análisis	1	1	1	0	0	1	1	0	1	6
Difusión	2	2	1	0	1	1	1	0	0	8
Investigación	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2
Total	6	5	6	5	3	4	4	3	3	39

Fuente: elaboración propia, 2025.

La anterior (tabla 55) hace evidente cómo en el programa se ha pensado el proceso formativo de investigación como un ejercicio de vínculos constantes, entre tensiones y procesos de la misma forma en que el campo de la Comunicación funciona en su producción de conocimiento y reflexión de los procesos y prácticas comunicativas. En la tabla 56 se relacionan las asignaturas del plan de estudios del programa de Comunicación Social que corresponden al momento de reflexividad.

Tabla 56. Asignaturas del plan de estudios del momento de Reflexividad

Semestre	Asignatura	Créditos	Línea
1	Sujeto, Cuerpo y Comunicación	2	Generación de contenidos multiplataforma periodísticos y corporativos
1	Redes y contextos	2	Comunicación y relacionamiento estratégico
2	Ciudadanía Global y Democracia	2	Transversales
3	Semiótica y cultura	2	Generación de contenidos multiplataforma periodísticos y corporativos
4	Opinión Pública	2	Generación de contenidos multiplataforma periodísticos y corporativos
4	Ecología de medios	2	Generación de contenidos multiplataforma periodísticos y corporativos
7	Comunicación para el cambio social	2	Aprendizaje experiencial (Laboratorios Vivos)
8	Públicos, eventos y Relaciones Públicas	3	Comunicación y relacionamiento estratégico
Electiva	Geopolítica	2	Electivas

Fuente: Elaboración Propia.

Como se evidenció en la definición de las asignaturas del momento de reflexividad, estas se encuentran principalmente vinculadas con los ejercicios de investigación en clave de las problematizaciones y construcciones de objetivaciones de los fenómenos propios a las comunicación, espacios donde los estudiantes comprenden muchas de las categorías y conceptos claves para el pensamiento en comunicación y por tanto para el reconocimiento y diseño de problemas de investigación.

En concordancia con el proceso metodológico en el marco de la investigación, como se puede observar en la tabla 57, la mayoría de las asignaturas que apoyan la generación de un pensamiento en clave metodológico, comprendido como la construcción de secuencias de acciones para cumplir con un objetivo, son de aprendizaje experiencial, donde la puesta en marcha de procesos específicos permite el proceso de apropiación de secuencias para la producción de conocimiento, por lo que las metodologías aquí cobran sentido, dado que requieren de innovación y creatividad para lograr los objetivos propuestos.



Tabla 57. Asignaturas del plan de estudios del momento Metodológico.

Semestre	Asignatura	Créditos	Línea
1	Laboratorio de Fotografía y Realidad	3	Aprendizaje experiencial (Laboratorios Vivos)
2	Laboratorio de pre - producción audiovisual	3	Aprendizaje experiencial (Laboratorios Vivos)
3	Taller de Narrativas convergentes	2	Generación de contenidos multiplataforma periodísticos y corporativos
3	laboratorio de postproducción y medios	3	Aprendizaje experiencial (Laboratorios Vivos)
3	Comunicación estratégica	2	Comunicación y relacionamiento estratégico
4	Laboratorio de locución y producción sonora	3	Aprendizaje experiencial (Laboratorios Vivos)
4	Gestión de la comunicación	2	Comunicación y relacionamiento estratégico
5	Laboratorio de podcast y narrativas sonoras	3	Aprendizaje experiencial (Laboratorios Vivos)
6	Comunicación estratégica de marketing	2	Comunicación y relacionamiento estratégico
6	Comunicación, imagen y posicionamiento	2	Comunicación y relacionamiento estratégico
8	Proyectos estratégicos y prospectiva	3	Aprendizaje experiencial (Laboratorios Vivos)
Electiva	Evaluación financiera de proyectos	2	Electivas

Fuente: elaboración propia, 2025

En el caso del momento de trabajo de campo se ha relacionado con dos talleres específicos que desde la labor del periodismo demanda el ejercicio o aplicación de técnicas para la recolección de evidencias, que además por su naturaleza, implican la interacción de los estudiantes en ejercicios de trabajo de campo aplicado para el desarrollo de los talleres, por ello, aportan conocimiento y experiencia a los ejercicios de trabajo de campo.

Tabla 58. Asignaturas del plan de estudios del momento Trabajo de Campo.

Semestre	Asignatura	Créditos	Línea
4	Taller de Periodismo	3	Generación de contenidos multiplataforma periodísticos y corporativos
5	Taller de noticia y entrevista	3	Generación de contenidos multiplataforma periodísticos y corporativos

Fuente: elaboración propia, 2025



El caso del periodismo demanda el ejercicio o aplicación de técnicas para la recolección de evidencias, que además por su naturaleza, implican la interacción de los estudiantes en ejercicios de trabajo de campo aplicado para el desarrollo de los talleres, por ello, aportan conocimiento y experiencia a los ejercicios de trabajo de campo.

Tabla 59. Asignaturas del plan de estudios del momento de Análisis.

Semestre	Asignatura	Créditos	Línea
1	Matemática Fundamental	2	Transversales
2	Estadística Descriptiva	2	Transversales
3	Pensamiento Lógico	2	Transversales
6	Analítica de Datos	2	Aprendizaje experiencial (Laboratorios Vivos)
7	Taller de Visualización de datos y toma de decisiones	3	Aprendizaje experiencial (Laboratorios Vivos)
Electiva	Programación orientada a objetos en comunicación	2	Electivas

Fuente: elaboración propia, 2025.

Como se observa en la tabla 59, el análisis en los procesos de investigación formativa suelen ser un punto en el que no es del todo fácil de establecer ejercicios oportunos para el desarrollo de las destrezas que demanda este ejercicio, por ello, se ha optado por reconocer este tipo de dinámicas que demanda la investigación y sus prácticas, tal y como se estableció en la justificación epistémica del programa, es decir, en el marco de la emergencia de tecnologías digitales mediante modelos de IA, apropiación del lenguaje con el que estos esquemas trabajan, basado en matemática, estadística aplicada en el análisis de datos y las visualizaciones; por ello este espacio se ha enfocado en este tipo de ejercicios que hoy por hoy permite, incluso, el análisis de datos textuales para el análisis de discurso mediado por la digitalización, lo que en algunos espacios denominan como lingüística, semiótica o discurso computacional.

Tabla 60. Asignaturas del plan de estudios del momento de difusión.

Semestre	Asignatura	Créditos	Línea
1	Taller de Lenguajes y Narrativas	2	Generación de contenidos multiplataforma periodísticos y corporativos
1	Expresión y comunicación	2	Generación de contenidos multiplataforma periodísticos y corporativos
2	Taller de Escrituras creativas	2	Generación de contenidos multiplataforma periodísticos y corporativos
2	Redacción	2	Generación de contenidos multiplataforma periodísticos y corporativos
3	Storytelling estratégico	2	Generación de contenidos multiplataforma periodísticos y corporativos
5	Comunicación interna y endomarketing	2	Comunicación y relacionamiento estratégico
6	Taller de Crónica y Reportaje	2	Generación de contenidos multiplataforma periodísticos y corporativos
7	Laboratorio de comunicación	3	Aprendizaje experiencial (Laboratorios Vivos)





	inmersiva (RA, RV, IA)		
--	------------------------	--	--

Fuente: elaboración propia, 2025.

Al igual que con los procesos de análisis, otro de los momentos que suelen no ser rastreados de forma rigurosa en los procesos de investigación, es la difusión del conocimiento, la transferencia, por ello, en el esquema de este plan de estudios del programa de Comunicación Social (Tabla 60) se ha querido vincular un grupo de asignaturas que entregan a los estudiantes fortalezas, destrezas y competencias para este tipo de procesos al interior de la investigación.

Tabla 61. Asignaturas del plan de estudios del momento de investigación.

Semestre	Asignatura	Créditos	Línea
7	Investigación en Comunicación	2	Generación de contenidos multiplataforma periodísticos y corporativos
8	Opción de Grado	2	Transversales

Fuente: elaboración propia, 2025.

Finalmente, el momento investigación (tabla 61), en el que se encuentran las asignaturas donde todos los componentes anteriores deben ser puestos en diálogo y tensión para la producción de un proceso investigativo en su totalidad. Así entonces, los momentos anteriores, permiten la consolidación de un conocimiento en términos de práctica para la investigación en el campo de la comunicación, de forma coherente con la noción misma de campo, a partir de tensiones, encuentros y puentes entre saberes diversos, en este caso, todos dispuestos al proceso mismo de la práctica investigativa.

Además de lo anterior, es preciso recordar cómo en el modelo pedagógico de la Universidad, se integran experiencias de aula donde cada semestre se desarrollan Proyectos de Aula (PA), Proyecto Integrador de Competencias (PIC) y Retos, en estos tres casos, el proceso investigativo es la fuente de reflexión y consolidación de estos, girando además en escenarios y contextos específicos que fortalecen la investigación aplicada cómo horizonte de la UCompensar. Ya en el momento de Investigación se tiene contemplada la asignatura Opción de Grado contemplada en el componente transversal. En el marco de esta asignatura, la UCompensar plantea diversas modalidades para esta opción, no todas se vinculan con un proceso de investigación propiamente dicho, a continuación, se presentan las opciones que se contemplan a nivel institucional:

- **Trabajo de grado:** El trabajo de grado es un requisito que deben cumplir los estudiantes de la Fundación Universitaria Compensar para obtener titulación en cualquiera de los programas académicos de la institución. El trabajo de grado corresponde al resultado de un proceso de investigación, extensión, proyección social o emprendimiento, que genera un trabajo escrito, sometido a evaluación y sustentación.
- **Proyecto de investigación:** Preferiblemente de carácter aplicado, el objetivo del proyecto es abordar un problema del entorno con soluciones que sigan rigurosamente una metodología y un diseño de la investigación.
- **Proyecto de emprendimiento:** Resultado del trabajo de la línea de emprendimiento o de la práctica de emprendimiento UCompensar, que se encuentre en fase productiva.
- **Proyecto de consultoría:** Proyecto que contribuye a la solución de problemas contextuales del sector externo, requerido específicamente por una empresa u otra entidad externa, que dispone recursos económicos en contraprestación de la asesoría/consultoría recibida por parte de UCompensar.



- **Proyecto de intervención social:** Proyecto cuyo objetivo principal está orientado a la solución o la satisfacción de necesidades, problemas o situaciones de impacto social.
- **Proyecto de semillero de investigación:** Proyecto de investigación desarrollado en el marco del trabajo de un semillero de investigación legalmente constituido y adscrito a alguno de los grupos de investigación de UCompensar.
- **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.
- **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. Esta modalidad se lleva a cabo por solicitud expresa de una entidad del sector externo.
- **Curso de profundización:** Curso de perfeccionamiento, fuera del plan de estudios y de duración mínima de 80 horas, ofrecido por UCompensar u otra entidad con la que se tenga convenio.
- **Inmersión internacional:** Movilidad internacional con fines académicos, organizada por UCompensar, con la que se busca permitir al estudiante la experiencia de contrastar prácticas propias de su campo de formación con el ejercicio real en instituciones extranjeras.
- **Programa Coterminal:** Esta modalidad permite a los estudiantes de nivel Profesional Universitario, adelantar créditos de un Programa de Especialización ofrecido por la Fundación Universitaria Compensar y que dichos créditos, una vez aprobados, sean reconocidos como opción de grado en su programa académico de pregrado. Los créditos que adelantar deberán corresponder al total de los créditos del primer semestre de la Especialización elegida. El estudiante de pregrado podrá elegir de la oferta de programas de Especialización vigentes, teniendo en cuenta los perfiles y requisitos de ingreso definidos para cada una de ellas (Anexo 5.3. Política modalidades de trabajo de grado).

Como se ha mencionado en las opciones de grado de la UCompensar, una de las posibilidades es el semillero de investigación; en el caso del programa de Comunicación Social, los estudiantes no solo cuentan con todo el espacio, los vínculos formativos y las oportunidades para aprender a partir de la experiencia de investigación, de este modo, en el semillero Metamorphxs, la participación de los estudiantes se encamina a procesos investigativos, reflexivos y de intervención, a través de los cuales se han acompañado experiencias de radio escolar, que condujeron al proceso de grado de 5 estudiantes en el periodo 2025-1, mediante la sistematización de la experiencia “La Nuestra”: Un espacio radial para las juventudes del IED Jaime Pardo Leal.

Para el periodo 2025-2, el semillero cuenta con la participación de 11 estudiantes del programa, iniciando un nuevo ciclo de trabajo en torno a procesos cognitivos mediante el rastreo de la actividad cerebral (a partir de Electroencefalografías EEG) en procesos comunicativos, orientando el ejercicio a la construcción del esquema de EEG en la cámara Gesell, un proceso que se encuentra iniciando con estudiantes de primeros semestres del programa.

Adicionalmente a los escenarios curriculares, los estudiantes en la UCompensar fortalecen sus habilidades y competencias investigativas en el marco de Semilleros de Investigación como espacio complementario al currículo:



Semilleros de Investigación. Los semilleros de investigación están fundamentados en la idea de “aprender a investigar investigando”, por tal razón, los semilleros se adscriben a los proyectos y grupos de Investigación y participan en el desarrollo proyectos de investigación y en proyectos con fines pedagógicos de interés para los programas académicos. Los semilleros de investigación en UCompensar se regulan y operan con base en la Política de Semilleros de Investigación (Anexo 5.2).

Otro aspecto importante es que la UCompensar es miembro de la RedColsi en los nodos Bogotá y Orinoquía. El trabajo sostenido de los semilleros de investigación ha permitido que los estudiantes de los distintos programas, modalidades y sedes participen en encuentros locales, regionales y nacionales de investigación formativa.

Ahora bien, el Programa Académico de Comunicación Social participa en los siguientes semilleros de investigación:

Tabla 62. Semilleros de Investigación del Programa Académico de Comunicación Social.

Año	Semillero de Investigación	Grupo de Investigación	No. Estudiantes miembros	Proyectos de Investigación
2021	METAMORPHOS	ICOM	4	ABC de Género en UCompensar
2022	METAMORPHOS	ICOM	10	- ABC de Género en UCompensar - Al día UCompensar
2023	METAMORPHOS	ICOM	6	- Desnaturalizando: un podcast de género - La radio en el colegio 'La Nuestra' Jaime Pardo Leal - Escuela Abierta de Experimentación Audiovisual Paulo Freire
2024	METAMORPHOS	ICOM	9	- La Nuestra. Colegio Jaime Pardo Leal - Freedom Melody Podcast - Escuela Abierta de Experimentación Audiovisual Paulo Freire

Fuente: Elaboración Propia, 2025

Divulgación de Resultados de la Ruta de Investigación Formativa

La apuesta por socializar resultados del ejercicio de investigación formativa en la UCompensar ha generado la participación de los estudiantes del Programa Académico en los siguientes escenarios: (Anexo 5.7. Política difusión de resultados de investigación). En la tabla 63 se presentan los Escenarios de Divulgación de Resultados de Investigación generado en la Ruta de Investigación Formativa del Programa Académico de Comunicación Social.

Tabla 63. Escenarios de divulgación de resultados de investigación

Grupo de investigación	Año	Nombre evento	Interno	Externo	Estudiantes	Tipo de Participación
	2021	Socialización de proyectos UCompensar	X		3	Expositores Proyecto ABC de Género en UCompensar
	2022	Semana de la Innovación	X		10	Presentación PIC - proyecto de investigación Al Día UCompensar





ICOM	2023 -2	Semana de la Innovación	x		10	Presentación PIC – proyecto COLUSA TV.
	2024- 1	Semana de la Innovación	x		5	Expositores Proyecto Integrador por competencias PIC. Derivado del proyecto de investigación del programa.
	2024-2	Semana de la Innovación	x		5	Derivado del proyecto de investigación del programa.

Fuente: Elaboración Propia, 2025

5.4. TIC en el desarrollo de la investigación en el Programa Académico

Consciente de la importancia de fomentar el desarrollo de las competencias digitales en sus estudiantes, la UCompensar ha definido una serie de componentes estratégicos, pedagógicos y didácticos, que apuntan a fortalecer la incorporación de las TIC en las distintas prácticas académicas, siendo la formación investigativa un escenario ideal para el despliegue de las potencialidades de esta iniciativa.

La incorporación de las TIC en la formación investigativa en UCompensar tiene su punto de partida en el Proyecto Educativo Institucional y termina en el ejercicio de estrategias pedagógicas y didácticas en el aula de clase, estrategias que se presentan a continuación: estrategias de acceso a recursos (bibliográficos, para la transmisión, para el aprendizaje activo, para la interacción) y estrategias de incorporación de herramientas de educación virtual. En este sentido, en la tabla 64 se describen las herramientas TIC para apoyar el desarrollo de la investigación en el Programa Académico.

Tabla 64. Herramientas TIC para apoyo del desarrollo de la investigación

Apoyo tecnológico	CRAI Biblioteca Institucional	Trabajo en aulas
Salas de cómputo con soporte MAC y PC	Catálogo CRAI físico.	Tableros electrónicos interactivos de última generación
Conectividad a internet.	Base de datos Ebscohost.	Microsoft TEAMS.
Software con licencias físicas para la Suite de Adobe.	Base de datos Elibro	Plataforma Webex.
Software con licencias físicas para Maya 3D.	Base de datos Odilo Partner	
Se sugiere el uso de software de licencia libre.	Base de datos Pearson	Paquete y apps office 365
	Base de datos Alpha Editorial.	
Laboratorios disponibles desde 2025, para apoyo de proyectos de investigación, semilleros y proyectos aula en el programa de Comunicación Social		
Centro Multilingüe		Cámara Hessel
Laboratorio de Producción Audiovisual		Laboratorio de Fotografía Digital
Laboratorio de Producción Sonora.		Laboratorio Wow Room
Edulab 360		Laboratorio IoT
Sala de Exposiciones		

Fuente: Elaboración Propia, 2025

5.5. Grupos de Investigación Institucional y Articulación con Programa Académico

La investigación en el Programa Académico de Comunicación Social está concebida en correspondencia con la política de investigación, innovación y creación artística y cultural, otorgándole sentido al quehacer pedagógico del programa, lo cual se evidencia en la articulación a los grupos de investigación institucionales y las líneas de investigación de la Facultad de Ciencias Sociales y Educación. De acuerdo con lo anterior, en la siguiente tabla (65) se presenta la información de los grupos de investigación institucionales de la UCompensar:



Tabla 65. Grupos de investigación UCompensar

Imagen	Denominación	Clasificación MinCiencias2021	Líneas de investigación
	Grupo de Estudios en Gestión Empresarial.	B	Gestión y Control Organizacional Innovación y Desarrollo Empresarial
	Grupo de Investigación en Ingenierías.	Reconocido	Sistemas de información. Ingeniería de software Redes, telemática y telecomunicaciones Gestión de la innovación Cambio y desarrollo tecnológico Multimedia e interactividad
	Grupo de estudios humanos, pedagógicos y sociales.	C	Procesos educativos contemporáneos Bilingüismo educación e interculturalidad. Rendimiento Deportivo y Actividad Física Procesos psicosociales de la conducta y la salud mental.
	Grupo de investigación Comunicación, Medios y Mercadeo.	B	Gestión de marketing. Comunicación Publicitaria. Comunicación, narrativas y prácticas sociales. Diseño y gestión para la comunicación.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

La investigación para el Programa Académico de Comunicación Social se desarrolla a través del Grupo de Investigación ICOM. A continuación, (tabla 66) se presenta la articulación de líneas de investigación, temáticas y los programas académicos participantes en el Grupo de Investigación.

Tabla 66. Articulación Programa Académico a Grupo de Investigación

Línea de Investigación Grupo de Investigación	Temáticas Grupo de Investigación	Programa Académico que desarrolla la temática
Diseño y gestión para la comunicación.	• Marca y branding. • Estrategias de comunicación visual interna y externa. • Fotografía y audiovisual digital. • Diseño y creación de experiencias en espacios. • Diseño web, multimedia e interactividad. • Diseño inclusivo • Diseño y patrimonio.	Diseño Visual
Comunicación , narrativas y prácticas sociales.	• Comunicación organizacional • Redes sociales y Narrativas • Medios de comunicación • Comunicación y procesos sociales • Construcción de memoria y nuevas narrativas.	Comunicación Social
Comunicación, medios y mercadeo	• Medios y creatividad • Publicidad como industria cultural. • Audiencias digitales publicitarias • El mensaje publicitario digital	Mercadeo y publicidad

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Ahora bien, el Grupo de Investigación ICOM, se describe a través de su ficha técnica, la categorización de sus investigadores y los semilleros vinculados (Tabla 67):



Tabla 67. Ficha técnica Grupo de Investigación ICOM

Comunicación, medios y mercadeo

Logo	
Categoría Convocatoria 894 de 2021	B
Facultad a la que se adscribe	Facultad de Ciencias Sociales y de la Educación
Link a GrupLAC	https://scienti.minciencias.gov.co/gruplac/jsp/visualiza/visualizagr.jsp?nro=00000000009935
Código Colciencias	COL0098832
Misión	Contribuir a las discusiones conceptuales, metodológicas y prácticas del campo de la comunicación, en la región latinoamericana a través de investigaciones sólidas en sus programas académicos en las sedes de Bogotá, virtual y Meta
Visión	Ser para 2027 un grupo de investigación reconocido en Minciencias y la región latinoamericana gracias a un trabajo sólido y pertinente en investigación académica, formativa y empresarial que responda a las necesidades de los campos del conocimiento de la comunicación, el diseño y el mercadeo en las sedes de Bogotá, virtual y Meta.
Objetivos Estratégicos	• Fortalecer las potencias conceptuales, metodológicas y técnicas de los investigadores con el fin de crear una cultura investigativa que responda a las necesidades de generación de conocimiento en el campo de la comunicación, en diferentes sectores como la academia, las organizaciones y la empresa. • Consolidar el grupo ICOM a través de sus bases teóricas, proyectos investigativos, productos de conocimiento y relacionamiento externo por medio de diálogos que interpelen las realidades locales con proyección global. • Contribuir al relacionamiento externo a través de la construcción de redes y estrategias de comunicación de la ciencia como plan interno de posicionamiento y como proceso de transferencia externa

Fuente: Elaboración Propia, 2025

Tabla 68. Investigadores Categorizados Grupo de Investigación ICOM

No. Investigadores Junior	3
No. Investigadores con doctorado	2
No. Investigadores con Maestría	13
No. Investigadores con especialización	1
No. Investigadores estudiantes maestría	1
No. Investigadores estudiantes especialización	1
Total	21

Fuente: GrupLac, 2025.

Tabla 69. Semilleros de Investigación Grupo de Investigación ICOM

Semillero de Investigación	Área (s) Temática (s) de Semillero	No. de Estudiantes
TECNÉ	DISEÑO VISUAL	36
METAMORPHXS	COMUNICACIÓN SOCIAL	11

Fuente: Elaboración Propia, 2025



Los productos resultados de investigación del Grupo de Investigación ICOM, se detallan a continuación:

Tabla 70. Productos Resultado de Investigación Grupo de Investigación ICOM

Año	Productos de Investigación	Grupo de investigación	Actividades	Alcance (según lo aportado por el nivel de formación de acuerdo con el tipo de investigación que aplica)	Nivel de formación al que aplica
2020 – 2024	Ponencias	ICOM	31 ponencias realizadas por las y los investigadores del grupo	27 internacionales	Investigación
2020 – 2024	Publicaciones en revistas especializadas	ICOM	4 artículos dos en Q4 y dos sin indexación	3 internacionales 1 nacionales	Investigación
2020 – 2024	Libros	ICOM	4 libros resultados de investigación	4 libros nacionales	Investigación
2020 – 2024	Capítulos de libro	ICOM	21 Capítulos de libro resultados de investigación	21 capítulos nacionales	Investigación
2020 – 2024	Audiovisuales	ICOM	1 documental	Documental nacional	Investigación

Fuente: GrupLac, 2025

Al agrupar la producción del grupo ICOM en el periodo 2020 – 2024, en cinco campos de pertinencia de la investigación del grupo: I) Generación de conocimiento, II) Formación de recurso humano para CTel, III) Apropriación social del conocimiento, IV) Divulgación pública de la ciencia y, V) Desarrollo tecnológico e innovación, es posible rastrear 71 productos reportados y validados en la plataforma del GrupLac, la distribución de dichos productos en los campos de pertinencia se pueden observar a continuación (Figura 23).

Figura 23. Productos Resultado de Investigación Grupo de Investigación ICOM categorizados según pertinencia



Fuente: Elaboración propia datos GrupLac, 2025

Como se observa en la figura 24, al interior del campo de apropiación social del conocimiento sobresale la participación en comités de evaluación y las ediciones, como principales espacios de productividad



del grupo, también otros tipos de producción se encuentran detallados en esta figura (24).

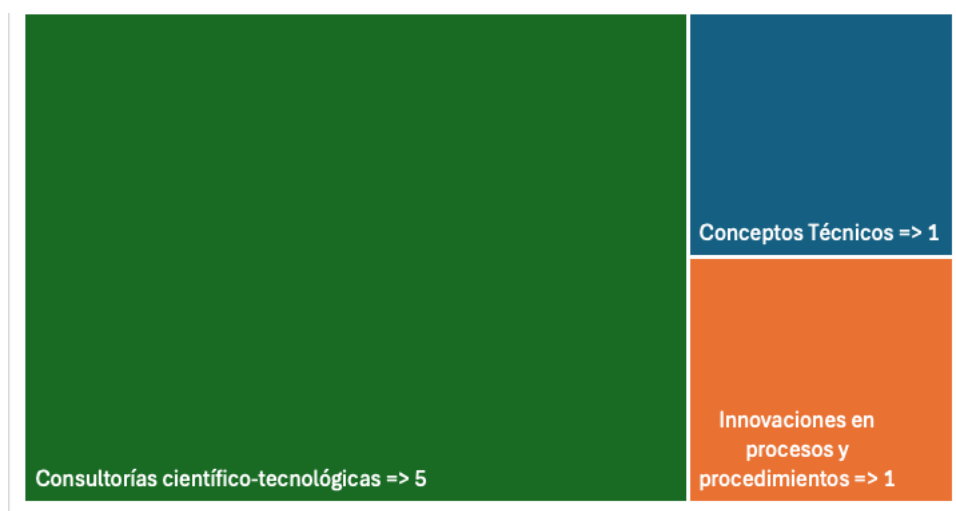
Figura 24. Distribución producción Apropiación social del conocimiento ICOM 2020-2024



Fuente: Elaboración propia datos GrupLac, 2025

Frente al campo de desarrollo tecnológico e innovación sobresale el desarrollo de consultorías científico-tecnológicas, como principal espacio de desarrollo de productos. A continuación, (Figura 25) se puede observar la distribución de los demás productos del grupo vinculados con este campo de desarrollo.

Figura 25. Distribución producción Desarrollo tecnológico e innovación ICOM 2020-2024

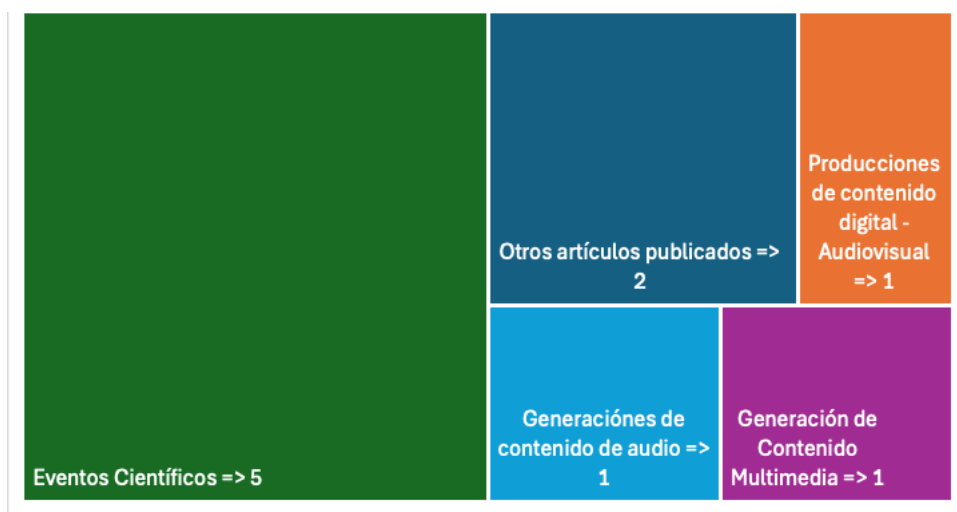


Fuente: Elaboración propia datos GrupLac, 2025

Ahora bien, frente a la divulgación pública de la ciencia, la participación en eventos científicos, artículos publicados y diversos tipos de producciones de contenidos en formatos diferentes, como componentes que desarrollan la productividad en el campo, la clasificación de los resultados se puede evidenciar a continuación (Figura 26).



Figura 26. Distribución producción Divulgación pública de la ciencia ICOM 2020-2024



Fuente: Elaboración propia datos GrupLac, 2025

Finalmente, en el campo de la generación de nuevo conocimiento, es evidente el circuito de productividad del grupo mismo, dando razón de la vida de proyectos en la ventana de observación, con todos sus elementos particulares de desarrollo, desde la creación del proyecto, el desarrollo de informes y con ellos los resultados en diversos tipos de publicaciones como se puede observar en la figura 27.

Figura 27. Distribución producción Generación de Nuevo Conocimiento ICOM 2020-2024



Fuente: Elaboración propia datos GrupLac, 2025

El grupo ICOM, gracias a su producción y el desarrollo de iniciativas de investigación estratégicas en los campos mencionados, fue reconocida en la última medición de Colciencias con categoría B, subiendo de nivel en esta medición. Así, la producción descrita en los gráficos y párrafos anteriores es, en últimas, la evidencia de un grupo que se orienta estratégicamente en el campo de la comunicación, con una productividad idónea que maximiza oportunidades y emplea de manera pertinente los recursos disponibles para la investigación al interior de UCompensar.

5.6. Proyectos y Resultados de Investigación del Programa Académico



compensar

fundación
universitaria



La Fundación Universitaria Compensar – UCompensar privilegia el desarrollo de una cultura de investigación que propende por el desarrollo de proyectos de investigación, punto clave de relacionamiento con el sector externo y el escenario ideal para la participación de estudiantes de los diferentes programas académicos (Anexo 5.4. Política formulación y ejecución de proyectos de investigación).

Los proyectos de investigación son un conjunto de actividades de ciencia, tecnología e innovación, de duración finita, que siguen un proceso metodológico riguroso y que apuntan a la generación de productos y/o servicios pertinentes para el sector externo y demás actores del ecosistema de investigación. Los proyectos de investigación se formulan en tres posibles escenarios: (1) proyectos de investigación en convocatoria interna, que en los últimos 6 años ha tenido un promedio entre 30 y 40 proyectos de investigación anuales, (2) proyectos de investigación con convocatoria externa y (3) por solicitud expresa del sector externo.

El programa académico de Comunicación Social ha desarrollado en el marco de grupo de investigación ICOM en los últimos 5 años, los siguientes proyectos:

Tabla 71. Proyectos de investigación Programa Comunicación Social

Año	Proyecto	Financiación (Convocatoria interna)
2021	Investigación y desarrollo: La incorporación de iniciativas innovadoras de contenidos y tecnologías en la radio pública- caso RTVC	Si
2021	Investigación y desarrollo: Pilotaje del proyecto ABC de género en la UCompensar	Si
2022	Investigación y desarrollo: La incorporación de iniciativas innovadoras de contenidos y tecnologías en la radio pública caso RTVC- segunda fase.	Si
2023	Investigación, desarrollo e innovación: La incorporación de iniciativas innovadoras de contenidos y tecnologías en la radio pública- caso RTVC - tercera fase.	Si
2023	Investigación y desarrollo: Practicas comunicativas y publicaciones periódicas en los bordes de la historia: análisis de las primeras publicaciones en las comunidades negras en Colombia en clave decolonial.	Si
2024	Investigación desarrollo e innovación: La incorporación de iniciativas innovadoras de contenidos y tecnologías en la radio pública- caso RTVC tercera fase	Si
2025	Investigación y desarrollo: Siga del vidrio pa ´entro: preservación de oficios y saberes intergeneracionales (en desarrollo)	Si

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Ahora bien, los productos resultados de Investigación del programa de Comunicación Social se detallan a continuación (Tabla 72).

Tabla 72. Productos resultados de Investigación Programa Académico Comunicación Social.

Tipología de Productos de Investigación	No.
Generación de Nuevo Conocimiento	8
Desarrollo Tecnológico e Innovación	1
Apropiación Social del Conocimiento	1
Formación Recuso Humano	13
Divulgación Publica de la ciencia	7
Total	30

Fuente: Elaboración propia datos GrupLac 2025.

La producción anterior se encuentra desarrollada por un equipo de docentes del programa de



Comunicación Social que son parte activa de la investigación. A continuación, se detalla su participación:

Tabla 73. Docentes Investigadores Programa Académico Comunicación Social

Docente	Nivel de Formación	Categoría
Yivany Andrea García Castañeda	Maestría	Reconocida
Luisa Fernanda Sánchez Sánchez	Maestría	Reconocida
Juan Camilo Ruiz Salazar	Doctorado	Junior
Diana Elizabeth Ruiz Herrera	Maestría	Reconocida
Ana Ximena Menjura Cucunuba	Maestría	Reconocida

Fuente: GrupLac, 2025

Es de resaltar que, de la productividad anterior, se cuenta con un producto TOP mediante un capítulo de libro en A, además de la participación en siete eventos científicos con componente de apropiación.

5.7. Convenios, Redes o Alianzas Estratégicas en Investigación

En los procesos que se desarrollan por parte de los investigadores del grupo ICOM, se cuenta con convenios y alianzas estratégicas a través de la participación en asociaciones, eventos etc, que son fundamentales para los procesos investigativos en el programa. De este modo, la participación del programa de forma activa en AFACOM (Asociación de Facultades de Comunicación), la vinculación de los investigadores del grupo en ACICOM (Asociación Colombiana de Investigadores en Comunicación), la Association for Media and Communication Research (IAMCR), son escenarios estratégicos de participación para la orientación estratégica y constante de la investigación en el programa de comunicación. Adicionalmente, el programa ha participado en discusiones del campo de la comunicación en escenarios estratégicos internacionales como el XVIII Congreso Ibero-Americano de Comunicación - IBERCOM 2023, el XII Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación – ABOIC y en la – International Conference of Applied Business and Management ISAG en 2022.

Ahora bien, el programa ha desarrollado procesos significativos de investigación en vínculo con el sector externo como RTVC que por tres años, generó una articulación con el programa para analizar de manera conjunta temas de innovación pública y en medios. Adicionalmente, el programa hace parte de las discusiones y eventos del Clúster de Industrias Culturales y Creativas de la Cámara de Comercio de Bogotá. En estos espacios, se tiene la posibilidad de conocer las tendencias, iniciativas y procesos de trabajo colegiado que se desarrollan en el Clúster.

5.8. Estímulos, Reconocimiento, Premios y Distinciones del Programa Académico

En el marco de la Política de estímulos y reconocimientos a la investigación de la UCompensar, el Programa Académico de Comunicación Social, ha sido beneficiario de los siguientes estímulos y reconocimientos a la investigación (Anexo 5.5. Política de estímulos y reconocimientos a la investigación):

Tabla 74. Estímulos y Reconocimientos del Programa Académico de Comunicación Social.

Año	Evento	Proyecto	Autores	Lugar	Resultado
2021	Reconocimiento institucional	Pilotaje del proyecto abc de género en la UCompensar	Luisa Fernanda Sánchez	UCompensar	Reconocimiento a mejor investigación y reconocimiento de investigadora
2023	Red COLSI (regional)	Desnaturalizando: un podcast de género	Juan Chavarro, Lina Jara, Valentina Jara	Red COLSI regional	Seleccionado para fase nacional
2023	Red COLSI (regional)	La radio en el colegio 'La Nuestra' Jaime Pardo Leal	Santiago Cintura, María Alejandra Castillo, Felipe	Red COLSI regional	Seleccionado para fase nacional



			Sánchez, Luisa Fernanda Santana, Samantha Díaz		
2023	Red COLSI (nacional)	La Nuestra. Colegio Jaime Pardo Leal	María Alejandra Castillo	ENISI RedColsi Nacional Cartagena	Participación nacional
2023	Reconocimiento institucional	La incorporación de iniciativas innovadoras de contenidos y tecnologías en la radio pública- caso RTVC	Yivany Andrea García Castañeda	UCompensar	Reconocimiento a mejor investigadora
2023	Congreso Universidad Santo Tomás	Escuela de Experimentación Audiovisual – Paulo Freire	Juan David Garzón Sebastián Cifuentes	Universidad Santo Tomás	Participación en congreso académico
2024	Red COLSI (regional)	Proyecto Freedom Melody Podcast	Natalia Devia	Red COLSI regional	Seleccionado para fase nacional
2024	Red COLSI (regional)	La Nuestra — Sistematización. Colegio Jaime Pardo Leal	Samantha Díaz, Felipe Sánchez, Santiago Cintura, Luisa Fernanda Santana, María Alejandra Castillo	Red COLSI regional	Seleccionado para fase nacional
2024	Red COLSI (nacional)	Freedom Melody Podcast	Representante: Natalia Devia	ENISI RedColsi Nacional Barranquilla	Participación nacional con puntajes altos
2024	Red COLSI (nacional)	La Nuestra — Sistematización. Colegio Jaime Pardo Leal	Luisa Fernanda Santana	ENISI RedColsi Nacional Barranquilla	Participación nacional con puntajes altos

Fuente: Elaboración Propia, 2025

5.9. Docentes a Cargo del fomento de la Investigación del Programa Académico

En concordancia con los objetivos estratégicos y particularidades de la investigación del Programa Académico de Comunicación Social se presenta la disponibilidad de docentes promover la investigación en los siguientes términos:

Tabla 75. Docentes a cargo del fomento de investigación en el Programa Académico de Comunicación Social

Docente	Nivel de Formación	Link CVLac
Yivany Andrea García Castañeda	Maestría	Link CVLac
Luisa Fernanda Sánchez Sánchez	Maestría	Link CVLac
Juan Camilo Ruiz Salazar	Doctorado	Link CVLac
Diana Elizabeth Ruiz Herrera	Maestría	Link CVLac
Ana Ximena Menjura Cucunuba	Maestría	Link CVLac

Fuente: Elaboración Propia, 2025

5.10. Plan de Investigación del Programa Académico

La tabla siguiente (76) muestra la apuesta estratégica en investigación del Programa Académico de Comunicación Social para los próximos siete (7) años, luego de un análisis realizado para conocer el alcance de las metas propuestas para este periodo y el cumplimiento de los indicadores, articulado al marco de la Facultad y la UCompensar. Para ampliar información puede ver el Anexo 5.8 Plan de Investigación Programa Académico de Comunicación Social.



Tabla 76. Apuesta Estratégica Investigación Programa Académico de Comunicación Social.

AÑO	OBJETIVO ESTRATÉGICO DE LA INVESTIGACIÓN DEL PROGRAMA ACADÉMICO	ESTRATEGIA	INDICADOR DE GESTIÓN	RECURSOS EDUCATIVOS RELACIONADOS
2026	Fortalecer las capacidades de investigación formativa y aplicada mediante la articulación de líneas, asignaturas y semillero	Integración curricular de la Ruta de Investigación Formativa en al menos tres asignaturas núcleo	-3 asignaturas ajustadas curricularmente con evidencia de componente investigativo -100% de los docentes responsables capacitados en la tuta formativa -Al menos el 60% de los estudiantes generando un producto de investigación o sistematización	-Guía del programa con “Momentos de la investigación en el programa de comunicación social” -Aula virtual con plantillas de: ·Diario de campo ·Matriz de sistematización ·Matriz de análisis de contenido -Tutoriales de Zotero / Mendeley -Acceso a bases de datos CRAI
		Ampliación del semillero de comunicación Metamorphxs cómo articulador de líneas	-Plan de trabajo del semillero alineado con las líneas del programa -Mínimo dos micro proyectos desarrollados al año -Participación en al menos un evento (RedColsi, AFACOM, ACICOM)	-Laboratorios vivos (sonoro, audiovisual, RA/RV/IA) -Plantillas de estructura de proyecto (titulo, problema, pregunta, metodología) -Acceso a cámaras, micrófonos, grabadoras y software de edición -Capacitaciones tipo “metodologías expresas” (IAP, análisis cualitativo, observación)
		Proyecto Integrador de Investigación aplicada por semestre (PIC Investigativo)	-1 PIC articulado a líneas (por ejemplo: comunicación digital, memoria y narrativas) -2 asignaturas integradas a un mismo proyecto Producto final con informe, y resultados -Participación de 20 estudiantes en procesos de campo o investigación digital	-Plantilla institucional de PIC -Herramientas de análisis digital ·Netytic ·Voyant Tools ·Datawrapper -Plataformas de trabajo colaborativo (Teams)
2027		Formación docente en investigación aplicada e investigación-creación	-4 docentes certificados en ciclo formativo. -80% de los docentes de núcleo básico participando en los talleres. -Implementación de una experiencia piloto de investigación creación en aula	-Módulos de capacitación (Interdisciplinarios y virtuales) -Charlas con investigadores invitados ACICOM / AFACOM / Universidades Aliadas -Guías de investigación creación (storyboard, bitácoras, guion técnico, guion conceptual) -Acceso a software de prototipado: ·Figma ·Adobe Express ·Unity (si aplica RA/RV)
2028	Consolidar la proyección social e interdisciplinaria del programa en proyectos con empresas, comunidades y organizaciones	Desarrollo de proyectos de comunicación aplicada con empuje del entorno UCompensar	-Al menos 1 proyecto ejecutado con empresas al año -Dos líneas del programa involucradas por proyecto -Participación de 10 estudiantes en etapas de diagnóstico, producción evaluación.	-Laboratorio de comunicación estratégica -Toolkit de diagnóstico comunicacional (plantillas de auditoría, matrices de stakeholders, mapas públicos). -Herramientas digitales de





			-Al menos 4 docentes articulados cómo asesores del proyecto.	análisis. -Aulas extendidas y espacios de coworking con empresas
2028		Implementación de un programa de intervención comunitaria en comunicación y cultura	-Mínimo 1 intervención comunitaria al año (procesos de memoria, narrativas del territorio, comunicación comunitaria, alfabetización mediática) -10 practicantes externos -Un producto social por intervención: podcast comunitario, mural digital, memoria audiovisual. -Informe de apropiación social registrado institucionalmente	-Metodologías participativas (IA, Cartografía social, historias de vida) -Equipos de campo: grabadoras, cámaras, kit móviles -Guías de comunicación para desarrollo social y narrativa social
2029		Laboratorio interdisciplinario de innovación comunicativa (Comunicación + diseño + tecnología)	-1 laboratorio interdisciplinario institucionalizado -2 prototipos desarrollados (RA/RV, apps de comunicación, visualización de datos, narrativa interactiva) -Participación mínima de 2 programas académicos	-Laboratorios RA/RV/IA -Kits Arduino o IoT (si aplica) Software de prototipado (Unity, Figma, Adobe XD) -Toolbox metodológico: design thinking + comunicación estratégica
2029		Red de proyección social del programa con organizaciones territoriales	-1 red construida formalmente con mínimo 3 organizaciones -Convenios de intención firmados con organizaciones comunitarias, culturales o educativas -1 proyecto colaborativo ejecutado en la red al año -Un documento de sistematización de experiencias interdisciplinarias	-Repositorio digital de aliados del programa -Plataforma de gestión de proyectos colaborativos (Teams) -Manual institucional de proyección social -Guías de sistematización de experiencias (enfoque cualitativo) -Herramientas audiovisuales para registro documental
2030	Posicionar el programa de Comunicación Social como referente nacional en investigación-creación y comunicación digital aplicada, con impacto en políticas, industrias creativas y narrativas sociales	Creación de un centro de investigación-creación en comunicación digital aplicada	-Centro creado y formalizado con acto administrativo institucional -Lanzamiento de 1 portafolio de servicios académicos y creativos -2 proyectos anuales de investigación-creación en comunicación digital -Participación de 5 docentes y 20 estudiantes en actividades del centro	-Laboratorios audiovisuales, sonoros, RA/RV/IA -Plataforma de repositorios de proyectos (sitio web oficial del centro) -Software de producción: Adobe CC, DaVinci Resolve, Reaper, Blender, Unity -Convenios con medios, estudios creativos y entidades culturales
2030		Publicación de un anuario nacional de investigación-creación en Comunicación Social	-1 número anual del anuario Registro ISSN obtenido antes de la primera publicación -Al menos 10 productos incluidos por edición -Difusión en instituciones aliadas (AFACOM, FELAFACS, ACICOM)	-Plataforma editorial digital (OJS o ISSUU) -Comité editorial del programa -Guías de estilo para productos textuales y de investigación-creación -Material audiovisual para acompañar la exposición de resultados
2031		Participación en la formulación de políticas públicas y agendas sectoriales de comunicación	1 documento de política pública o insumo técnico elaborado por el programa -Participación en mínimo 2 mesas o encuentros técnicos (Mincultura, MINTIC, UNESCO, alcaldías) -1 informe de impacto anual sobre comunicación, cultura o	-Bibliotecas de políticas públicas -Toolkit de análisis de políticas (marco lógico, análisis de actores, teoría del cambio) -Acceso a bases de datos de cultura y medios -Plataforma de escritura





			medios digitales -Incorporación de hallazgos en al menos 2 asignaturas del programa	colaborativa para entrega técnica
2031		Festival Nacional de Narrativas Digitales e investigación-creación	-1 festival nacional organizado por el programa -Participación de mínimo 10 instituciones o colectivos -Más de 40 productos exhibidos (RA, podcast, transmedia, visualización de datos, cortos experimentales) -1 memoria audiovisual del catálogo digital del festival	-Sala de exposición del campos o espacios culturales aliados -Equipos audiovisuales, pantallas, proyectores y VR/AR kits -Guía metodológica de exhibición y curaduría de obras digitales -Plataformas digitales para streaming y archivo (YouTube, Vimeo, Twitch)

Fuente: Elaboración Propia, 2025

5.11. Presupuesto de Investigación del Programa Académico

El Programa Académico de Comunicación Social cuenta con recursos financieros en especie y monetarios para el fomento de la investigación, tal como se muestra a continuación en la tabla 77.

Tabla 77. Presupuesto destinado a la investigación en el Programa Académico de Comunicación Social.

Presupuesto Investigación							
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Número de Proyectos	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	6,00
Numero Docentes	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	6,00
Costo Proyectos	20.580.108,93	20.580.108,93	20.580.108,93	20.580.108,93	20.580.108,93	6.066.666,53	6.066.666,53
Costo Difusión y Divulgación	6.066.666,53	6.066.666,53	6.066.666,53	6.066.666,53	6.066.666,53	469.333,60	469.333,60
Costo Redes de Conocimiento	469.333,60	469.333,60	469.333,60	469.333,60	469.333,60	-	-
Costo Total	27.116.109,07	27.116.109,07	27.116.109,07	27.116.109,07	27.116.109,07	6.536.000,13	6.536.000,13

Fuente: Elaboración Propia, 2025

Relación de Anexos

Anexo 5.1. Política de investigación, innovación y creación artística y cultural

Anexo 5.2. Política semilleros de investigación

Anexo 5.3. Política modalidades de trabajo de grado

Anexo 5.4. Política formulación y ejecución de proyectos de investigación

Anexo 5.5. Política de estímulos y reconocimientos a la investigación

Anexo 5.6. Política propiedad intelectual

Anexo 5.7. Política difusión de resultados de investigación

Anexo 5.8. Plan de Investigación Programa de Comunicación Social

Anexo 5.9 Ficha de proyecto de investigación (2026)



6. RELACIÓN DEL PROGRAMA CON EL SECTOR EXTERNO.

El relacionamiento con el sector productivo, organizaciones y comunidades en general, expresado en la voluntad de servicio de Compensar, es pilar y eje articulador del desarrollo de los procesos de docencia, investigación y proyección social en la Fundación Universitaria Compensar. Es este relacionamiento el catalizador de todos los frentes de acción institucional, en su objetivo de convertirse en referente del sector externo para la generación de soluciones pertinentes y flexibles (Ver Anexo 6.1 Política proyección social y empresarial).

El modelo propio de Relacionamiento Universidad - Empresa - Organizaciones de la Fundación Universitaria Compensar se centra en la consolidación de un círculo de relacionamiento y construcción permanente, en doble vía, generador de valor y fidelización, que vincula los aportes de la comunidad educativa y el sector externo, con miras a satisfacer necesidades con una oferta de productos y servicios pertinentes, y de alto impacto para el tejido empresarial y social de la región y el país.

Figura 28. Modelo de relacionamiento Universidad / Empresa / Organizaciones (círculo de relacionamiento)



Fuente: Propia Fundación Universitaria Compensar, 2025

En consecuencia, la extensión en la Fundación Universitaria Compensar es una función sustantiva, que integra dos de nuestros ejes estratégicos, la *relación universidad - empresa* y la *vinculación con el entorno*; que articula el conjunto de áreas creadas para interactuar con la sociedad y su entorno, define acciones coordinadas de transferencia, retroalimenta y desarrolla actividades de docencia e investigación, a partir de la interacción de la comunidad académica con sus entornos. Por lo tanto, es el reflejo y la presencia de la institución en la comunidad.

Es así como se concibe un modelo de relacionamiento con el sector productivo, organizaciones y comunidades en general. La Figura 28 presenta la materialización del modelo de relacionamiento Universidad - Empresa - Organizaciones y cómo se lleva a cabo mediante la activación de los mecanismos de escucha, la cocreación permanente del portafolio empresarial institucional, la transformación organizacional, a través de la prestación de productos y servicios, y el mantenimiento de estas actividades de relacionamiento en los diferentes ámbitos de aplicación; dichos ámbitos para la institución son:

1. Experiencia empresarial

Busca otorgar al estudiante una experiencia en el sector productivo y social que permita aportar y reafirmar los conocimientos adquiridos, verificando los resultados de aprendizaje para lograr un desempeño óptimo en el mundo laboral. A través de la práctica, se pretende generar un valor



agregado a las actividades cotidianas de nuestros estudiantes y aportar a las empresas y/o instituciones educativas, nuevos métodos e ideas de negocio. Además, se analiza la información sobre la pertinencia de la oferta académica y las necesidades del sector externo y su entorno mediante el seguimiento docente, nutriendo a la institución en las vivencias dentro de la práctica empresarial y la retroalimentación de estudiantes y organizaciones.

En los últimos 6 años, en la Facultad de Ciencias Sociales y de Educación se obtuvieron 1.529 estudiantes en prácticas empresariales y pedagógicas validadas mediante seis modalidades de prácticas: Contrato laboral, convenio, contrato de aprendizaje, social o comunitaria, emprendimiento y consultoría formativa universitaria empresarial. Estos ejercicios empresariales y pedagógicos se consolidaron en más de 616 escenarios externos, fortaleciendo el modelo Universidad-Empresa de la Fundación Universitaria Compensar y logrando un alto índice de satisfacción de los empresarios hacia la gestión del estudiante con un 85 % de aprobación, los lineamientos de este proceso se detallan en Anexo 6.2 manual de prácticas empresariales.

Tabla 78. Modalidad que los estudiantes realizaron la materia práctica, 2024 – 2025

MODALIDAD	2021	2022	2023	2024	2025
Contrato Laboral	0	0	0	0	0
Convenio	10	10	0	0	0
Contrato de Aprendizaje	21	14	7	0	7
Emprendimiento	0	0	0	0	0
Social o Comunitaria	0	0	0	0	0
Consultoría Formativa	0	0	0	0	0
Total:	31	24	7	0	7

Fuente: Experiencia Empresarial, 2025

Respecto de la información presentada en la tabla 78, con relación a los estudiantes del programa que han cursado la práctica profesional, hay que decir que la primera cohorte en proceso de prácticas ingresó al programa el primer semestre de 2021. Si bien el registro se obtuvo en diciembre de 2020 los estudiantes de primera cohorte ingresaron en 2021, ya que la pandemia por COVID 19, tuvo un impacto importante en la recepción de nuevos estudiantes en el programa y en el escenario educativo general. Las cifras de egresados anteriores al período 20251, no se incluyen dado que corresponderían a estudiantes en práctica que se encuentran en proceso de cierre de su formación en el Plan anterior que tuvo vigencia hasta 20182.

Experiencia empresarial trayectoria del programa de Comunicación Social

El programa ha establecido convenios y acuerdos con instituciones y empresas, para proporcionar espacios de práctica a los estudiantes, facilitar su crecimiento profesional y garantizar una experiencia enriquecedora que complemente su formación académica. Entre los convenios interinstitucionales más relevantes están: Noticias Uno, Alkosto- Ktronix, FUCS, Periódico Q'Hubo, Coquecol, Colcob, Canal Trece, Universidad de los Andes, entre otros.

En cuanto al análisis de estos convenios, se observa que se ha logrado establecer relaciones sólidas con empresas clave que aseguran la disponibilidad de prácticas para los estudiantes. Este ejercicio ha mostrado una tendencia positiva respecto del número de estudiantes que se vinculan a las prácticas, como el nivel de satisfacción de las organizaciones con su desempeño en las mismas (Ver tabla 79), con un mantenimiento y estabilidad en las cifras de los primeros años y un aumento de la valoración positiva en los últimos años. Las primeras valoraciones, hasta 2023, corresponden a estudiantes en práctica del plan por ciclos propedéuticos y la valoración 20251, corresponde a los estudiantes del nuevo plan. Esta valoración, particularmente, resulta de la materialización en perfil y del acompañamiento institucional y del programa a los practicantes.



Se realizó el comparativo desde 20211 para generar una revisión respecto del desempeño de los practicantes en el programa de Comunicación Social por ciclos propedéuticos frente al desempeño de los practicantes en el programa de comunicación social terminal y establecer la perspectiva positiva y pertinente de la formación de nuestros comunicadores sociales.

Tabla 79. Satisfacción Práctica programa Comunicación social, 2021 – 2025

	20211	20212	20221	20222	20231	20232	20251
Comunicación social	4,0	4,0	4,0	4,5	5,0	5,0	4,9

Fuente: Experiencia Empresarial, 2025

Tabla 80. Empresas con Practicantes del programa de Comunicación Social 2021 - 2025

	20211	20212	20221	2022 2	20231	2023 2	20251	20252
EMPRESAS	12	5	6	5	4	3	6	5

Fuente: Experiencia Empresarial, 2025

Tabla 81. Convenios y Alianzas Estratégicas del Programa de Comunicación Social

No.	INSTITUCIÓN CON LAS QUE SE CELEBRÓ EL CONVENIO	Breve Objeto	Resultados concretos: movilidad, financiación de proyectos, publicaciones, etc.	Vigencia (hasta)	VIGENTE	Activo	Nº de usuarios/No Aplica
1	Bolsa de valores de Colombia s.a	Establecer bases de cooperación para el desarrollo integrado de prácticas universitarias, con el fin de proporcionar cupos de práctica para la formación de los estudiantes de pregrado		Indefinido	Si	Si	
2	El tiempo Casa Editorial	Apoyar y satisfacer las necesidades que demanda el país, convienen en que LOS ESTUDIANTES que sean elegidos de conformidad con la "Declaración de principios" que antecede, puedan realizar prácticas en las instalaciones con el propósito de que afiancen sus conocimientos.		Prórroga Automática después de 3 años			
3	Aiesec en Colombia	Contribuir al desarrollo de los estudiantes, con un compromiso inquebrantable hacia la cooperación y el entendimiento internacional.		05-05-2025	Si	Si	
4	Cormacarena	Aunar esfuerzos para que los estudiantes apliquen y afiancen los conocimientos propios de su formación, identifiquen áreas de protección laboral, social y humana.		28-09-2024	Si	Si	
5	Agencia de Aduanas Gama sas	Reunir esfuerzos para el correcto desarrollo de actividades en conjunto entre la FUNDACIÓN y la EMPRESA, así como el ofrecimiento de beneficios para la ejecución del objeto social de ambas entidades.		Terminación por mutuo Acuerdo	Si	Si	
6	Unidad administrativa especial de aeronáutica civil - Aerocivil	Aunar esfuerzos en temas de interés recíproco, contribuyendo a la formación de estudiantes mediante la realización de las pasantías ad-honorem		14-04-2025	Si	Si	





7	Energy Colombia sas	Establecer bases de colaboración entre las partes para que los estudiantes, brinden el apoyo espacio y tiempo necesario para que apliquen y afiancen los conocimientos propios de su formación.	24-05-2025	Si	Si		
8	Liga contra el cáncer seccional -Meta	Establecer bases de colaboración entre las partes para que los estudiantes, reciban el apoyo, espacio y tiempo necesario para que apliquen y afiancen los conocimientos propios.	24-07-2023	No	No		
9	Sincosoft Sinco comunicaciones s.a.s.	Permitir la práctica de los estudiantes en la empresa para que cumpla con los requisitos académicos para obtener su título.	14-01-2024	No	No		
10	Compensar Caja de Compensación Familiar.	Establecer las bases de colaboración entre las partes para que los estudiantes de la FUNDACIÓN UNIVERSITARIA COMPENSAR, el apoyo, espacio y tiempo necesario para que apliquen y afiancen los conocimientos propios de su formación	18-01-2024	No	No		

Fuente: Experiencia Empresarial, 2025

Segunda Lengua

Con el fin de ofrecer un ecosistema flexible, dinámico y de inmersión para el aprendizaje experiencial de Inglés como lengua extranjera y mejorar las oportunidades de empleabilidad, la productividad de las empresas y las opciones de movilidad internacional para nuestros estudiantes y futuros egresados diseñamos no solo la malla curricular del programa con 17 créditos académicos que se proyecta a que los estudiantes logren un nivel B1 o superior, sino que también contamos con un ramillete de experiencias bilingües fuera del aula. Nuestros estudiantes pueden acceder a estas actividades extracurriculares para fortalecer sus competencias en inglés y practicar la segunda lengua mientras fortalecen su consciencia multicultural.

Con la Federación Colombiana ACJ - YMCA como nuestro aliado estratégico, logramos incluir en nuestro Staff a Co Leaders (English Teaching and multicultural Assistants), becarios de diferentes países angloparlantes, cada año académico para fortalecer la enseñanza del inglés dentro del aula y con la oferta de prácticas libres extracurriculares que permiten a nuestros estudiantes no solamente fortalecer sus competencias en inglés, sino conocer otras culturas.

Durante el 2023 y el 2025, nuestras estrategias han impactado de manera positiva el programa de Comunicación Social, como se observa en la figura 29.



Figura 29. Participación de los estudiantes del programa de Comunicación Social



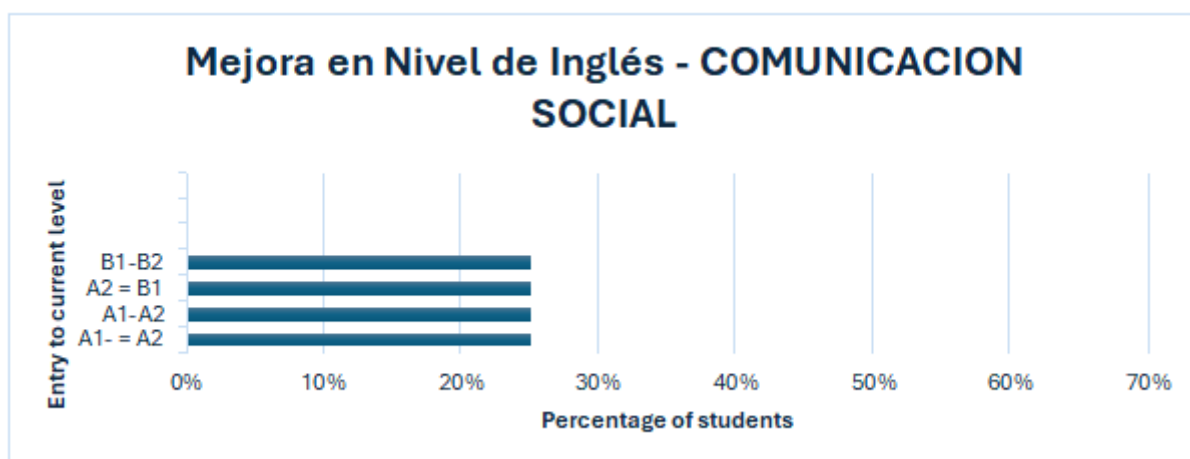
Fuente: Elaboración propia, Área de Idiomas, 2025.

25 estudiantes del programa han participado en nuestros clubs de conversación en inglés, nuestros Agentes Culturales han acompañado 86 estudiantes en clase realizando co-enseñanza con un docente del área de inglés transversal y 15 estudiantes han participado en eventos extracurriculares una o más veces. Adicionalmente, 119 estudiantes han sido impactados con nuestras actividades específicas para el programa en temas como “how to be successful in a job interview in English”. Lo anterior demuestra nuestro compromiso institucional para que los estudiantes puedan contar con escenarios dentro y fuera del aula para mejorar su nivel de inglés.

Por otra parte, contamos con un proyecto de bilingüismo a nivel institucional desde el semestre 2021-2 con el cual se pretende mejorar las competencias en inglés de docentes, directores, decanos y colaboradores para lograr de esta manera impartir algunas asignaturas disciplinares en inglés al final de los programas académicos. Esto nos permitirá brindar a los estudiantes más escenarios de práctica real en inglés y además con la ventaja de que esta práctica está asociada a temáticas propias de las disciplinas en las que se están formando como profesionales.

El impacto de este proyecto en el cuerpo docente y directivo del programa de Comunicación Social ha sido positivo, han participado dos docentes, la directora de programa y la decana de la Facultad obteniendo los siguientes resultados a resaltar en la mejoría del nivel el Nivel de Segunda Lengua (Ver figura 30).

Figura 30. Mejora del nivel de inglés



Fuente: Elaboración propia, Área de Idiomas, 2025

- 25% de los participantes han aumentado de banda A1- a banda A2 según el Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas (en Adelante MCER).
- 25% de los estudiantes pasaron de banda A1 a banda A2 del MCER.
- 25% de los estudiantes pasaron de banda A2 a banda B1 del MCER.
- 25% de los estudiantes pasaron de banda B1 a banda B2 del MCER.

Además de estos avances significativos, la directora de programa culminó su proceso de capacitación en segunda lengua y certificó su nivel B2 con una prueba internacional de dominio durante el 2022. En el marco de la prueba nacional Saber Pro, el desempeño en inglés de nuestros estudiantes ha mostrado una evolución significativa. Durante los últimos cinco años, los puntajes se han mantenido entre 144 y 164, consolidando la banda A2 y acercándose a la meta de la banda B1 (165 puntos). Este progreso se refleja en un hito importante: en 2024, el 67% de los estudiantes alcanzaron la banda B1 en la prueba de inglés, evidenciando el impacto positivo de nuestras estrategias académicas y el compromiso institucional con la formación bilingüe.

Así mismo y con el fin de garantizar que nuestros estudiantes mejoren su nivel de inglés, diseñamos una estrategia de Medición del nivel de segunda lengua Institucional. Esta estrategia medirá los resultados de aprendizaje de inglés en primer, quinto y séptimo semestre de cada programa académico (Figura 31), así:

Figura 31. Estrategia de medición



Fuente: Elaboración propia



Finalmente, los resultados se sistematizarán en nuestra plataforma SICA y reflejarán información importante para avanzar en el fortalecimiento del inglés para cada programa académico. Desde la Transversal de Inglés se trabajarán acciones de mejora continua según los resultados que las pruebas arrojen para así garantizar el mejor nivel de inglés posible para nuestros futuros profesionales.

2. Emprendimiento e intraemprendimiento

La Fundación Universitaria Compensar, según sus fundamentos, promueve el relacionamiento con el sector productivo fomentando la innovación y el emprendimiento, entendida la primera como construcción de una nueva alternativa para solucionar creativamente las carencias del mercado y, el segundo, como un estilo de vida destinado a la mejora continua, bien sea ejercida desde el interior de la organización o producto de iniciativas externas; en ambos casos, originando un impacto positivo en la productividad y en el desarrollo social del país.

Es por esta razón que la estructura de emprendimiento está diseñada con cuatro ejes, los cuales tienen como propósito el apoyo a emprendedores en su proceso de desarrollo y crecimiento empresarial. Dichos ejes son:

- **Formación:** Integrados con los planes de estudio, se implementan cátedras transversales como ideación, modelo de negocio, intraemprendimiento y storytelling, Prácticas modalidad emprendimiento, proyecto de grado en Emprendimiento, Cursos virtuales, Educación continuada.
- **Ruta Emprendedora:** Se implementan acciones como actividades de mentalidad y cultura (Ferias de emprendedores, conferencias, Shark Tank académico, etc.), asesoría en procesos de pre-incubación, incubación, y aceleración, participación en eventos del ecosistema emprendedor nacional, convocatorias y concursos. Todo este asesoramiento es gratuito y se desarrolla con la metodología SBDC – Innpulsa.

Ahora bien, promoviendo la innovación y desarrollo académico empresarial a través del relacionamiento con la comunidad académica, a la fecha se han capacitado 5.328 estudiantes, se han realizado 68 eventos con 2.224 participantes, se han presentado 737 Proyectos en Campus Creativo y se cuenta con 120 estudiantes empresarios.

La Fundación Universitaria Compensar enfocada en el fortalecimiento de procesos crea el Centro de Desarrollo Empresarial UCompensar-SBDC, siendo promotor de innovación y desarrollo académico empresarial (Docencia – Currículo y Extensión); su propósito es brindar asesoría gratuita, confidencial y personalizada a emprendedores y estudiantes para generar impacto económico, social, y crecimiento en sus negocios. Como gestión realizada por el Centro de Desarrollo Empresarial, se cuenta con 1.200 Emprendedores y empresarios registrados en NEOSERRA, 2.100 horas de asesoría, 360 Emprendedores y empresarios asesorados.

El impacto institucional que tiene el emprendimiento se ve reflejado en el rango transversal del perfil de los pregrados donde se busca: promover procesos de emprendimiento, Intraemprendimiento e innovación, encaminados al fortalecimiento de nuevos modelos de negocio y la productividad de las organizaciones, aportando a la solución de necesidades y atención de oportunidades en diferentes áreas económicas.

Adicionalmente, en las mallas curriculares de los nuevos programas de pregrado, se incorporan las asignatura “Intraemprendimiento e innovación”, “idea de negocio” y “modelo de negocio” en los últimos semestres, buscando que puedan hacer parte del proyecto de grado del estudiante, para que el perfil del egresado tenga un componente muy importante en generación de negocios.



Trayectoria del programa de Comunicación Social

Tabla 82. Formación emprendimiento del programa de Comunicación Social.

	20241	20242	20251	20252
Profesional	7	6	6	7

Fuente: Emprendimiento, 2025

Actualmente, el programa de Comunicación Social cuenta en su estructura curricular con una formación en Innovación e Intraemprendimiento en séptimo semestre y a la fecha se han formado 26 estudiantes del programa en temas de emprendimiento, de acuerdo con el semestre en el que han transitado desde su ingreso al programa.

3. Internacionalización

El proceso de internacionalización apoya en la gestión de oportunidades para la comunidad académica en general, buscando fortalecer la calidad en las funciones de docencia, investigación y extensión, es así como para el 2024 se generaron los siguientes resultados:

- 122 proyectos de aula
- 61 proyectos Integradores de competencias – PIC
- +50 Empresas participantes en eventos
- +20 Organizaciones e IES nacionales e internacionales participantes en eventos
- 1ra Feria de Internacionalización e idiomas
- 2da Feria Editorial
- 2da Feria de Talento Humano
- +20 Iniciativas de Emprendimiento
- 52 ponencias de Investigación
- +30 Speakers nacionales e internacionales

En UCompensar la Internacionalización se contempla como el área integral para el desarrollo de ciudadanos con una visión global, que cuenten con las habilidades requeridas por las organizaciones. Esto con el objetivo mejorar en calidad y generar visibilidad y reconocimiento en el sector organizacional, calidad académica y brindar formación en lengua extranjera, logrando, en su conjunto, el desarrollo de un Knowledge Hub, como un lugar de experiencias interculturales para la comunidad. Para profundizar en información de estas iniciativas, lo invitamos a consultar el link institucional de internacionalización.

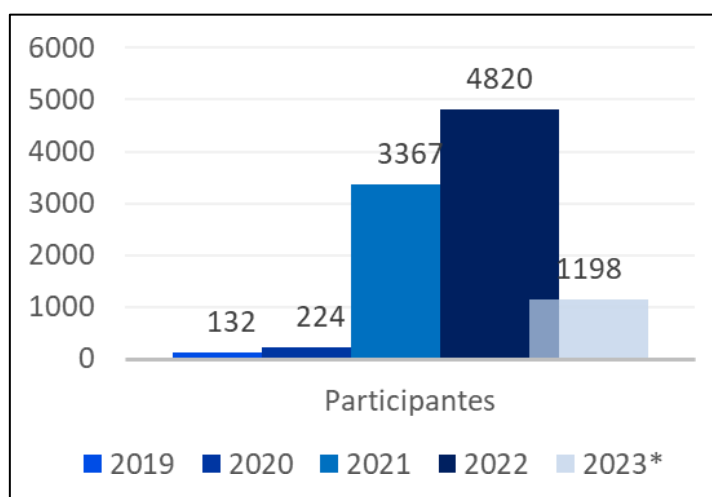
<https://unipanamericanaeduco.sharepoint.com/sites/ucinternacionalizacion>

1. Movilidad

La movilidad académica estimula el desarrollo de competencias multiculturales de sus participantes, estableciendo un escenario para la difusión y transferencia de nuevo conocimiento. La representación de nuestros actores (docentes, estudiantes, administrativos, graduados) se realiza, principalmente, en actividades académicas como la participación de eventos de investigación, los estudios doctorales y las misiones académicas, es por esto por lo que para mediados del 2024 se registraron alrededor de 1.198 participaciones en estas actividades por parte de la comunidad académica, administrativa y sector externo.



Figura 32. Participación Movilidad



Fuente: Internacionalización.

Movilidades y visitas empresariales/organizacionales

- **Visitas empresariales:** Espacio formativo que permite el fortalecimiento de la relación universidad empresa, a partir de la participación de estudiantes en el desarrollo de actividades en determinadas organizaciones. El estudiante virtual o presencial puede aplicar a esta movilidad tomando en consideración que esta se desarrolla “In Situ”.
- **Visitas empresariales (en línea):** Medio que permite a los estudiantes el acercamiento a organizaciones aliadas de la institución, en el marco del desarrollo de una actividad académica. El estudiante en la modalidad virtual o presencial puede aplicar a esta movilidad teniendo en cuenta que esta se desarrolla 100% en línea.

El desarrollo de esta actividad se puede desarrollar a nivel local, nacional o internacional, según se describe a continuación.

- Movilidad local: ejecutada en los primeros semestres según plan de estudio y acuerdo curricular del programa).
- Movilidad nacional: ejecutada en los semestres intermedios (según plan de estudio y acuerdo curricular del programa).
- Movilidad internacional: ejecutada en los últimos semestres (según plan de estudio y acuerdo curricular del área del programa).

1.2. Intercambio académico:

Actividad para que los estudiantes apropien una experiencia intercultural mientras cursa créditos académicos en la Institución o en una institución de educación superior externa (nacional/internacional) que le serán homologados en su institución de origen con la que mantiene el vínculo. El estudiante virtual o presencial puede aplicar a esta movilidad tomando en consideración que esta se desarrolla “In Situ”. En el caso del programa de Comunicación Social se cuenta con el convenio “Muévete AFACOM” a partir del cual es posible que los estudiantes realicen intercambios académicos con instituciones y programas que hacen parte de esta Asociación. En el caso del programa se han realizado intercambios académicos con la Universidad Sergio Arboleda y nos encontramos en proceso de análisis para un intercambio académico en 20261, con el programa de Comunicación de la Uninorte.



Virtual: Intercambio académico en el cual un estudiante cursa materias en línea de otra institución educativa nacional o extranjera y puede validarlas en su institución de origen. El estudiante virtual o presencial puede aplicar a esta movilidad teniendo en cuenta que esta se desarrolla 100% en línea.

Los cursos del programa de Comunicación Social son susceptibles a reconocimiento para proceso de intercambios con instituciones de educación externas, nacionales e internacionales en modalidad (presencial/virtual).

1.3. Cursos cortos:

Estudiantes y docentes generan movilidad académica al ser partícipes activos en cursos cortos con organizaciones e instituciones nacionales e internacionales que promueven la actualización de conocimientos.

1.4. Representación en eventos:

Gracias al desarrollo y fortalecimiento de la Facultad/Programa, UCompensar cuenta continuamente con representantes del área en eventos organizados por el programa; así como la invitación de docentes y estudiantes a ser embajadores del tema en eventos nacionales e internacionales. En el caso del Programa se han desarrollado eventos de diversas características, el más reciente fue la Cátedra AFACOM 2025, en la cual el programa fue anfitrión y participó con su comunidad educativa en importantes reflexiones de cara a los procesos de investigación – creación en el campo de la Comunicación. Se han desarrollado otra clase de eventos como cine foros para abordar temas de género (Oh por Zeus), participación en eventos culturales como el Circuito Artmenia de la Localidad de Teusaquillo, debate candidatos Alcaldía de Bogotá, alianza con Kien y ke, CUN, U. Santo Tomás y Unilatina, desarrollo del Diplomado de Sujetos Territoriales con la Comisión Intereclesial de Justicia y Paz, diplomado en Comunicación Asertiva y Relacionamento Estratégico para la certificación internacional de 30 personas en alianza Compecer, PNUD, UCompensar, desarrollo de talleres de formación en periodismo deportivo y presentación de noticias con WIN Sports y RCN, cátedras espejo, formación COIL para docentes, encuentro con empresarios, entre otras iniciativas de valor para el programa y para la formación de comunicadores sociales.

1.5. Prácticas internacionales:

Es una actividad formativa que se desarrolla en organizaciones internacionales de diversa índole bajo convenio entre las partes y aprobación según Manual de Prácticas. El estudiante virtual o presencial puede aplicar a esta movilidad tomando en consideración que esta se desarrolla “In Situ”; así mismo se adapta a la posibilidad de realizarse de manera “Remota”. Desde el 2021 han sido beneficiados más de 100 estudiantes en prácticas internacionales tanto entrantes como salientes.

1.6. Inmersión internacional:

Movilidad internacional con fines académicos, organizada por la Fundación Universitaria Compensar, con la que se busca permitir al estudiante la experiencia de contrastar prácticas propias de su campo de formación con el ejercicio real en instituciones extranjeras. El estudiante virtual o presencial puede aplicar a esta movilidad tomando en consideración que esta se desarrolla “In Situ”. El estudiante en modalidad virtual o presencial puede aplicar a esta movilidad considerando que se desarrolla 100% en línea.

Esta modalidad de movilidad está reconocida en como una de las opciones de trabajo de grado por la Dirección de Investigación.



Trayectoria del programa de Comunicación Social

Tabla 83. Movilidad entrante y saliente del programa de Comunicación Social 2021 – 2025

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Entrante	0	24	20	10	3	190
Administrativo	0	0	0	0	0	0
Decano	0	1	0	0	1	0
Director	0	0	0	0	0	0
Docente	0	0	2	10	2	10
Estudiante	0	23	18	0	1	180
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Saliente	3	23	43	38	32	33
Administrativo	0	0	0	0	0	0
Decano	0	0	1	1	1	1
Director	1	1	0	1	1	1
Docente	1	4	3	5	2	5
Estudiante	1	18	39	31	28	27

Fuente. Elaboración propia

2. Competencias multiculturales

En aras de fortalecer las competencias de nuestra comunidad, se han implementado en los planes de estudio, diversas opciones que aportan a la internacionalización del currículo e internacionalización en casa. Así mismo, incluyendo a nuestra comunidad docentes estudiantes y administrativos, se desarrolla una oferta de formación en segunda lengua (inglés) por parte del Área de Idiomas.

2.1. Certificaciones internacionales:

El programa mantiene actualizada su gestión curricular gracias a certificaciones con organismos nacionales e internacionales parte del ecosistema de emprendimientos digitales, algunas instituciones con las que se han generado certificaciones son: Fundación Telefónica, Diáspora Ideas Migrantes, Consejo de Redacción. En esta perspectiva, el programa de Comunicación Social ha venido desarrollando certificaciones como Design Thinking, Técnicas de Negociación de Efectivas (Fundación Telefónica), CdR/Lab Herramientas digitales para periodistas con el apoyo de Google News Initiative (Alianza con la organización Consejo de Redacción), Curso introductorio de Análisis de Datos (alianza con Diáspora Ideas Migrantes).

2.2. Semana de la innovación:

Evento semestral que incluye a toda la comunidad y se encuentra compuesto por diferentes iniciativas, donde se promueven actividades de todas las facultades. En estos espacios la comunidad de UCompensar disfruta de escenarios físicos y virtuales en los que los estudiantes exponen su proyecto de innovación y emprendimiento, mediante el uso de ciencia y tecnología.

De esta manera, se consolidan jornadas de socialización de experiencias y productos de aprendizaje. Estos espacios que se desarrollan en la semana 16 de cada semestre, permiten presentar los resultados de los proyectos y retos desarrollados por los estudiantes y adelantados como espacios de aplicación y práctica dentro del aula, donde el conocimiento adquiere un sentido, una finalidad y una funcionalidad en la solución de problemas, oportunidades o necesidades del contexto social y productivo. Se consideran evidencias de aprendizaje y se demuestran las competencias alcanzadas por el estudiante



al interior del aula, siendo sustentado ante docentes, expertos internos y externos, sector productivo, graduados, empresarios y comunidad invitada a esta experiencia de aprendizaje.

Los mejores resultados representados en productos, ideas o planes de negocio (defendidos en los Pitch especialmente de Posgrados) hacen parte de este evento internacional donde el sector productivo convocado, tiene la posibilidad de reconocer y apoyar las iniciativas o prototipos presentados. Además, se realizan talleres, capacitaciones y conferencias en las que participan personas y empresas destacadas en el ecosistema de emprendimiento e innovación.

2.3. Escuelas de Verano:

Espacio académico para complementar la formación de los estudiantes, a través de la profundización en temas de relevancia con docentes nacionales e internacionales y la participación de estudiantes externos. El estudiante en modalidad virtual o presencial puede aplicar a esta movilidad tomando en consideración que esta se desarrolla “In Situ”. Este espacio se ha desarrollado en línea. El estudiante en modalidad virtual o presencial puede aplicar a esta movilidad considerando que esta se desarrolla 100% en línea.

2.4. Clases espejo y COILs:

La Fundación Universitaria Compensar, comprometida con la apropiación de tecnologías en el aula y la multiculturalidad en el ejercicio académico, desarrolla espacios mediados tecnológicamente como las clases espejo; este recurso conecta en una o varias sesiones docentes y estudiantes de diferentes instituciones para el desarrollo del curso; así mismo el COIL, Collaborative Online International Learning, busca promover la integración cultural a través del desarrollo conjunto entre pares (docentes y estudiantes) de un proyecto académico gestionado durante el o los cursos del programa.

3. Proyectos Globales

UCompensar, con el apoyo de aliados nacionales e internacionales ha gestionado el desarrollo de proyectos internacionales con agentes de cooperación como Erasmus, Fulbright y YMCA. Resultado de estos proyectos ha mejorado el relacionamiento con países europeos y de América.

4. Aliados Estratégicos-Red de Apoyo

La Fundación universitaria Compensar cuenta con más de cien aliados nacionales e internacionales los cuales promueven la apropiación de una visión global a nuestra comunidad académica. Participar activamente en redes y asociaciones promueve la visibilidad institucional, producción y gestión de conocimiento. En este sentido, UCompensar hace parte de redes como la Asociación Colombiana de Instituciones Técnicas y Tecnológicas, ACIET; cámaras de comercio en nuestras regionales; asociaciones de facultades en las áreas de conocimiento y la red de semilleros de investigación, RedColsi.

Las redes de conocimiento gestionadas con aliados estratégicos favorecen el relacionamiento y la visibilidad del área. Desde el programa se prioriza el relacionamiento con:

Tabla 84. Aliados en el fortalecimiento institucional para el programa de Comunicación.

CONVENIOS INTERNACIONALES DE COOPERACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL			
No.	INSTITUCIÓN CON LAS QUE SE CELEBRÓ EL CONVENIO	Resultados concretos: movilidad, financiación de proyectos, publicaciones, etc.	Año
1	Politécnico Gran Colombiano	Intercambio, clase espejo	2021
2	RED IBEROAMERICANA DE NARRATIVAS AUDIOVISUALES	Master Class	2022
3	UNIMINUTO (BOGOTÁ)	Clases espejo, Docentes invitados,	2022



4	RTVC		Docentes invitados,	2023			
5	Fundación Telefónica (España)		Certificados internacionales cursos cortos	2023 - 2025	sí	x	

Fuente: Internacionalización 2025.

Tabla 85. Participación Del Programa En Redes Y Asociaciones

No.	Institución Con Las Que Se Celebró El Convenio	Resultados concretos: movilidad, financiación de proyectos, publicaciones, etc.
1	AFACOM	Cátedra Afacom Convenio Muévete Encuentro Afacom (Anual) Participación en la investigación Profesiones de la comunicación y transformaciones del mundo del trabajo
2	Clúster de Industrias Culturales y Creativas (Cámara de Comercio de Bogotá)	Participación en eventos y convocatorias del Clúster para la formación, divulgación de iniciativas y trabajo conjunto.

Tabla 86. Proyección de los 7 Años Plan de internacionalización

Eje	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Movilidad Académica	Promover el desarrollo de investigaciones a nivel interinstitucional.	Incentivar movilidad de expertos internacionales para capacitación y formación durante el semestre.	Participar en misiones académicas nacionales e internacionales.	Incentivar el intercambio nacional e internacional de estudiantes y docentes por semestre o evento académico	Participar en misiones académicas nacionales e internacionales.	Organizar eventos académicos nacionales e internacionales teniendo también expositores y ponentes.	Promover espacios de movilidad internacional para egresados.
	Incrementar la participación de docentes y estudiantes en ponencias nacionales e internacionales como expositores.			Divulgar y socializar convocatorias y resultados de movilidad.			Participar en misiones académicas nacionales e internacionales.
Cooperación Internacional			Capacitar en proyectos de cooperación internacional.	Identificar oportunidades de cooperación y financiación para futuros proyectos de investigación.	Formular de proyectos de cooperación académica con aliados y recursos a nivel internacional.	Consolidar de proyecto de cooperación académica con aliados y recursos a nivel internacional.	Implementar proyecto de cooperación académica con aliados y recursos a nivel internacional.
	Fomentar y participar en redes internacionales de conocimiento y apoyo.	Desarrollar proyecto conjunto con Red y/o Asociación.	Participar en convenio	Alistamiento para la participación de	Gestionar convenio específico que	Divulgar	Ofertar





Aliados Estratégicos	Fortalecer relacionamiento en Redes y Asociaciones.	Activar y dinamizar convenios y vincular otras redes en la región y el país.	específico que lleven a desarrollar intercambios académicos.	estudiantes en programa de prácticas internacionales.	lleve a desarrollar doble titulación.	oportunidades de doble titulación.	programa en el exterior.
	Dimensionar posibilidades de Intercambio estudiantil y docente y realizar ferias significativas para compartir experiencias (Semana de la innovación).						
Evento Académico	Promover los programas de internacionalización al interior del programa.	Incentivar la participación de estudiantes extranjeros en la Semana de la innovación.	Consolidar la participación de docentes extranjeros en Semana de la innovación.	Posicionar proyectos y eventos institucionales a nivel internacional.	Diseñar y dirigir actividades académicas, culturales y deportivas de parte de los estudiantes para la comunidad institucional.	Visibilizar resultados de investigación del programa gestionando y promoviendo participación en eventos y actividades de carácter nacional e internacional a través de un seminario permanente de investigación, el Congreso Internacional y el Encuentro de semilleros de investigación.	Establecer temas y trabajo coordinado entre docentes y estudiantes para publicar en espacio radial y visibilizar temas relacionados con el programa.
Internacionalización del currículo	Implementar insignias digitales.	Identificar acciones de cooperación (Oferta de espacios académicos, científicos y culturales).	Desarrollar Summer School.	Promover el programa en el exterior.	Articular el plan de estudios con un convenio de doble titulación.	Gestionar la articulación de la malla curricular para oferta del programa en el exterior.	Recibir primer grupo de estudiantes de institución de educación superior de internacional.

Fuente: Programa Comunicación Social, 2025

A partir de la implementación de esta estrategia se aplican los principios y lineamientos expuestos en la Política de Internacionalización Anexo 6.4.

4. Otras actividades de Relación con el sector externo

Las actividades con el sector externo se fundamentan en la participación institucional en espacios que contribuyen a conocer y mantener información actualizada sobre los grupos poblacionales y sectores educativos relacionados con la institución, a partir del contacto permanente y participativo con el Ministerio de Educación Nacional; ASCUN; el Observatorio Laboral para la Educación; los planes de desarrollo locales, departamentales y nacionales; así como con otras Instituciones de Educación Superior, IES, con entidades de educación básica y media, con el gobierno local, con entidades públicas y privadas a nivel local; el Sena, y mesas sectoriales, entre otros; que contribuyen a fortalecer estrategias de cooperación mutua entre UCompensar, el sector estatal, las instituciones y la comunidad. Se desarrollan a través de los siguientes espacios de intervención:

1. **Asuntos comunitarios:** UCompensar se caracteriza por desarrollar acciones de trabajo con la comunidad -incluyendo los diferentes grupos poblacionales- cercanos a sus áreas de acción circundantes; de tal manera que, a través de alianzas con el gobierno local, se fortalezca el sentido de pertenencia hacia el territorio, la sana convivencia y se contribuya a la transformación de las problemáticas sociales. Los estudiantes, docentes y colaboradores suscriben un Acta de Convivencia, que les compromete con el cuidado del entorno inmediato de la institución, a través de acciones como el despeje del espacio público, el compromiso de no ingerir licores ni otras sustancias psicoactivas en las inmediaciones de la institución, el mantenimiento del aseo y el apoyo





a la percepción de seguridad en el entorno.

Institucionalmente, se desarrollan y mantienen vínculos con la comunidad del entorno, las autoridades, organizaciones locales y otras IES, a través de la participación en mesas de trabajo, comités de política social y otros espacios de participación local, en los que la comunidad universitaria puede aportar y realimentar su proceso de formación.

Por tal razón, se hace parte activa de la Red de Instituciones de Educación Superior Mesa Iest-Red Teusacá, red que nació en el 2000, donde UCompensar hizo parte de los fundadores, y que busca mitigar los impactos negativos de los entornos universitarios.

2. **Articulación con las cajas de compensación familiar y los grupos empresariales:** la institución construye de manera conjunta con las cajas de compensación familiar y los grupos empresariales aliados, planes de trabajo que suman esfuerzos para el diseño y desarrollo de proyectos de alto impacto, tendientes a atender comunidades vulnerables, en el marco de convenios interinstitucionales con entidades de trayectoria en la implementación de este tipo de iniciativas, generalmente, orientadas a minimizar los efectos de la discriminación, la exclusión, la pobreza y la desigualdad.
3. **Articulación con el sector educativo:** se busca priorizar el trabajo con los jóvenes y con las instituciones de Educación Básica y Media; a partir de acciones orientadas a identificar las vocaciones individuales que apoyan la toma de decisiones, respecto de la elección de carrera.
4. **Graduados: busca establecer relación directa e interactiva entre los graduados y la comunidad de la Fundación Universitaria Compensar para dar seguimiento, acompañamiento y bienestar.**

Propende por el continuo acercamiento y seguimiento a los graduados. Este seguimiento es un componente de interés para la institución, ya que sus egresados representan un vínculo directo y continuo con el sector de la economía mediante el ejercicio profesional de los programas académicos.

El programa de seguimiento a egresados se implementa mediante la Dirección de Bienestar Universitario y Graduados, convirtiéndose en observatorio institucional para el desarrollo laboral y personal de estos, acorde a los requerimientos y orientaciones del Ministerio de Educación Nacional, el Observatorio Laboral para la Educación Superior y la Dirección Académica, mediante la dirección de los programas.

Desde esta dirección se desarrollan actividades que permiten la actualización permanente de los datos de egresados, con el propósito de desarrollar estudios de perfiles y pertinencia, de llevar a cabo encuentros que den lugar a la generación de redes sociales de apoyo y de construir un portafolio de servicios universitarios; que den respuesta a las necesidades de formación, inserción laboral, recreación, esparcimiento y estrategias claras de acercamiento con la formación continua o posgradual en UCompensar o en las instituciones con las que se tengan convenio.

Además de la unidad, se promoverá la organización de la Asociación de Egresados, ofreciendo apoyo permanente para el mantenimiento y la dinámica (Anexo 6.3 Política de graduados y estrategia de seguimiento).

6.1. Actores, necesidades y expectativas y su relación con el programa para el desarrollo de actividades con el sector externo

Desde la visión institucional y de Facultad, el programa de Comunicación Social responde a las expectativas de formación, las cuales, a su vez, atienden a las necesidades de la sociedad y de los individuos, en donde se busca dar respuesta a los contextos que rodean a las organizaciones,



entendidas como entes que influyen en las relaciones sociales, políticas, culturales y económicas. De esta manera, el programa encuentra a futuro los siguientes aliados:

Compensar: apoyo al desarrollo de prácticas.

SENA: Complemento entre Formación Técnica y Universitaria

ANDI - Asociación Nacional de Industriales

WIN SPORTS: Desarrollo de prácticas profesionales.

RTVC: Continuidad de las iniciativas de investigación - prácticas

Así pues, dentro de las necesidades y expectativas a las que el programa espera dar respuesta, se encuentran:

- Responder a la creciente demanda de profesionales que respondan a los retos y tendencias del entorno y el campo laboral.
- Incentivar el emprendimiento en el marco de la industrias culturales y creativas.
- Acompañar y asesorar a las organizaciones en procesos de comunicación estratégica, corporativa, institucional y en la generación de contenido multiplataforma.
- Incorporar tecnologías emergentes en la formación de cara a las tendencias.
- Apoyar a los investigadores en el desarrollo de métodos aplicados.

6.2. Estrategias y/o actividades con el sector externo

Como parte del modelo centrado en la relación universidad – empresa, la Fundación Universitaria Compensar tiene el compromiso de promover y fortalecer las relaciones con su entorno empresarial y social. La Dirección de Desarrollo y Relacionamento Empresarial, a través de sus unidades, Educación Continuada, Experiencia Empresarial y Prácticas y Proyectos Especiales, desarrolla acciones que atienden directamente a las necesidades del sector externo y responden a sus requerimientos. Dentro de las acciones desarrolladas se encuentran:

- Diseño y ejecución conjunta con el sector productivo de programas formativos a la medida.
- Validación de las necesidades de puntuales de los diversos sectores productivos, para la construcción de iniciativas que apunten al desarrollo empresarial y social.
- Atención y acompañamiento especializado a las empresas.
- Ampliación de la oferta con nuevas líneas de acción.
- Generación de alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas.

En este sentido, la práctica empresarial es un aporte efectivo para el estudiante con fines de aprendizaje profesional, siendo el estudiante una de las vías para consolidar la estrategia de relacionamiento con el sector productivo que incorpora el trabajo de estudiantes, docentes y directivos para analizar la información recolectada en el seguimiento del proceso de prácticas empresariales, con el fin de conocer la pertinencia de sus programas con relación a las necesidades del sector productivo y su entorno.

Desde el proceso de Experiencia Empresarial y Prácticas, en los últimos cinco años se han atendido a 16.650 estudiantes en prácticas empresariales y pedagógicas en las diferentes modalidades establecidas. Es de resaltar que la institución ha generado 7.926 escenarios de prácticas mediante la relación Universidad-Empresa; además, se evidencia siguiendo esta actividad académica de los estudiantes, que la satisfacción del sector productivo es del 93 % en los últimos cinco años.

En sintonía con los logros de Experiencia Empresarial, de Educación Continuada, cobra importancia el relacionamiento con el sector externo, afianzando y validando el diseño de iniciativas pertinentes a los requerimientos y retos del sector productivo, la sociedad y los actores redundantes. En los dos últimos



años (2023 - 2025), el proceso, ha logrado impactar a más de 19 mil personas en programas de formación, con una satisfacción de 4,7, programas de cualificación tanto habilidades duras como habilidades técnicas o especializadas. Ahora bien, desde el programa de Comunicación Social, se definen una serie de mecanismos y estrategias que buscan generar una relación directa con la comunidad educativa, sectores y necesidades del sector productivo:

Proyectos integradores: Estos proyectos parten de una problemática del entorno, identificada por los estudiantes o propuesta por el docente o por una organización externa. En el curso, el estudiante desarrolla un proyecto para integrar conocimientos y conceptos interiorizados en cursos anteriores o cursando a la vez, para lo que podrá validar el proyecto integrador para una o más asignaturas.

Prácticas: Este espacio formativo del plan de estudios, parte de la necesidad del sector real y de la gestión del programa académico, para generar escenarios de inmersión del estudiante al interior de las organizaciones en las que asume el reto de llevar sus conocimientos a la práctica de acuerdo con las funciones y/o proyectos en los que sea involucrado. El estudiante debe cumplir con los objetivos de la práctica y generar un informe final que dé cuenta del proceso desarrollado. En el caso de la renovación del programa de Comunicación Social se cuenta con una práctica de inmersión empresarial y la práctica profesional.

Proyectos de investigación: El programa desarrolla proyectos de investigación desde la investigación propiamente dicha (grupos de investigación) o la investigación formativa (opción de grado). Estos proyectos al abordar una problemática del entorno o de una organización, se convierten en un espacio de interacción con el sector externo.

Proyectos Globales: UCompensar con el apoyo de aliados nacionales e internacionales ha gestionado el desarrollo de proyectos internacionales con agentes de cooperación como Erasmus, Fulbright y YMCA. Estos proyectos son la fuente para el relacionamiento de la institución y sus programas académicos con los países europeos y de América.

Red de Apoyo: La Fundación universitaria Compensar cuenta con más de cien aliados nacionales e internacionales los cuales apoyan la apropiación de una visión global en la formación de los estudiantes y desempeño de los profesores. Participar activamente en redes y asociaciones promueve la visibilidad institucional, producción y gestión de conocimiento y amplía los espacios y oportunidades para la interacción del programa con el entorno.

6.3. Plan de actividades

En vista de los lineamientos institucionales, el programa de Comunicación Social propone un plan de relacionamiento con el sector externo donde destacan acciones formativas de contacto con egresados y de internacionalización con un presupuesto asignado, como se observa en el Anexo 6.7 Plan relación con el sector externo a 7 años.

Tabla 85. Plan relación con el sector externo a 7 años – Comunicación Social

ACTIVIDADES	META	META	META	META	META	META	META
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Generar cursos de educación continuada que atiendan las áreas de conocimiento de los programas.	Gestión Comunitaria	Salud y bienestar familiar	Propiedad horizontal y convivencia	Líderes transformacionales	Transformación personal	Educación financiera y proyectos de inversión familiar	Estilos de vida saludable
	Líderes transformacionales	Educación financiera y proyectos de inversión familiar	Estilos de vida saludable	Gestión Comunitaria	Inteligencia emocional: emociones y liderazgo	Salud y bienestar familiar	Curso en metodologías ágiles



	Coaching para la vida	Convivencia ciudadana	Curso bioseguridad	Liderazgo	Atención Integral a víctimas de violencia	Socioemocionales	Gestión ambiental
	Mindfulness	Bienestar del adulto mayor	Humanización y experiencia del servicio	Formador de formadores	Curso bioseguridad	Agricultura urbana	Inteligencia emocional y transformación del Estrés
	Agricultura urbana	Comunicación efectiva y relacionamiento estratégico	Retención de cuentas claves	Comité convivencia laboral	Planeación y efectiva del tiempo	Bienestar del adulto mayor	Compensación basada en resultados
Banco de retos: Identificar retos del sector real y de la comunidad para el desarrollo de proyectos aplicados.	2 retos por año en el campo de conocimiento del Programa	2 retos por año en el campo de conocimiento del Programa	2 retos por año en el campo de conocimiento del Programa	2 retos por año en el campo de conocimiento del Programa	2 retos por año en el campo de conocimiento del Programa	2 retos por año en el campo de conocimiento del Programa	2 retos por año en el campo de conocimiento del Programa
Identificar empresas para el desarrollo de consultoría en el área	(4) 2 empresas al año	(4) 2 empresas al año	(4) 2 empresas al año	(4) 2 empresas al año	(4) 2 empresas al año	(4) 2 empresas al año	(4) 2 empresas al año
Elaborar un portafolio de formación continua en el área para actualización permanente de egresados y empresas	Portafolio de acciones formativas en el área	2 acciones de educación continua desarrolladas al año, dirigida a egresados y empresas.	2 acciones de educación continua desarrolladas al año, dirigida a egresados y empresas.	2 acciones de educación continua desarrolladas al año, dirigida a egresados y empresas.	2 acciones de educación continua desarrolladas al año, dirigida a egresados y empresas.	2 acciones de educación continua desarrolladas al año, dirigida a egresados y empresas.	2 acciones de educación continua desarrolladas al año, dirigida a egresados y empresas.
Desarrollar visitas empresariales con medios de comunicación, centros de investigación, agencias o centrales de medios para identificar prácticas y experiencias útiles en el área de la comunicación	(2): 1 visita empresarial por semestre.	(2): 1 visita empresarial por semestre.	(2): 1 visita empresarial por semestre.	(2): 1 visita empresarial por semestre.	(2): 1 visita empresarial por semestre.	(2): 1 visita empresarial por semestre.	(2): 1 visita empresarial por semestre.
Participación en escenarios y mesas de trabajo para contribuir al fortalecimiento de la industrias culturales y creativas (Clúster)	Participación en 1 mesa de trabajo	Participación en 1 mesa de trabajo	Participación en 1 mesa de trabajo	Participación en 1 mesa de trabajo	Participación en 1 mesa de trabajo	Participación en 1 mesa de trabajo	Participación en 1 mesa de trabajo
Desarrollo de Bootcamp	Participación del 100% de los estudiantes un espacio Bootcamp (1 al año)	Participación del 100% de los estudiantes un espacio Bootcamp (1 al año)	Participación del 100% de los estudiantes un espacio Bootcamp (1 al año)	Participación del 100% de los estudiantes un espacio Bootcamp (1 al año)	Participación del 100% de los estudiantes un espacio Bootcamp (1 al año)	Participación del 100% de los estudiantes un espacio Bootcamp (1 al año)	Participación del 100% de los estudiantes un espacio Bootcamp (1 al año)
Desarrollo Feria del emprendimiento	1 feria al año	1 feria al año	1 feria al año	1 feria al año	1 feria al año	1 feria al año	1 feria al año
Ruta emprendedora- Acompañamiento a proyectos individuales	Mapeo de necesidades individuales de estudiantes Articulación con el Centro de Desarrollo Empresarial para asesoría	Mapeo de necesidades individuales de estudiantes Articulación con el Centro de Desarrollo Empresarial para asesoría	Mapeo de necesidades individuales de estudiantes Articulación con el Centro de Desarrollo Empresarial para asesoría	Mapeo de necesidades individuales de estudiantes Articulación con el Centro de Desarrollo Empresarial para asesoría	Mapeo de necesidades individuales de estudiantes Articulación con el Centro de Desarrollo Empresarial para asesoría	Mapeo de necesidades individuales de estudiantes Articulación con el Centro de Desarrollo Empresarial para asesoría	Mapeo de necesidades individuales de estudiantes Articulación con el Centro de Desarrollo Empresarial para asesoría





Desarrollo de Ferias de Empleabilidad	1 Feria al año # de egresados participando en la feria	1 Feria al año # de egresados participando en la feria	1 Feria al año # de egresados participando en la feria	1 Feria al año # de egresados participando en la feria	1 Feria al año # de egresados participando en la feria	1 Feria al año # de egresados participando en la feria	1 Feria al año # de egresados participando en la feria
Desarrollo de foros y encuentros para la empleabilidad					1 acción por semestre	1 acción por semestre	1 acción por semestre
Encuentro de egresado					1 evento por año	1 evento por año	1 evento por año
Fortalecer convenios vigentes con empresas y organizaciones para el desarrollo de proyectos conjuntos en las áreas de conocimiento.	Desarrollo de 2 proyectos integradores específicos de cooperación en el área del Programa	Desarrollo de 2 proyectos integradores específicos de cooperación en el área del Programa	Desarrollo de 2 proyectos integradores específicos de cooperación en el área del Programa	Desarrollo de 2 proyectos integradores específicos de cooperación en el área del Programa	Desarrollo de 2 proyectos integradores específicos de cooperación en el área del Programa	Desarrollo de 2 proyectos integradores específicos de cooperación en el área del Programa	Desarrollo de 2 proyectos integradores específicos de cooperación en el área del Programa
Establecer nuevos convenios con diferentes organismos para el desarrollo de acciones conjuntas.	Implementar 2 acciones conjuntas con los nuevos aliados de convenio	Implementar 2 acciones conjuntas con los nuevos aliados de convenio	Implementar 2 acciones conjuntas con los nuevos aliados de convenio	Implementar 2 acciones conjuntas con los nuevos aliados de convenio	Implementar 2 acciones conjuntas con los nuevos aliados de convenio	Implementar 2 acciones conjuntas con los nuevos aliados de convenio	Implementar 2 acciones conjuntas con los nuevos aliados de convenio
Implementar acciones conjuntas con aliados parte de gestión de redes y/o asociaciones en el área de saber	Generar 1 acción de participación en las redes o asociaciones en el área del programa	Generar 1 acción de participación en las redes o asociaciones en el área del programa	Generar 1 acción de participación en las redes o asociaciones en el área del programa	Generar 1 acción de participación en las redes o asociaciones en el área del programa	Generar 1 acción de participación en las redes o asociaciones en el área del programa	Generar 1 acción de participación en las redes o asociaciones en el área del programa	Generar 1 acción de participación en las redes o asociaciones en el área del programa

Fuente: Elaboración propia, 2025.

El anterior plan está orientado a gestionar el relacionamiento con el medio externo, buscando impactar de la siguiente manera cada uno de los pilares:

- Lograr el reconocimiento del sector empresarial como un referente de productividad.
- Formación a través de lo experiencial.
- Incrementar de empleabilidad de estudiantes a partir de actividades que promuevan la interacción con el sector, para el caso del programa con el sector.

Así mismo, incluye a estudiantes de las modalidades Presencial y Virtual en actividades como:

- Visitas Presenciales y Virtuales a Instituciones del sector
- Foros y encuentros para la empleabilidad en sesiones virtuales y presenciales
- Talleres para el desarrollo de habilidades blandas, virtuales y presenciales
- Participación de empresarios del sector en el aula, bien como invitados en temas específicos o como foristas que permitan a los estudiantes conocer las novedades en la gestión del campo.



Relación de Anexos

Anexo 6.1. *Política proyección social y empresaria*

Anexo 6.2. *Manual general de prácticas empresariales.*

Anexo 6.3. *Política de Graduados y Estrategia de Seguimiento*

Anexo 6.4. *Política de Internacionalización*

Anexo 6.5. *Plan de Relacionamento con el sector externo programa Comunicación S. sector productivo, social y cultural, público y privado)*

Anexo 6.6. *Acuerdos de voluntades o convenios que respalden las prácticas o pasantías con el sector externo, de acuerdo con el número de estudiantes que las desarrollarán*



7. PROFESORES

UCompensar, en cumplimiento de sus propósitos misionales, ha desarrollado una estrategia de fortalecimiento del núcleo profesoral en cuanto a la cantidad y la calidad del personal docente, que garantice, de una manera adecuada, las funciones sustantivas de docencia, investigación y extensión; así mismo, una mejora permanente en los procesos de evaluación, selección y formación.

La institución cuenta con un Reglamento Docente, aprobado por el Consejo de Directivo según Resolución N° 301 del 21 de abril de 2021, que rige las relaciones funcionales del cuerpo profesoral de la UCompensar y que define las funciones, derechos y deberes de los profesores, la clasificación, la vinculación, carrera docente, producción intelectual, el plan académico, la evaluación de desempeño, los procesos de formación y actualización, y las distinciones e incentivos (Anexo 7.1. Reglamento Docente).

7.1 Características del grupo de profesores en el programa

Para UCompensar, el docente es un agente determinante del proceso de formación del estudiante, es una persona innovadora, creativa, recursiva y en constante actualización de su disciplina, campo profesional, que se convierte en mediador al lograr 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.

Los docentes se caracterizan por tener experticia en el ámbito educativo y en el sector productivo, generando la articulación en el modelo universidad-empresa, sello de la formación e impronta del horizonte institucional. Es así como, el docente UCompensar se convierte en pieza clave del proceso y desarrolla sus funciones desde el quehacer pedagógico, articulando las funciones sustantivas de docencia, investigación y proyección social; en los diferentes espacios académicos.

Figura 33. Caracterización grupo docente



Fuente Elaboración, propia.

En cuanto a la estructura de la organización docente, la institución, mediante su política docente, se organiza por procesos para cumplir las funciones de docencia, investigación y proyección social; en consecuencia, el Rector y Vicerrector Académico son la máxima autoridad, y los siguen en estructura los decanos y directores de programa y departamento académico, relacionados con los docentes.

7.1.1. Descripción del grupo de profesores con el que contará el programa, plan de vinculación y su composición en términos del tipo de contratación, vinculación y dedicación

El docente del programa de Comunicación Social de la Fundación Universitaria Compensar es un profesional con conocimientos académicos y científicos en áreas de interés de artes y humanidades, procesos audiovisuales y preproducción, producción y posproducción para medios de



comunicación, generación de contenido digital, conocedor de lenguajes, narrativas y formatos, maneja procesos de gestión de la comunicación, comunicación estratégica, relacionamiento estratégico, stakeholders, reputación, marca etc. Además, es un docente ávido de conocimiento, es un investigador, que parte de las metodologías y del pensamiento crítico, para invitar a cuestionar, reflexionar y aportar, desde la perspectiva de la comunicación a la consolidación de procesos de transformación del sujeto y de las colectividades. Así mismo, está en la capacidad de aplicar las teorías propias de la comunicación y de sus miradas interdisciplinarias desde las ciencias sociales, para articular su experiencia con las necesidades y tendencias propias de las realidades locales, regionales, nacionales e internacionales.

Trayectoria del grupo de profesores del programa, plan de vinculación en los últimos cinco años.

En las siguientes tablas de 87 a la 91 se detalla la vinculación de la planta profesoral de los últimos cinco años, incluyendo nivel de formación, tipo de contratación, dedicación, relación estudiante y transversales de igual forma articulados con el lineamiento institucional se proyecta relación docente estudiante de 20 máximo

Tabla 87. Profesor por nivel de formación.

	2020 1	2020 2	2021 1	2021 2	2022 1	2022 2	2023 1	2023 2	2024 1	2024 2	2025 1
Total, Programa	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6
Doctorado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Maestría	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	3
Especialización	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2
Profesional	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: SICA consolidado de programas 2025

Tabla 88. Profesor por contratación

	2020 1	2020 2	2021 1	2021 2	2022 1	2022 2	2023 1	2023 2	2024 1	2025 1
Total Programa	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6
Indefinido	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2
Termino Fijo Anualizado			3	3	3	3	2	2	2	2
Termino Fijo Semestralizado	4	4	1	1	1	1	2	2	2	2

Fuente: SICA consolidado de programas 2025

Tabla 89. Profesor por dedicación

	2020 1	2020 2	2021 1	2021 2	2022 1	2022 2	2023 1	2023 2	2024 1	2024 2	2025 1
Total Programa	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6
Tiempo Completo	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3
Medio Tiempo						1	1	1	1	1	1
Hora Catedra							1	1	1	1	1
Coordinador académico							1	1	1	1	1

Fuente: SICA consolidado de programas 2025

Tabla 90. Relación alumno docente

	2019 1	2019 2	2020 1	2020 2	2021 1	2021 2	2022 1	2022 2	2023 1	2023 2
Total Programa	34,2	26,6	22,2	16,8	16	14	16,8	14,6	16,4	22,3

Fuente: SICA consolidado de programas 2025



Tabla 91. Profesor por dedicación Transversal

	2019 1	2019 2	2020 1	2020 2	2021 1	2021 2	2022 1	2022 2	2023 1	2023 2	2024 1
TOTAL, TRANSVERSALES	63	50	49	46	51	55	55	57	68	67	70
Transversales ciencias básicas		20	20	18	19	21	22	26	31	30	32
Transversal emprendimiento	9	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
Transversales ingles	15	13	14	15	16	17	18	15	18	17	19
Transversales matemáticas	26										
Transversal socio humanidades	13	12	11	9	11	12	10	11	14	15	14

Fuente: SICA consolidado de programas 2025

El programa de Comunicación Social ha consolidado su planta profesoral durante su vigencia; en el año 2019 contaba con 4 docentes a término fijo semestralizado y un docente tiempo completo a término indefinido. A 2025, el programa cuenta con 6 docentes 2 a término indefinido, 2 con contrato fijo anualizado y 2 con contrato fijo semestralizado. A continuación, en la tabla No. 92 se presenta la planta profesoral del programa del periodo 2020- 1 a 2025-1.



Tabla 92. Planta Profesoral del Programa en la vigencia de su registro calificado

PERÍODO	Dedicación	Total	Nivel de formación			
			Doctor	Magíster	Especialista	Profesional
2025 -1	Tiempo Completo	4	1	2	1	
	Medio Tiempo	1		1		
	Hora Cátedra	1			1	
2024-2	Tiempo Completo	4		3	1	
	Medio Tiempo	1		1		
	Hora Cátedra	1		1		
2024-1	Tiempo Completo	4		3	1	
	Medio Tiempo	1			1	
	Hora Cátedra	1			1	
2023-2	Tiempo Completo	3		3		
	Medio Tiempo	1			1	
	Hora Cátedra	1			1	
2023-1	Tiempo Completo	4		4		
	Medio Tiempo	1			1	
	Hora Cátedra	1			1	
2022-2	Tiempo Completo	4		3	1	
	Medio Tiempo	1			1	
	Hora Cátedra	0				
2022-1	Tiempo Completo	5		2	3	
	Medio Tiempo	0				
	Hora Cátedra	0				
2021-2	Tiempo Completo	5		2	3	
	Medio Tiempo	0				
	Hora Cátedra	0				
2021-1	Tiempo Completo	5		2	3	
	Medio Tiempo	0				



	Hora Cátedra	0				
2020-2	Tiempo Completo	5		2	3	
	Medio Tiempo	0				
	Hora Cátedra	0				
2020-1	Tiempo Completo	5		2	3	
	Medio Tiempo	0				
	Hora Cátedra	0				

Fuente: Dirección del Programa, 2025.



El programa cuenta con una distribución de horas a partir de las funciones sustantivas, tal y como lo establece la Fundación Universitaria Compensar. De este modo, en la tabla 93, se presenta esta distribución. Cabe señalar que La distribución de funciones sustantivas se realiza teniendo en cuenta la política de dedicación docente. Los docentes que tienen asignación de horas de investigación tendrán 14 horas cada uno, para seguir desarrollando los proyectos de investigación del programa.

Tabla 93. Docentes de Comunicación Social, asignación por funciones sustantivas.

Nombre del Profesor	Asignatura / Módulo/ según Plan de Estudios	Créditos Académicos	Número de grupos	Horas semanales de docencia directa en el Programa	% del tiempo dedicado al Programa	Distribución Actividad		
						Docencia	Investigación	Proyección Social o extensión / Otros
DOCENTES Presencial/Virtuales								
Carlos Alberto Espinosa	Taller de Lenguajes y Narrativas	2	2	21	100%	16	0	19
	Redacción	2	1					
	Comunicación estratégica	2	1					
	Taller de noticia y entrevista	2	1					
	Taller de periodismo	3	1					
	Prospectiva y Proyectos estratégicos	3	1					
Yivany Andrea García	Redes y contextos	2	2	15	100%	15	14	11
	Gestión de la comunicación	2	1					
	Comunicación interna y endomarketing	2	1					
	Públicos, eventos y relaciones públicas	3	1					
John Haiber Umba	Laboratorio de Fotografía y realidad	3	1	18	100%	18	0	12
	Laboratorio de preproducción audiovisual	3	1					
	Storytelling estratégico	2	2					
	Laboratorio Pos producción y medios	3	1					
	Laboratorio producción de contenidos digitales	3	1					
	Laboratorio de comunicación Inmersiva (RV, RA, IA)	3	1					
Juan camilo Ruiz	Sujeto, cuerpo y comunicación	2	1	20	100%	20	20	0
	Opinión pública	2	1					
	Ecología de Medios	2	1					
	UX/UI	2	1					
	Análítica de datos	2	1					
	Taller de visualiazzción de datos y toma de decisiones	3	1					
	Investigación en comunicación	2	1					
Jose Escobar	Expresión y Comunicación	2	1	20	50%	20	0	0
	Redacción	2	1					





	Taller Narrativas convergentes	3	1					
	Taller de periodismo	3	1					
	Laboratorio de Podcast y Narrativas sonoras	3	1					
	Taller de crónica y reportaje	2	1					
Ana Ximena Menjura Cucunubá	Expresión y Comunicación	2	1	13	50%	13	0	7
	Semiótica y cultura	2	1					
	Laboratorio de Podcast y narrativas sonoras	3	1					
	Comunicación, imagen y posicionamiento	2	1					
	Comunicación para el cambio social	2	1					

Fuente: Elaboración Propia, 2025

Respecto de la proyección del número de estudiantes para el programa, se realizan tanto las proyecciones financieras como las de requerimientos de docentes para ese número de estudiantes; estas se establecen en un escenario moderado, que toma en cuenta los siguientes elementos:

- Las matrículas de los años anteriores para los programas actuales de la institución.
- Un porcentaje de deserción estudiantil observado entre el 5% y 18%.
- Un crecimiento medio para el programa del 5% y 14%.

Para las proyecciones del programa, se toma una deserción promedio del 13 %, así como un crecimiento en un escenario donde se mantiene en promedio del 5 %, como se muestra a continuación.

Tabla 94. Proyección de estudiantes de Programa Comunicación Social.

	2025 -1	2025 -2	2026 -1	2026 -2	2027 -1	2027 -2	2028 -1	2028 -2	2029 -1	2029 -2	2030 -1	2030 -2	2031 -1	2031 -2
Comunicación Social-Híbrida	90	96	87	82	86	88	96	98	107	104	113	112	121	121
1	20	20	22	16	24	17	26	18	28	19	30	21	32	23
2	3	14	17	19	14	20	14	22	15	24	16	26	18	27
3	15	3	12	14	16	12	17	12	19	13	20	14	22	15
4	7	11	3	10	12	14	10	15	10	16	11	17	12	18
5	9	5	9	2	9	10	11	8	13	9	14	9	15	10
6	10	12	4	8	2	7	9	10	7	11	8	12	8	12
7	11	11	10	4	7	2	6	8	8	6	9	6	10	7
8	15	20	9	9	3	6	1	5	6	7	5	8	5	8
	16,9 %	6,7%	8,0%	8,0%	8,0%	8,0%	8,0%	8,0%	8,0%	8,0%	8,0%	8,0%	8,0%	8,0%
Ausencia intersemestral	13,3 %	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%

Fuente: Dirección de planeación, 2025

7.1.2. Evidencias del cumplimiento de las políticas institucionales

La Fundación Universitaria Compensar, en cumplimiento de sus propósitos misionales, ha desarrollado



una estrategia de fortalecimiento del núcleo docente en cuanto a la cantidad y calidad de sus expertos, que garantice, adecuadamente, las funciones sustantivas de docencia, investigación y proyección social; y una mejora permanente en los procesos de evaluación, selección y formación. Por lo tanto, la institución cuenta con un Reglamento Docente (Anexo 7.1), aprobado por el Consejo de Directivo según Resolución N° 301 del 21 de abril de 2021, que rige las relaciones funcionales del cuerpo docente y que define las funciones, derechos y deberes de los profesores, las estructuras y características de vinculación, evaluación y promoción.

Igualmente, este documento describe la carrera docente, la formación, la capacitación de profesores y los estímulos. En la Fundación Universitaria Compensar, el núcleo profesoral es fundamental para cumplir los procesos misionales, por eso la política pretende determinar las labores según las necesidades de los servicios académicos y en docencia, investigación, proyección social y gestión de la calidad; y postulados de calidad y contenidos en la normatividad de educación superior detallados en la Política de dedicación docente (Anexo 7.2).

La política establece tres tipos de dedicación de los docentes: Tiempo Completo con 40 horas semanales, de las cuales, en promedio 20 horas son para docencia directa presencial o virtual, el 30% para preparación de clase y evaluación y las horas restantes dedicadas al desarrollo y acompañamiento de las funciones sustantivas; Medio Tiempo con 20 horas semanales, de las cuales, mínimo 15 horas son para docencia y 30% para preparación de clase y evaluación; y Hora Cátedra.

La dedicación de los docentes de Tiempo Completo a las funciones sustantivas se organiza de la siguiente manera:

- **Docencia:** Corresponde a la asignación directa de clase y preparación de clase.
- **Investigación:** esta asignación se articulará con el Centro de Investigación; con el propósito de fortalecer esta función, para el desarrollo de estos ejercicios, se debe establecer un plan de trabajo con productos asociados.
- **Proyección Social y Extensión:** Corresponde al desarrollo de la función misional relacionada con el entorno, tanto social como empresarial.
- **Gestión de Calidad:** Corresponde al desarrollo de acciones encaminadas a lograr el aseguramiento de la calidad, la permanencia y el desarrollo de procesos curriculares.

7.2. Perfil de profesores

7.2.1. Descripción de los procesos para formular y actualizar los perfiles

En el proceso de selección y contratación la institución busca vincular al talento más idóneo, para cumplir con el perfil docente institucional según (Anexo 7.7 Selección contratación y desvinculación de colaboradores y anexo 7.3 Descripción Cargo Docente) y los requerimientos de los programas, para que contribuya al desarrollo y fortalecimiento institucional. Algunos aspectos que se consideran son:

- Toda elección estará acorde con lo establecido en el procedimiento de selección de personal, contratación y retiro de colaboradores anexo 7.7.
- Toda vinculación de personal será resultado del proceso de selección realizado por Talento Humano.

El perfil del docente seleccionado deberá cumplir con los requisitos del perfil solicitado, asegurando el cumplimiento de las competencias profesionales y personales.



7.2.2. Descripción de los perfiles requeridos para los profesores que atenderán las labores formativas, académicas, docentes, científicas, culturales y de extensión

En la tabla No. 95, se especifica el nivel de formación y área de conocimiento de los docentes y una síntesis de la experiencia de su experiencia, como se evidencia en los anexos 7.4 Hojas de vida y CVLAC Para garantizar la idoneidad de los docentes se cuenta con un perfil de ingreso y un plan de capacitaciones como se muestra en el anexo 7.6 Plan de desarrollo y capacitación. Además, en el anexo 7.6 Plan de desarrollo y capacitación docente, se encuentra la inversión realizada por línea que incluye temas curriculares, de investigación y transferencia, de Tecnologías educativas y de Educación virtual, entre otros; para apoyar el mejoramiento continuo de la cualificación docente para ser mediador en su proceso de enseñanza aprendizaje.

Tabla 95 Profesores del Programa – Nivel de Formación y Experiencia

Nombre del Docente	Formación Profesional	Nivel	Área de Formación	Formación Pedagógica	Experiencia Profesional	Experiencia en Investigación
Docentes Presencial/Virtual						
CARLOS ALBERTO ESPINOSA HERRERA	Especialista en Innovación Educativa Digital, Especialista en Gerencia de Mercadeo Estratégico, Experto en gestión organizacional. Comunicador Social y Periodista, Docente Universitario, con estudios en PNL y Coaching,	Especialista	Comunicación estratégica Escrituras Redacción Géneros y formatos	Innovación educativa digital	Consultor, 20 años de experiencia liderando estrategias empresariales en: Servicio al cliente, Comunicación Interna y Externa, áreas de posicionamiento de marca, direccionamiento comercial, y Centros de Contacto (out bound, inbound, cobranzas, online, back office, Cross selling, PQR), proyectos de intervención social, con alto nivel de responsabilidad, compromiso, competitividad, búsqueda constante en lograr resultados y estándares de calidad.	Ligada a estudios posgraduales
YIVANY ANDREA GARCÍA CASTAÑEDA	Comunicadora Social de la Universidad Santo Tomás Especialista en gerencia Empresarial Universidad Santo Tomás Maestría en Administración Universidad Santo Tomás	Magíster	Gestión de la Comunicación Comunicación estratégica Relaciones Públicas Eventos Endomarketing Comunicación corporativa Investigación en comunicación	DIPLOMADO EN EL FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA EL ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD. Universidad Sato Tomás. Diciembre 2009	Profesional con experiencia de más de 12 años en el sector de la educación superior en docencia, investigación y gestión académica-administrativa; consultoría comunicación estratégica, formación en comunicación asertiva, liderazgo y trabajo en equipo en organizaciones del sector público y privado. Experta en el diseño temático y metodológico de cursos y programas académicos de pregrado y posgrado, virtuales y presenciales, aseguramiento de la calidad, registros calificados, acreditación de alta calidad y procesos administrativos Con aptitudes para la gestión de redes sociales, creación de contenidos, redacción, diseño de planes y campañas de comunicación, rr.pp y eventos y manejo de comunicaciones internas y externa.	Tres fases del proyecto de investigación <i>La incorporación de iniciativas innovadoras de contenidos y tecnologías en la radio pública Caso RTVC</i>
JHON HAIBER UMBA	Magíster en Comunicación y Medios - U.N. Maestro en Artes plásticas - U.N. Técnico en Diseño Gráfico - A.B.S. Técnico Auxiliar Administrativo - ITGEM; estudios parciales de Especialización en Educación Artística Integral - U.N. Fotógrafo, ilustrador y grabador. Ponente nacional e internacional.	Magíster	Laboratorio de fotografía y realidad Laboratorio de preproducción audiovisual Laboratorio de posproducción de medios Laboratorio de producción de contenidos digitales	Curso de articulación de la educación media con educación superior. Universidad Santo Tomás. 60 horas. 2017. Inclusión, diversidad y calidad educación superior. IV Foro por la permanencia estudiantil y graduación oportuna. Universidad Santo Tomás. 60 horas. Junio 15 a Julio 8 de 2016. El docente/tutor como gestor de cursos en AVA - Ed. 9 Certificado de Competencias. Universidad Nacional Abierta y a Distancia. 2025.	Director de escuela, director de programa, coordinador, docente investigador, mediador, consejero y orientador. 20 años de experiencia en establecimientos educativos. Chef de Cocina.	Libro: Formación Fotográfica para la consolidación de la memoria del territorio. (Co - Autor). Universidad Santo Tomás. 2025 (En producción).
JUAN CAMILO RUIZ SALAZAR	Doctor en comunicación, magíster en ciencias de la comunicación, y profesional en sociología con certificados en análisis, ciencia de datos y procesamiento de lenguaje natural. Amplia	Doctor	Ecología de medios Semiótica y cultura Investigación en Comunicación		Institución: Universidad Externado Fecha: Marzo 2025 - Junio 2025 Actividad: Profesor cátedra en la Maestría en Comunicación Política en la asignatura de Manipulación y Visualización de datos Institución: Universidad de Antioquia - Facultad	Memorias y experiencias en la investigación de procesos de paz y conflicto armado en Antioquia: hacia una pedagogía participativa de la paz Proceso financiado por CAPAZ mediante convocatoria pública Año de



	experiencia en planificación y desarrollo de contenidos académicos, diseño de modelos predictivos de riesgos de deserción, procesos de investigación, análisis y recopilación de información, modelación y visualización de datos, estudio de las transformaciones culturales y sociales, desarrollo de teorías, modelos y métodos para interpretar y describir los fenómenos sociales, y diseño de estrategias pedagógicas. Con capacidad de análisis, planeación y organización, orientación al logro, y mejoramiento continuo.		Análítica de datos Taller de visualización y toma de decisiones Laboratorio de Narrativas Inmersivas		de Comunicaciones y Filología (FCF) Fecha: Marzo 2023 - Enero 2025 Actividad: Profesor ocasional medio tiempo. Diseño de procesos de análisis de datos con minería textual en el espacio de Agenda de Paz de la FCF, minería de datos y visualización para procesos de acreditación al interior de la misma facultad. Institución: Red Distrital de Bibliotecas Públicas - Biblored Fecha: Junio 2021 - Marzo 2023 Actividad: Profesional de línea - coordinador observatorio de prácticas lectoras de Biblored. Institución: Corporación Universitaria Minuto de Dios Fecha: Enero 2021 - Noviembre 2022 Actividad: Docente de Cátedra - Programa Especialización en Comunicación Organizacional y Estratégica - Maestría en Comunicación Desarrollo y cambio social.	inicio: 2023 Año de finalización: 2024 Rol: Co-investigador Observatorio de prácticas de lectura de Biblored Proceso investigativo financiado por Biblored con recursos públicos Año de inicio: 2021 Año de finalización: 2023 Rol: Coordinador, investigador y diseñador del proceso
JOSE ESCOBAR ROMERO	Periodista y Comunicador Social egresado de la Universidad Los Libertadores (COL), Reportero Gráfico Digital de la Universidad Complutense de Madrid (ESP) y Magister en Educación de la Universidad de Artes y Ciencias Sociales- UARCIS (CHL). Director del espacio radial Noches de Película, emitido en diversas emisoras de la Red de Radio Universitaria de Colombia - RRUC.	Magíster	Proyectos estratégicos y prospectiva Taller e noticia y entrevista Taller de crónica y reportaje Producción periodística Taller de narrativas convergentes		Experiencia en labores de reportería y manejo de fuentes; conducción y presentación de eventos y programas informativos (Radio, T.V., Maestro de ceremonias, transmisiones en vivo); he realizado actividades de comunicación corporativa en Oficinas de Prensa de entidades del Estado, por lo que estoy en capacidad de: coordinar la organización de eventos (Foros, Seminarios, Ruedas de Prensa), manejar de archivos de prensa, diseñar boletines internos, elaborar comunicados de prensa y publicaciones institucionales, así como manejar estrategias de Relacionamento y atención a los diversos Stakeholders.	* El Valor de la Marca Personal Revista ComInt - DirCom Edición N° 5 – ISSN 2545-7608 https://grupodircom.com/revista-comint Noviembre 2020 *Acercamiento al concepto de educación superior en el marco normativo de la educación inclusiva en Colombia Revista FULL Investiga, Edición N° 1- ISSN 2711-3817 http://hdl.handle.net/11371/3105 Junio 2020 * Hacia el concepto transformacional de la educación superior inclusiva en el contexto colombiano Revista FULL Investiga, Edición N° 1- ISSN 2711-3817 http://hdl.handle.net/11371/3105 Junio 2020
LUISA FERNANDA SÁNCHEZ	Maestría en estudios culturales Pontificia Universidad Javeriana – Bogotá, Colombia Abril 2014 Especialización en infancia, cultura y desarrollo Universidad Distrital Francisco José de Caldas – Bogotá, Colombia Julio 2010 Comunicadora social y periodista Universidad Central – Bogotá, Colombia	Mgíster	Laboratorio de locución y producción sonora Laboratorio de podcast y narrativas sonoras		Gestora de proyección social Dirección de investigación, innovación y proyección social Universidad Piloto de Colombia • Líder de proyectos de desarrollo comunitario • Construcción de plan estratégico • Elaboración de rutas formativas y de cooperación. Enero 2020 – Enero 2025 Docente investigadora y enlace de Facultad Fundación Universitaria Compensar - Bogotá, Colombia Programa de comunicación social • Líder del grupo de investigación en comunicación y mercadeo (ICOM) y semillero de investigación Metamorphxs. • Docente de asignaturas de pregrado de comunicación como teorías de la comunicación, ecología de medios, locución y producción sonora, semiótica y lingüística. • Investigadora principal de Proyecto de género y prácticas comunicativas en la prensa afro de siglo XIX. Octubre Líder de comunicaciones Diciembre 2023 Asociación Cambium – Bogotá, Colombia • Organizar el plan de comunicación digital para la organización en temas relacionados con el cambio climático, justicia verde y energías limpias. • Crear contenido para plataformas digitales	Docente investigadora y enlace de Facultad Fundación Universitaria Compensar - Bogotá, Colombia Programa de comunicación social • Líder del grupo de investigación en comunicación y mercadeo (ICOM) y semillero de investigación Metamorphxs.

Fuente: Elaboración propia, 2025





Experiencia en investigación, innovación y/o creación artística y cultural:

Los docentes Juan Camilo Ruiz y Yivany Andrea García, tienen horas asignadas para la investigación. El docente Juan Camilo Ruiz cuenta con una asignación de 20 horas para investigación y como enlace del grupo ICOM con la Dirección de Investigación institucional, por su parte, la docente Yivany Andrea García cuenta con 10 horas de investigación.

7.3. Asignación y gestión de las actividades de los profesores

El núcleo docente es fundamental para cumplir los procesos misionales, por eso la política de dedicación docente determina las labores según las necesidades de los servicios académicos y en docencia, investigación, proyección social y gestión de la calidad; y postulados de calidad y contenidos en la normatividad de educación superior (Anexo 7.2 Política dedicación docente).

En el Anexo 7.4, se puede evidenciar las hojas de vida y los CVLAC de la planta profesoral del programa de Comunicación Social.

7.4. Permanencia, desarrollo y capacitación profesoral

La fidelización de los colaboradores se articula desde las unidades de Talento Humano y Bienestar Universitario, que junto con Compensar forma una Plataforma de Bienestar, que propende por mejorar la calidad de vida del colaborador, al promover el equilibrio entre la vida personal y laboral.

Permanencia

Las acciones se articulan en un Plan de Bienestar, que es definido periódicamente y que consulta las necesidades y requerimientos institucionales. Dentro de las estrategias desarrolladas se destacan:

Eventos Institucionales: Se realizan tres grandes eventos, a saber:

- **Día del Docente:** en este se premia al Mejor Docente, en varias categorías.
- **Bienvenida Docente:** es un momento de encuentro, antes de iniciar las actividades académicas en cada período, donde se socializan los retos y logros institucionales.
- **Fiesta de Fin de Año:** es un evento donde se comparte y se agradece a todos los docentes.

Beneficios.

- **El Quinquenio** correspondiente al pago de dos (2) salarios mínimos como reconocimiento por cada cinco (5) años de trabajo, para todos los docentes Tiempo Completo, Medio Tiempo y Cátedra.
- **Incentivos de Investigación:** En la definición de la Política de Estímulos y Reconocimiento a la Investigación incluida en la Condición de Investigación, se estipula un reconocimiento económico para los investigadores que se destaquen en la producción de investigativa que nos permitan mejorar los índices de productividad tanto de investigadores como de los grupos de investigación.
- **Reconocimiento a Investigadores y Docentes:** UCompensar entrega distinciones, sin incentivo económico, al docente, directivo académico, administrativo, estudiante de trabajo de grado,



estudiante semillerista o pasante de investigación por producción investigativa o académica, premios de eventos nacionales e internacionales, publicaciones, entre otros, que se detallan en la Condición de Investigación.

- **Cultura, Recreación y Eventos Deportivos:** conjunto de actividades que se desarrollan en alianza con Compensar y donde se hace uso de sus instalaciones.
- **Seguridad y Salud en el Trabajo:** garantizar la salud y seguridad integral del colaborador, bajo el desarrollo de los programas de Seguridad y Salud en el Trabajo. Esta se inicia con la priorización e identificación de los factores de riesgo presentes en las áreas de trabajo, para generar prevención y control en las condiciones de trabajo y de salud, así como la mitigación y atención de emergencias.
- **Promoción y Prevención:** se promueven hábitos saludables de vida, enfocados en prevenir enfermedades mediante la Administradora de Riesgos Laborales, ARL, que da soporte y formación sobre los riesgos; se tiene el programa Cuidate que yo te cuidaré, que enmarca el concepto de autocuidado, para gestionar una buena cultura de prevención de riesgos en los colaboradores.
- **Servicio de Área Protegida:** se cuenta con un servicio y área protegida, desde donde se atienden urgencias médicas, en las instalaciones, generando atención prioritaria con respuesta inmediata para los colaboradores.

Otros beneficios: Permisos de graduación, matrimonio, especiales/calamidades, licencias legales (maternidad, paternidad, luto, votaciones), licencias remuneradas, Saldo mensual en máquinas snack, seguro de vida, auxilio comunicación áreas, auxilio de movilidad, pago matrícula UCompensar por descuento de nómina.

Adicionalmente, la institución mediante Resolución Rectoral 008 de 2021 del 05 de agosto (Anexo 7.5), establece el Sistema de Valoración de Producción Académica, Investigativa, Cultural, Artística y de otros logros asociados a la labor docente; en el cual se clasifican los diferentes productos definidos por la Fundación para efectos de ascenso, promoción o permanencia en el escalafón, asociados al proceso de carrera docente, establecidos en el Reglamento Docente.

7.4.1. Programas de formación y Capacitación

UCompensar ha diseñado y ejecutado programas de Cualificación Docente con el propósito de ampliar el conocimiento, desarrollar competencias en pedagogía, didáctica e investigación y generar cultura de valores institucionales en los docentes; con la articulación desde los planes pedagógicos de facultad y programa.

En este sentido, se destaca la inversión de \$661 millones, apoyo asignado en la educación posgradual de quince (15) docentes para formación en maestría o doctorado, financiados por la institución, con apoyo de tiempo y desplazamientos internacionales, que no están incluidos en este rubro. Adicionalmente, con el propósito de fortalecer la formación posgradual, se han suscrito convenios con las Universidades Santo Tomás y San Buenaventura para la formación de Especializaciones y Maestrías.

De otra parte, con el Plan de formación docente Anexo 7.6 se articulan acciones de capacitación en eventos internos y externos, por solicitud propia de los docentes, previa validación por parte de las decanaturas y la Dirección Académica. En la tabla 96 se presenta el plan de formación docente a 7 años.

Tabla 96. Plan de formación docente a 7 años

EJE	OBJETIVO	ACTIVIDADES	META Año 1	META Año 2	META Año 3	META Año 4	META Año 5	META Año 6	META Año 7	RECURSOS E INFRAESTRUCTURA REQUERIDA	PRESUPUESTO ASIGNADO
Diseño curricular	Desarrollar las competencias a los docentes y tutores frente a la adecuada el uso de instrumentos curriculares y materiales de apoyo para el ejercicio de sus funciones académicas	Diseño y construcción de Syllabus	Actualización de syllabus 1 vez al año	Actualización de syllabus 1 vez al año	Actualización de syllabus 1 vez al año	Actualización de syllabus 1 vez al año	Actualización de syllabus 1 vez al año	Actualización de syllabus 1 vez al año	Actualización de syllabus 1 vez al año	Tiempos docentes asignados Contratación de expertos Plataforma	\$ 8.214.000
		Planeaciones didácticas	Actualización semestral de las planeaciones didácticas	Actualización semestral de las planeaciones didácticas	Actualización semestral de las planeaciones didácticas	Actualización semestral de las planeaciones didácticas	Actualización semestral de las planeaciones didácticas	Actualización semestral de las planeaciones didácticas	Actualización semestral de las planeaciones didácticas		
		Instrumentos de evaluación	Actualización semestral de los instrumentos de evaluación	Actualización semestral de los instrumentos de evaluación	Actualización semestral de los instrumentos de evaluación	Actualización semestral de los instrumentos de evaluación	Actualización semestral de los instrumentos de evaluación	Actualización semestral de los instrumentos de evaluación	Actualización semestral de los instrumentos de evaluación		
		Metodologías activas	2 talleres al año	2 talleres al año	2 talleres al año	2 talleres al año	2 talleres al año	2 talleres al año	2 talleres al año		
		Resultados de aprendizaje	Actualización semestral de Resultados de aprendizaje	Actualización semestral de Resultados de aprendizaje	Actualización semestral de Resultados de aprendizaje	Actualización semestral de Resultados de aprendizaje	Actualización semestral de Resultados de aprendizaje	Actualización semestral de Resultados de aprendizaje	Actualización semestral de Resultados de aprendizaje		
TICS Y Mediación tecnológica	Garantizar la apropiación de las herramientas tecnológicas existentes en la Institución, promoviendo la calidad en los procesos de interacción.	Formación y actualización en plataforma	2 capacitaciones al año	2 capacitaciones al año	2 capacitaciones al año	2 capacitaciones al año	2 capacitaciones al año	2 capacitaciones al año	2 capacitaciones al año		
		Competencias para la tutoría Virtual	1 curso semestral	1 curso semestral	1 curso semestral	1 curso semestral	1 curso semestral	1 curso semestral	1 curso semestral		
		Conocimiento, uso y transformación digital con Tecnologías Educativas	3 cursos anuales	3 cursos anuales	3 cursos anuales	3 cursos anuales	3 cursos anuales	3 cursos anuales	3 cursos anuales		
Software Especializado	Promover el uso de herramientas tecnológicas en el programa, que contribuyan a la generación de competencias digitales de los estudiantes en pro de mejorar la productividad y competitividad del sector.		2 talleres al año	2 talleres al año	2 talleres al año	2 talleres al año	2 talleres al año	2 talleres al año	2 talleres al año		
Capacitaciones en Temáticas especializadas	Fortalecer las competencias específicas en herramientas de analítica y experiencia de usuario enfocadas en los procesos de Talento humano	Capacitaciones en herramientas digitales que aporten al desarrollo del talento humano	Participación de los docentes en 1 jornada de actualización en cada período académico	Participación de los docentes en 1 jornada de actualización en cada período académico	Participación de los docentes en 1 jornada de actualización en cada período académico	Participación de los docentes en 1 jornada de actualización en cada período académico	Participación de los docentes en 1 jornada de actualización en cada período académico	Participación de los docentes en 1 jornada de actualización en cada período académico	Participación de los docentes en 1 jornada de actualización en cada período académico		

Fuente: Dirección de planeación, 2024

Así mismo, como estrategia institucional de fortalecimiento de la competencia de inglés, los cursos para los docentes se ofertan sin ningún costo. Para finalizar, la descripción de los procesos para formular, hacer seguimiento y evaluar el plan de desarrollo y capacitación de los profesores se detallan en el Anexo 7.7.

7.5. Seguimiento y evaluación de profesores

En cumplimiento de sus objetivos misionales, la Fundación Universitaria Compensar ha desarrollado una estrategia de fortalecimiento del núcleo profesoral en cuanto a la cantidad y calidad del personal docente, que garantice las funciones sustantivas de docencia, investigación y extensión; y una mejora





permanente en los procesos de evaluación, selección y formación, enmarcada en el Proyecto Educativo Institucional y en el Plan de Desarrollo.

La Fundación Universitaria Compensar comprende la evaluación como un ejercicio de valoración que permite la identificación de fortalezas y oportunidades de mejora, en el que confluyen lo cualitativo y lo cuantitativo, desde la comprensión del objeto de evaluación, seguimiento y su valoración basada en estándares. Esto implica cimentar la evaluación tanto en el análisis de variables descriptivas como en el conocimiento experiencial y personal en un espacio de tiempo determinado y en un contexto específico, de modo que permita producir efectos positivos, tanto en el desempeño profesional (desarrollo de evaluados y evaluadores), como en el de las culturas y sistemas institucionales (procesos y contextos). Es por esta razón que mediante Resolución Rectoral No. 007 del 5 de agosto de 2021 se establece el Sistema de Evaluación del Desempeño del docente Anexo 7.8.

Participantes de la evaluación

En función del carácter participativo de la evaluación, en ella intervienen diversos agentes que aportan información importante para la valoración del desempeño docente, concebidos como intérpretes de los méritos y oportunidades de mejora que se pueden identificar. Por tanto, se consideran agentes del proceso:

1. Estudiantes: valoran el ejercicio de la enseñanza y el acompañamiento permanente, por lo que su concepto mediante la evaluación docente es un insumo fundamental para mejorar las prácticas.

2. Docentes: Mediante un ejercicio de autoevaluación, y de acuerdo con los criterios establecidos, el docente valora su propio desempeño en los diferentes factores. Este ejercicio se realiza desde la concepción de la evaluación como un mecanismo eficiente para el mejoramiento y desarrollo profesional. Por tanto, debe diligenciar los instrumentos correspondientes, consultar los resultados de su evaluación y participar en espacios de diálogo con los pares evaluadores y directivos académicos para recibir la retroalimentación necesaria.

3. Pares evaluadores: Desde una evaluación permanente y contextualizada, el docente ofrece una mirada sobre las prácticas de enseñanza de sus compañeros. Para ello, el par evaluador deberá acompañar al docente evaluado en dos sesiones de clase (en una actividad de evaluación de aprendizajes) y, a partir de un ejercicio crítico y retroalimentación eficiente, registrar su observación y valoración de las actividades en el instrumento correspondiente, según se plantea en el Sistema de evaluación (Ver anexo 7.8).

4. Directivos académicos: En el marco de un proceso dialógico, ofrece una valoración de la labor docente en relación con las actividades asignadas (formativas, académicas, docentes, científicas, culturales, de extensión y gestión académica), por lo que debe garantizar un ejercicio de evaluación integral y formativo. Para ello, debe diligenciar los instrumentos correspondientes a partir de los criterios e indicadores establecidos y generar espacios de diálogo y retroalimentación permanente con los docentes, además de monitorear que todo el proceso de evaluación cumpla con los lineamientos y características descritas en la presente resolución.

Resultados de la evaluación del programa

En el marco de los procesos de evaluación docente desde el 2019 se evidencia un mantenimiento de los procesos de evaluación docente del programa, con una calificación promedio en 7 años de 4.46. De igual manera, se siguen desarrollando estrategias para aumentar la participación por parte de los estudiantes (Ver tabla 97).

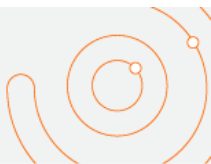


Tabla 97. Evaluación docente del programa 2019 – 2025.

2019 1	2019 2	2020 1	2020 2	2021 1	2021 2	2022 1	2022 2	2023 1	2023 2	2024 1	2024 2	20251
4,35	4,20	4,66	4,76	4,56	4,24	4,60	4,52	4,34	4,32	4,54	4,7	4,5

Fuente: Dirección de planeación, 2024

Relación de Anexos

- Anexo 7.1. Reglamento Docente
- Anexo 7.2. Política Dedicación Docente
- Anexo 7.3. Descripción de Cargo docente
- Anexo 7.4. HV y CVLAC Docentes del Programa de comunicación S.
- Anexo 7.5. Sistema de Valoración de Producción Intelectual
- Anexo 7.6. Plan de desarrollo y Capacitación docente
- Anexo 7.7. Selección contratación y desvinculación de colaboradores
- Anexo 7.8 Sistema de Evaluación del Desempeño del docente



8. MEDIOS EDUCATIVOS

En UCompensar los medios educativos se constituyen en un elemento estratégico en la formación de comunicadores sociales, integrando espacios físicos y virtuales que permiten la interacción, experimentación y construcción de conocimiento. La diversidad de medios y herramientas disponibles facilita experiencias de aprendizaje contextualizadas, donde los estudiantes pueden explorar, producir e integrar sus saberes con escenarios propios del contexto. En el Programa de Comunicación Social, los medios educativos no solo cumplen una función instrumental, sino que se convierten en entornos de aprendizaje situados, que favorecen la participación, la resolución de problemas y la colaboración entre pares. Así mismo, permiten a los estudiantes apropiarse de los procesos de producción, análisis y comunicación estratégica, fortaleciendo su capacidad de tomar decisiones informadas y responsables frente a los contenidos que producen y difunden.

En la U Compensar, de la mano procesos internos y a la luz de la certificación ISO 9001:2015 se gestiona la disponibilidad, adquisición, implementación y mejoras a los medios y recursos educativos; proporcionando soporte, capacitación y asesoría en su uso, así como la custodia y disponibilidad de la información mediante una serie de aplicaciones, herramientas específicas por facultad y soluciones para el campus virtual. Desde la norma referida, otorgada por el Icontec, se busca fortalecer la cultura organizacional de calidad y se da alcance a los procesos que, desde la Unidad de Tecnología, Biblioteca y Dirección de Educación Virtual, se lideran. En el Sistema de Gestión de la Calidad reposa la documentación relacionada con las políticas y los procedimientos que determinan la administración de estos procesos.

8.1. Descripción de los medios educativos y cobertura

Aplicaciones

UCompensar cuenta con un conjunto de aplicaciones que permiten soportar todos los procesos al interior de la universidad, en todas sus sedes a nivel nacional. Estas soluciones se pueden resumir de la siguiente forma:

- Solución Académica y de registro, Sistema de Información Académica.
- Solución de relacionamiento con clientes potenciales y actuales, CRM.
- Portal de la comunidad académica, CAMPUS VIRTUAL.
- Página web institucional.
- Campus Virtual.
- Soluciones de oficina.
- Herramientas específicas del programa.
- Sistema de catálogo bibliográfico.
- Bases de datos digitales.
- Solución de aprendizaje de inglés.
- Mesa Integral de Servicio, MIS.
- Solución financiera y contable, ERP.
- Solución de talento humano, HCM.





Figura 34. Resumen de aplicaciones fundamentales

 SIS Sistema de información Académico	 CRM Gestión de relación con los clientes	 PAGINA WEB
 Portal de la comunidad Académica	 SOLUCIÓN E-LEARNING	 SOLUCIONES OFIMÁTICA
 BASES DE DATOS DIGITALES	 CATALOGO BIBLIOGRAFICO	 MIS Mesa Integral de servicio
 ERP Solución contable y Financiera	 HCM Solución de Gestión Talento Humano	

Fuente: Unidad de Tecnología, 2025.

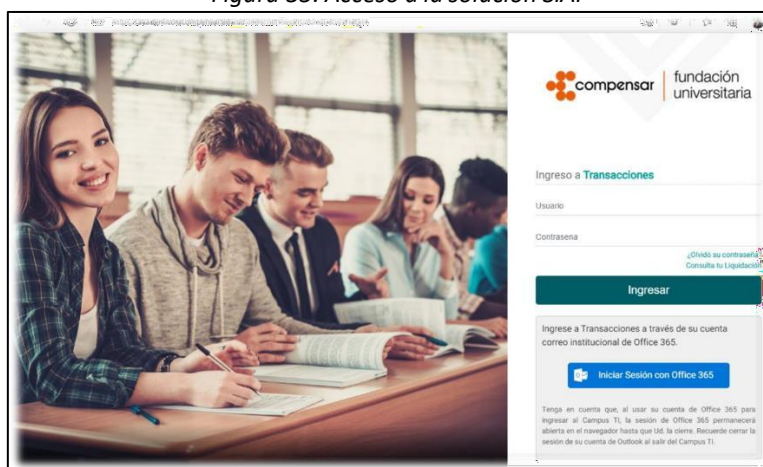
Las soluciones ERP, Seven y Digital Ware, y las HCM, Kactus, dos soluciones de la casa de software Digitalware, se emplean en procesos administrativos internos (gestión del personal administrativo y manejo de nómina, entre otros), por tanto, no se explican en detalle en el presente documento. A continuación, se realiza la descripción de los principales sistemas de información.

Sistema de información académico

El Sistema de Información Académico y Financiero, SIAF, está basado en la Suite Academusoft del grupo de investigación Ciadti de la Universidad de Pamplona. Esta solución permite la gestión de los procesos de inscripción, matrícula y selección, entre muchos otros; y lo emplea el área de Admisiones y Registro para el desarrollo de sus labores. UCompensar cuenta con un contrato vigente con Sales Force CRM para el soporte de la Suite Academusoft (Anexo 8.1. Contratos Medios Educativos).

El Sistema de Información Académico se aloja en la infraestructura tecnológica del datacenter Triara de Claro (certificado como TIER III) ubicado en Bogotá, reconocido como uno de los más confiables del país. Este entorno garantiza alta disponibilidad, copias de respaldo, capacidad de almacenamiento y planes de contingencia, lo que permite mantener una disponibilidad del servicio superior al 99,7 %. En la figura 35 se muestra la pantalla de ingreso a la solución.

Figura 35. Acceso a la solución SIAF



Fuente: Unidad de Tecnología, 2025.



CRM – Gestión de la relación con los clientes

La solución CRM implementada por UCompensar corresponde a Hobson Radius 1, utilizada por las áreas de Mercadeo y Comunicaciones y Bienestar Institucional para realizar el seguimiento y gestión de la comunicación con la comunidad universitaria. Esta plataforma opera bajo el modelo Software como Servicio (SaaS), lo que garantiza su disponibilidad mediante acuerdos de nivel de servicio (ANS–SLA) establecidos con el proveedor. La infraestructura tecnológica que la soporta se encuentra alojada en Microsoft Azure, asegurando altos estándares de confiabilidad y desempeño. UCompensar cuenta con un contrato vigente con la Campus Management, para el soporte de la solución Hobson Radius, como consta en el documento (Anexo 8.1. Contratos Medios Educativos).

Debido al modelo del contrato de software como servicio (SAAS), el proveedor realiza las labores de mantenimiento y actualización de toda la infraestructura que soporta la solución. En la figura 36 se presenta la interfaz de acceso a la misma.

⁵ <https://www.campusmanagement.com/products/radius-by-campus-management/>

⁶ Datos suministrados por el proveedor de la solución.

Figura 36. Visual externa de la solución CRM

The screenshot shows the 'Nuevo Caso' (New Case) form in the CRM system. The form is titled 'Nuevo Caso' with the subtitle 'Cuéntanos cómo podemos ayudarte.' (Tell us how we can help you). It features a blue navigation bar at the top with links for 'Inicio', 'Mi Cuenta', and 'Casos'. The form fields include:

- Categoría:** A dropdown menu with '--Ninguno--' selected.
- Servicio:** A dropdown menu with '--Ninguno--' selected.
- Tipología:** A dropdown menu with '--Ninguno--' selected.
- Asunto:** A text input field.
- Descripción:** A larger text area for details.
- Subir archivo:** A link to upload a file.
- Enviar:** A blue button to submit the form.

Fuente: Unidad de Tecnología, 2025.

Campus Virtual. Portal comunidad académica

El Campus Virtual de UCompensar es el portal institucional diseñado para integrar a toda la comunidad académica en un entorno digital colaborativo. Su desarrollo se soporta en la plataforma SharePoint Online, perteneciente al ecosistema Microsoft Office 365, lo que garantiza una gestión centralizada, segura y eficiente de la información institucional. Esta infraestructura permite que los usuarios se autenticen mediante una única credencial administrada en el Directorio Activo de Azure, proporcionando acceso unificado tanto al portal como a las diversas soluciones ofimáticas institucionales, y fortaleciendo la interoperabilidad entre los diferentes servicios tecnológicos de la institución.

La solución opera bajo un modelo de software como servicio (SaaS), asegurando la disponibilidad y estabilidad del sistema conforme a los acuerdos de nivel de servicio (ANS-SLA) establecidos con el proveedor tecnológico. Una vez acceden los estudiantes, docentes y personal administrativo a este portal, les permite ingresar a las principales soluciones que tiene la universidad a disposición de ellos, tal y como sucede con el sistema de información académico y el Campus Virtual, entre otras; como se muestra en la figura 37.

Figura 37. Acceso e información de otras dependencias en CAMPUS VIRTUAL



Fuente: Unidad de Tecnología, 2025.



El área de Mercado y Comunicaciones es la encargada, al interior de la universidad, de la administración funcional y manejo de este portal académico. Esta solución (SharePoint) se encuentra cobijada dentro del Campus Agreement (Anexo 8.1), que se maneja con Microsoft para todas sus soluciones. Actualmente, dicho acuerdo —que corresponde al contrato de licenciamiento y uso de las herramientas tecnológicas— tiene un valor anual aproximado de 63.834 dólares estadounidenses (USD), sujeto a variaciones según la tasa de cambio vigente. Los términos y condiciones de este convenio se detallan en el Anexo 8.1. Contratos Medios Educativos.

De acuerdo con los reportes y mediciones del proveedor, la disponibilidad operativa de las soluciones de la Suite Office 365 ha alcanzado un promedio del 99.98%, garantizando así altos niveles de estabilidad, continuidad del servicio y cumplimiento de los estándares de calidad tecnológica exigidos por la institución.

Página Web Institucional

UCompensar dispone de un sitio web institucional desarrollado sobre la plataforma WordPress, administrado por el equipo del área de Mercadeo y Comunicaciones. Este portal constituye un canal estratégico de comunicación y difusión de información institucional, académica y de servicios, garantizando la articulación entre las diferentes dependencias y la comunidad universitaria.

La solución tecnológica se encuentra alojada en una infraestructura implementada en el datacenter Triara de Claro, clasificado como Datacenter TIER III, lo que asegura altos niveles de seguridad, redundancia y continuidad operativa. Esta arquitectura permite mantener la integridad y disponibilidad de los servicios digitales institucionales en todo momento. De acuerdo con los parámetros de servicio establecidos, la disponibilidad de la infraestructura alcanza el 100%, respaldando la confiabilidad del entorno tecnológico (Ver figura 38. Visual inicio de la Página Web). Los detalles técnicos de esta configuración se encuentran descritos en la Condición de Infraestructura del presente documento.

Figura 38. Visual del inicio de la página web



Fuente: Unidad de Tecnología, 2025.



Soluciones Educación Virtual – Elearning

El conjunto de soluciones de educación virtual está compuesto por cuatro herramientas integradas:

- **Solución E-Learning:** Esta solución se encuentra en un sistema de gestión aprendizaje, basado en el código abierto de Moodle, denominado OpenLMS, el cual trabaja en la modalidad de Software as a Service, SaaS, (Software como Servicio) ofreciendo una solución de software integral, lo cual garantiza disponibilidad, escalabilidad, integración, soporte las 24 horas del día, los siete días de la semana, mantenimiento continuo, seguridad y actualizaciones permanentes, situación que permite asegurar el cumplimiento de los acuerdos de niveles de servicio, Service Level Agreement, SLA, por sus siglas en inglés. Adicionalmente, se encuentra integrada con otras soluciones tecnológicas que robustecen el servicio. Esta solución es fundamental para el programa de Comunicación Social en modalidad híbrida (presencial – virtual), dado que es la herramienta que apalanca la formación para las asignaturas definidas en modalidad virtual.

Características:

- Confiabilidad – 99.9% SLA
- Rendimiento Optimizado
- Infraestructura de primera
- Monitoreo 24/7
- Parches de Seguridad Actualizados
- Respaldo automatizado
- Actualizaciones de entregas
- Escalabilidad a petición
- Metodología de Seguridad con Defensa a Profundidad.

OpenLMS es compatible con diferentes métodos de autenticación y metodologías de registro único, cuenta con la posibilidad de ofrecer Single Sign On, SSO, a través de Shibboleth, permitiendo una mejor experiencia con aplicaciones Web.

Además, la plataforma institucional cuenta con este servicio configurado con Azure, permitiendo el acceso mediante una única autenticación desde el Campus Virtual a diferentes herramientas institucionales como lo es el sistema académico, la biblioteca institucional y la misma Solución E-Learning. La Solución E-Learning tiene integrado el bloque denominado Conduit, que permite a los administradores de OpenLMS automatizar tareas e intercambiar datos entre sistemas de información de la universidad, haciendo que el proceso de renovación de los cursos y administración de usuarios sea rápido y fácil.

Los administradores pueden automatizar usuarios y tareas de administración, tales como inscripción de usuarios, creación de cursos y uso de plantillas predeterminadas, entre otras funciones. Conduit incluye servicios de internet para ayudar a la institución a mantener la información del usuario al día dentro sus sistemas. Los administradores también pueden importar y exportar archivos CSV, que son documentos en formato abierto sencillo, para representar datos en forma de tabla, eliminando errores de entrada de datos manuales.

Figura 38. Esquema del proceso de Conduit.



Fuente: Dirección Virtual, 2025.

Este bloque permite asignar campos de datos en un archivo CSV exportado a las tablas para que se sincronicen con OpenLMS basado en las reglas de configuración, integrándose con cualquier sistema que soporte consumo de servicios Web (requiere un certificado SSL), valores separados por comas (CSV) o una exportación XML, lo que permite la gestión de datos centralizada y una arquitectura de aprendizaje conectada.

- **Plataforma de video conferencias:** Cisco WebEx es una plataforma de videoconferencias web, que acerca a las personas desde cualquier parte del mundo y, además, ofrece una experiencia de enseñanza y aprendizaje en tiempo real, permitiendo la creación de vínculos más sólidos con video y audio de alta definición; a través de esta se pueden organizar reuniones en cualquier lugar o dispositivo protegiendo la privacidad de la información personal.

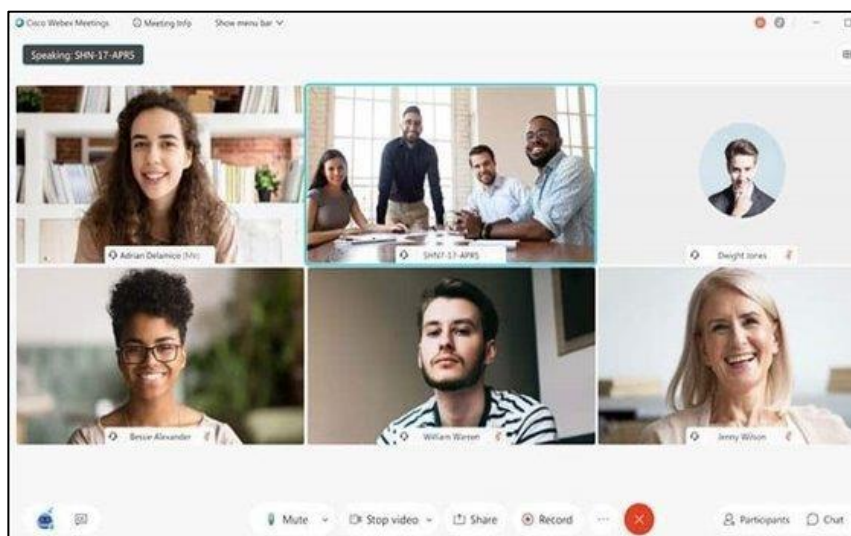
Esta aplicación facilita compartir pantalla y archivos en diversos formatos, lo que permite una interactividad constante de recursos entre los participantes. La mensajería es otro servicio que contempla el uso individual o grupal, organizado en torno a los flujos de trabajo que se puedan presentar. La interfaz incorpora controles para la reunión como son las salas individuales, los fondos desenfocados/ virtuales y más (Ver figura 39 Visual Webex).

Características:

- Se encuentra integrada a la interfaz de OpenLMS.
- Capacidad de hasta 1.000 participantes por sala.
- Creaciones de salones de encuentro.
- Grabación y descarga de sesiones en un mismo lugar.
- Facilidad para compartir y descargar archivos.
- Chat instantáneo con todos los participantes.
- Funciona en dispositivos móviles.
- Integrada como una actividad dentro de Open LMS.



Figura 39. Visual de Webex.



Fuente: Dirección Virtual, 2025..

- **Herramienta de analítica:** Intelliboard es una de las herramientas de informes y paneles de control que ofrecen una vista completa de los datos recopilados dentro de OpenLMS, para proporcionar información sobre los procesos de enseñanza y aprendizaje. A través de la integración de estas herramientas, se puede realizar un seguimiento de los resultados en tiempo real, comparar y analizar datos para ver dónde se requieren mejorar los procesos de aprendizaje, tomar decisiones basadas en datos e incluso programar informes para cuando los necesitemos.

Con más de cien informes disponibles de OpenLMS e Intelliboard, la capacidad para informar, evaluar y actuar es amplia. Estos informes extensos, especialmente diseñados, se elaboran considerando las necesidades de los docentes y cursos. Además, esta herramienta ayuda a mejorar el contenido de aprendizaje, identificar los participantes en riesgo e informar las intervenciones apropiadas. Puede mostrar, no solo contar, una historia con tablas y gráficos de fácil acceso que brindan una visualización de datos clara (Ver figura 40).

Características:

- Se encuentra integrada a la interfaz de OpenLMS.
- Realiza cálculos de medidas e ingresos a la plataforma.
- Estadísticas de inactividad.
- Estadísticas de duración en los cursos.
- Estadísticas de finalización de actividad.
- Análisis de acceso en los cursos.



Figura 40. Visualización Intelliboard



Fuente: Dirección Virtual, 2025.

Estas soluciones son administradas por la Dirección de Educación Virtual de UCompensar. Las mismas se encuentran contratadas en un modelo de software como servicio, SAAS, asegurando el cumplimiento de una disponibilidad basada en acuerdos de nivel de servicio (ANS-SLA). Cada una de ellas cuenta con un contrato vigente, con el proveedor de la solución.

- **Herramienta de prevención de plagio:** Turnitin Originality Check – Software de prevención de plagio. Está diseñado para apoyar el trabajo de los docentes y es utilizado para promover el respeto por los derechos de autor y la correcta aplicación de las reglas de citado en los documentos escritos. Esta solución es de gran valor para que los docentes guíen el desarrollo del pensamiento crítico (destreza que analiza y cuestiona la información, puntos de vista y conclusiones, para discernir qué es lo relevante y expresarlo clara y precisamente siguiendo una lógica imparcial) y la habilidad de la expresión por escrito, una aptitud altamente demandada por los empleadores.

Características:

- Reportes de similitud completos
- Puntaje de similitud que da confianza
- Filtros y exclusiones
- Manipulaciones al texto
- Borradores ilimitados

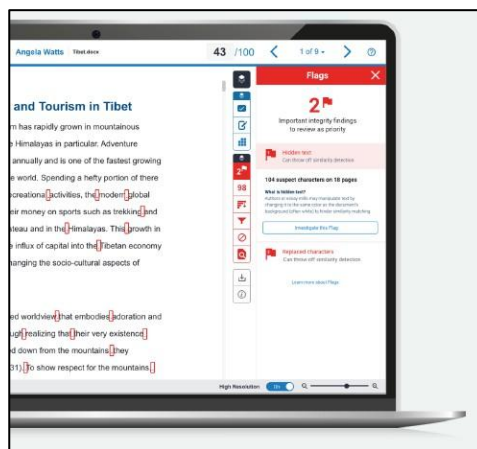
Contenido incomparable para la mejor verificación de similitud (Ver figura 41).

- Base de datos global de trabajos estudiantiles
- Archivo de internet
- Principales publicaciones académicas
- Repositorio privado





Figura 41. Visualización informe Turnitin.



Fuente: Dirección Virtual, 2025.

Soluciones de oficina

Se tiene contratada la suite de herramientas de oficina, Office 365, que cuenta con Outlook (correo y calendario), Word, Excel, PowerPoint, OneDrive y OneNote, entre otras. Esta solución se encuentra contratada bajo un modelo de Software como servicio, SAAS, asegurando el cumplimiento de una disponibilidad basada en acuerdos de nivel de servicio (ANS-SLA) con el proveedor de la solución. Además, este proveedor garantiza la actualización durante la vigencia contractual.

Cabe señalar que estas soluciones se encuentran cobijadas por el contrato del *Campus Agreement* – contrato de *Open Value Subscription*- que se maneja con *Microsoft* para todas sus soluciones. Los estudiantes, instructores y personal administrativo pueden descargar *Office 365* gratis, por el contrato firmado por *Microsoft*.

Plataforma de estudio autónomo para el aprendizaje de segunda lengua

La UCompensar cuenta con una solución para el apoyo a la enseñanza del idioma inglés, MyELT de National Geographic Learning. Esta solución tecnológica, sirve a los estudiantes para afianzar sus competencias en el manejo de esta lengua fuera del aula, como parte de las horas de estudio autónomo que propone el creditaje de sus asignaturas en segunda lengua. En modalidad virtual, esta solución cuenta con una integración LTI en Moodle y hace parte del desarrollo de los cursos de Inglés de la Fundación Universitaria Compensar.

En modalidad presencial, los estudiantes deben unirse al grupo que el docente les indique. En ambas modalidades el docente asigna el contenido por corte académico y revisa el avance del estudiante durante el semestre académico. Las temáticas de la plataforma están alienadas a los contenidos de los cursos y al MCER.

Solución de Aprendizaje de Inglés

La UCompensar cuenta con una solución para el apoyo a la enseñanza del idioma inglés, *MyELT*. Esta solución sirve a los alumnos para afianzar sus competencias en el manejo de una segunda lengua, es una solución SAAS. Todos los estudiantes que adquieren los libros guía acceden a esta solución. *MyELT* cuenta con contenido interactivo y con retroalimentación instantánea para que los estudiantes practiquen las cuatro habilidades fundamentales en el aprendizaje de una segunda lengua.





MIS - Mesa Integral de Servicio

La solución Mesa Integral de Servicio está implementada con la solución *GLPi*. Esta se encuentra en una infraestructura montada en el datacenter *Triara* de Claro (Datacenter TIER III), considerado como el mejor del país, contando con alta disponibilidad, *backup*, almacenamiento y contingencia.

Para el caso de los programas virtuales o en modalidad híbrida (Presencial – virtual) como es el caso del Programa de Comunicación Social en el marco de su proceso de Renovación del Registro Calificado, la MIS es la puerta de entrada de los estudiantes de programa virtuales o híbridos a la institución. Su gestión inicia con la asignación del correo electrónico, de las credenciales de acceso al campus virtual, notificando la creación de estas y sus condiciones de uso. Desde allí, se realiza la sincronización de los usuarios nuevos en la plataforma, a medida que se formaliza el proceso de matrícula a través del pago. Esto garantiza que el proceso de inicio sea eficaz y eficiente para el estudiante y que se desarrolle 100 % virtual. UCompensar cuenta con un contrato vigente con el proveedor de esta solución para Colombia, como consta en el Anexo 8.1.

8.1. Contrato MIS.

Esta es la aplicación donde se recopilan las solicitudes tecnológicas de los estudiantes, a través de ella se guarda el historial de los casos reportados. Los estudiantes deben enviar las solicitudes por correo a mesaservicio@UCOMPENSAR.edu.co o comunicándose al PBX de la institución para ser atendidos. La MIS cuenta con un portafolio de servicios y ANS para la gestión de los casos.

Figura 42. Flujo de atención de requerimientos de la Mesa Integral de Servicio



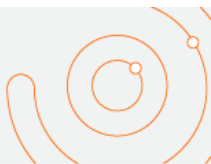
Fuente: Elaboración propia. 2025.

Herramientas específicas

A continuación, se presentan las herramientas tecnológicas utilizadas por la Facultad de Ciencias Sociales y Educación, de la cual hace parte el programa de Comunicación Social.

Tabla 98. Herramientas utilizadas por la Facultad Ciencias Sociales y Educación.

Herramienta	Licencia
ADOBE CREATIVE CLOUD	150
ADOBE MASTER COLLECTION	35 perpetuas
AUTODESK MAYA	Institucional
UNITY 3D	Educativa
MICROSOFT PROJECT	Licencia institucional
MICROSOFT VISIO	Licencia institucional
ATLAS TI	2 licencias
MATHEO ANALYZER	1 licencia
VERNIER LOGGER PRO	Licencia institucional
RSTUDIO	Licencia APGL V3 de código abierto



MAXIMA	Licencia GPL
TRACKER	Open Source
VENSIM PLE	Gratuito para uso educativo

Fuente: Elaboración propia, 2025

Software especializado para el programa

Según la naturaleza del programa de Comunicación Social y en concordancia con el plan financiero, a la fecha se cuenta con las siguientes licencias de software Tabla 99.

Tabla 99. Software especializado para el programa

Nombre	Tipo	Licencia
Suite Adobe	Software	Institucional
Blender	software	Institucional
3D Max	software	Institucional
Maya	software	Institucional
Rhino	software	Institucional

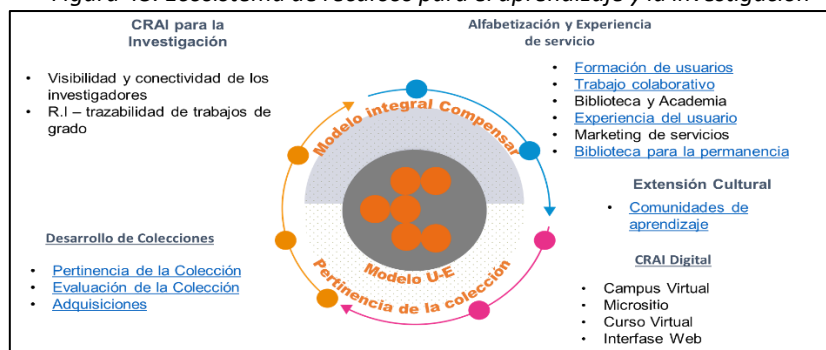
Fuente: Elaboración propia, 2025.

Recursos bibliográficos físicos y digitales

La Fundación Universitaria Compensar tiene un Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación – CRAI que estimula y promueve el acceso a recursos de información que sirven de soporte a la docencia y fomentan la investigación usando las nuevas tecnologías, para servir de puente entre docentes, bibliográficos y el estudiante, en el proceso de formación profesional, y contribuir al cultivo del intelecto, promoviendo actividades científicas y académicas con la comunidad educativa.

El CRAI apoya las funciones de docencia, investigación y extensión a través de un conjunto de acciones académicas, administrativas y culturales encaminadas a seleccionar, adquirir, organizar, almacenar y difundir los recursos bibliográficos, que faciliten a los usuarios el acceso a la información y el proceso de transformación y generación de nuevo conocimiento. Depende de la Dirección Administrativa y tiene una estructura conformada por profesionales y personal de apoyo dedicado a la atención de los procesos relacionados con el manejo de recursos bibliográficos, hemeroteca, bases de datos especializados y actividades culturales, de alfabetización, investigación y extensión.

Figura 43. Ecosistema de recursos para el aprendizaje y la investigación



Fuente: CRAI 2025

En la sede Bogotá, el CRAI sirve de lunes a viernes de 7:00 a 10:00 p.m., y los sábados de 8:00 a.m. a 1:00 p.m. Igualmente, todos los servicios virtuales y el acceso a las colecciones electrónicas están disponibles 24 horas, cada día de la semana. Como parte de los servicios que presta el CRAI a sus usuarios, se tienen los siguientes:

- Consulta en sala
- Referencia digital y especializada
- Catálogo en línea
- Novedades bibliográficas
- Referencia y orientación a usuarios
- Asesoría virtual
- Préstamo y devolución de libros externo y a domicilio
- Préstamo interbibliotecario
- Alerta de vencimiento
- Formación de usuarios (presencial o virtual)
- Préstamo de equipos de cómputo (por 2 horas)
- Préstamo de espacios (salas grupales y espacios de grabación)
- Cartas de presentación
- Extensión a la comunidad

Para la prestación de los servicios disponibles, el CRAI cuenta con la siguiente infraestructura: 7 puestos de trabajo, 28 puestos de lectura, 34 equipos de cómputo, 20 computadores portátiles, 2 tablet, 1 cámara fotográfica, 2 aros de luz, 4 televisores. 1 video beam, 1 impresora, y 5 Lectores de códigos de barra; adicionalmente cuenta con los siguientes espacios: sala de estudio, sala de trabajo en grupo, sala de formación, sala de grabación, plazoleta CRAI, los cuales sirven de apoyo a la comunidad académica e investigativa de la Institución.

Actualmente, el CRAI tiene 26 convenios interbibliotecarios con los que los usuarios pueden consultar y solicitar en préstamo las colecciones de otras instituciones y viceversa; además tiene vínculos institucionales con la Red de Bibliotecas Universitarias del Meta, con la mesa sectorial de bibliotecas del SENA, y se gestionan la ampliación de estos vínculos mediante la afiliación a IFLA (Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas).

En lo que a colecciones de material bibliográfico se refiere (físicas y digitales), el acervo bibliográfico del CRAI se tiene organizado a través de las siguientes colecciones:



Colección general, conformada por bibliografía básica y complementaria. Estas se componen de libros que apoyan los programas de estudio, investigación y soporte administrativo de todas las áreas académicas de la Institución. Consulta en sala y préstamo externo.

Referencia, constituida por material bibliográfico de rápida consulta como enciclopedias, diccionarios y atlas. Consulta en sala

Hemeroteca, integrada por publicaciones seriadas tales como periódicos, revistas, informes, boletines y folletos. Su edición se realiza en intervalos de tiempo (diario, semanal, mensual, anual o irregular).

Colección audiovisual, conformada por materiales en formato de Disco Compacto (CD), DVD, mapas, globos terráqueos, microfichas, entre otros. Son colecciones especiales que por sus características físicas requieren de equipos para su consulta. Consulta en sala y/o préstamo externo.

Bases de datos y libros digitales, integrada por recursos bibliográficos digitales tales como libros, publicaciones periódicas, presentados en texto completo o referencial. Consulta a nivel local o remoto.

Trabajos de grado, disponibles para consulta en el repositorio digital o a través de consulta mediante referenciación en el catálogo bibliográfico.

Con los procesos de gestión de colecciones definidos por el CRAI, se garantiza que los recursos bibliográficos disponibles se desarrollen de manera organizada y justificada para que el acervo bibliográfico y documental con que se cuenta esté acorde y satisfaga las necesidades de información de los usuarios en cuanto a calidad, accesibilidad, actualización, pertinencia y suficiencia.

Actualmente, la Facultad de Ciencias Sociales y de la Educación dispone de 22.499 recursos digitales, entre libros, artículos, materiales multimedia y referencias bibliográficas, los cuales pueden ser consultados tanto de forma local como remota. El uso y actualización de recursos se garantizan mediante su referenciación en la construcción y revisión semestral de los syllabus y en las planeaciones didácticas, procesos en los que participan activamente los docentes. De esta manera, se asegura la utilización de bibliografía vigente, pertinente y alineada con los Resultados de Aprendizaje definidos para cada asignatura. A continuación, se presentan los recursos bibliográficos que apoyan el desarrollo del programa de Comunicación Social.

▪ Accesibilidad de los recursos

Los recursos bibliográficos se encuentran disponibles físicamente en diferentes soportes para ser consultados por los usuarios que se encuentren registrados en el sistema, los recursos digitales se pueden consultar a nivel local y remoto, por todos los usuarios vinculados a U. Compensar a través del portal principal <https://ucompensar.edu.co/> aplicativos o estudiantes y Campus Virtual, como se puede apreciar en la siguiente figura 44.

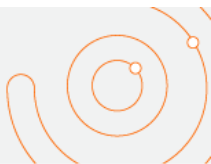
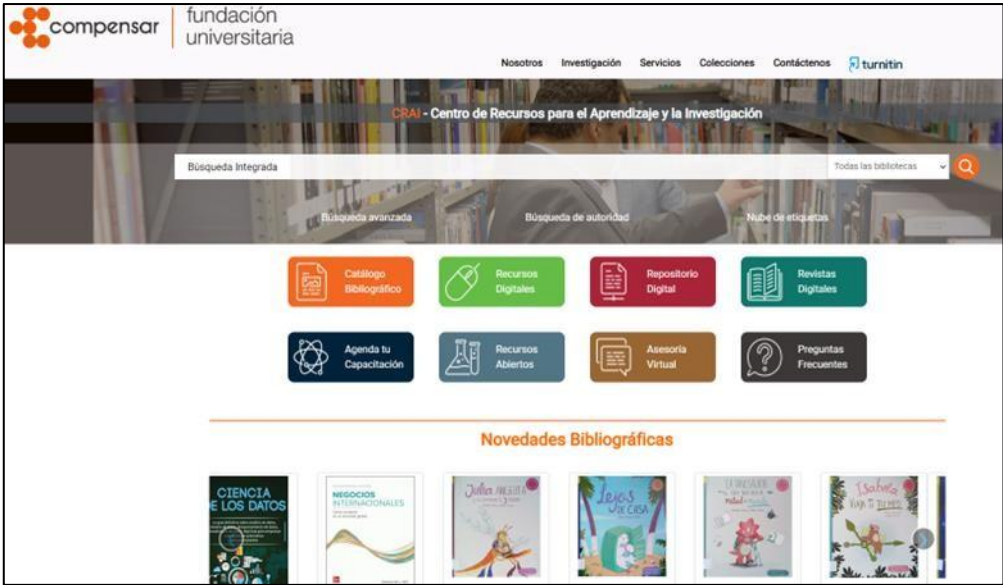


Figura 44 Accesibilidad a recursos.



Fuente: CRAI 2025

A continuación, compartimos las credenciales de ingreso al centro de recursos para el aprendizaje y la investigación.

Usuario: paresacademicos@ucompensar.edu.co **Clave:** Put29565

Ahora, se presenta una relación de los recursos bibliográficos que apoyan el desarrollo del programa.

Tabla 100. Disponibilidad los Recursos Bibliográficos Fundación Universitaria Compensar.

Recursos de Información	2019		2020		2021		2022		2023		2024-1	
	Bogotá		Bogotá		Bogotá		Bogotá		Bogotá		Bogotá	
	Tit	Vol	Tit	Vol	Tit	Vol	Tit	Vol	Tit	Vol	Tit	Vol
Libros	10.641	15.940	10.696	16.017	9.105	15.184	9.105	15.184	9.228	15.549	9.401	15.635
Informes, monografías, tesis	3.320	3.538	3.463	3.696	3.649	3.888	3.649	3.888	362	362	362	362
Publicaciones periódicas Revistas	-	-	436	6.820	68	1.479	68	1.479	68	1.479	68	1.479
Medios audiovisuales	156	254	692	1.267	713	1.270	713	1.270	713	1.270	713	1.270
Libros Electrónicos	135.365	135.365	178.659	178.659	295.698	295.698	318.861	318.861	410.598	410.598	419.942	419.942
Software Especializado	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
Bases de datos	11	11	13	13	13	13	14	14	15	15	15	15
TOTAL	149.496	155.111	193.962	206.475	309.250	317.536	332.414	340.700	420.988	429.277	430.505	438.707

Fuente: Plataforma de Gestión Bibliotecaria – KOHA.



Compra, donación, renovación, y sustitución por pérdida

Los procesos de renovación o sustitución, se llevan a cabo conforme al presupuesto, donde se toma la decisión de la adquisición de los materiales bibliográficos del CRAI, como las bases de datos de recursos digitales, las publicaciones periódicas o revistas, además de libros digitales e impresos.

Para el caso puntual de las bases de datos, su pertinencia para los diferentes programas académicos, estadísticas de uso, son criterios para tomar decisiones en relación con la renovación para el siguiente año. Para las nuevas adquisiciones, física o digital, se consideran las solicitudes de los docentes y directores de programa, verificando las ofertas de los proveedores y las posibles donaciones de libros de varias instituciones.

Cualitativas: de acuerdo con las necesidades de los programas garantizando la alta calidad de la información, teniendo en cuenta: autoridad, actualidad, pertinencia, impresión, encuadernación o formatos digitales.

Demanda: según el uso del material y la selección conforme a los programas, también se tienen en cuenta las solicitudes de los usuarios.

Cuantitativas: según las necesidades y el presupuesto para el año en curso, la adquisición se realiza en cantidades de ejemplares de un mismo título o la cantidad de títulos solicitados por los programas.

Acciones para el incremento de recursos bibliográficos

Se tiene un presupuesto destinado para la adquisición de recursos bibliográficos físicos y digitales, como también la renovación de publicaciones periódicas y bases de datos. El presupuesto se distribuye para los diferentes programas académicos. Dicho incremento se genera por medio de tres acciones a saber: Adquisición de recursos bibliográficos impresos y digitales, incremento de recursos a través de la modalidad de *Canje* e incremento de recursos a través de la modalidad de donación.

Catálogo Bibliográfico o Catálogo en Línea

La búsqueda y optimización de los recursos se hace mediante KOHA, software donde se trabajan los procesos de gestión de colecciones, análisis de información, catalogación y clasificación de los recursos bibliográficos; además, este sistema permite controlar usuarios, préstamos, devoluciones, renovaciones inventarios, informes o reportes de material bibliográfico e información básica; novedades bibliográficas, procesos que se pueden realizar con acceso local y remoto.

Esta solución se encuentra contratada un modelo de software como servicio, *SAAS*, asegurando el cumplimiento de una disponibilidad basada en acuerdos de nivel de servicio en hosting 7/24 (**ANS-SLA**) con el proveedor de la solución, se cuenta con un contrato (ver *Anexo 8.1 Contratos medios educativos*). En la Tabla 101 se pueden observar las estadísticas de consulta de Recursos impresos y digitales en el CRAI.



Tabla 101. Estadísticas de Consulta Recursos Digitales e Impresos CRAI

ESTADÍSTICAS DE CONSULTA RECURSOS IMPRESOS Y DIGITALES CRAI FUNDACIÓN UNIVERSITARIA COMPENSAR 2019 - 2023					
Recurso	2019	2020	2021	2022	2023
AlphaCloud	7.581	8.152	13.837	6.982	4.416
Ambito Juridico	0	0	664	578	272
Arancel	2.574	26.127	10.976	13.733	60.785
Biblioteca Digital ECOE	4.154	19.065	5.896	4.710	3.483
Dextra	0	550	111	396	2.033
ebooks 7-24	49.773	81.057	21.487	21.650	22.538
ebscohost	60.538	39.560	18.383	16.404	16.166
E-libro	156.097	166.211	63.162	52.600	40.216
eLibro English	0	0	2.115	239	100
EMIS	0	185	284	3.524	4.484
Gale Generico	0	3.152	812	739	209
JSTOR	0	0	0	0	542
Kinesis	0	565	78	65	454
LegisComex	2.505	3.086	3.543	4.197	3.042
legismovil	647	1.167	670	231	0
magisterio	5.377	11.255	4.822	2.013	1.098
McGraw Hill	0	1.094	133	496	2.260
multilegis	2.341	2.232	731	574	282
nueva legislacion	669	0	0	0	0
Odilo	0	392	3.866	4.745	6.392
OverDrive	0	158	60	0	0
Pearson	2.560	13.366	3.727	711	2.460
Xperta - Legis	328	4.391	3.232	2.184	1.421
Recursos físicos	9184	1237	1474	20659	30831
Total general	304.328	383.002	160.063	157.430	203.484

Fuente: CRAI - U. Compensar, 2025.

Según la naturaleza del programa y su trayectoria, hay que detallar los recursos con los que cuenta para el desarrollo de sus procesos formativos.

Tabla 102. Disponibilidad Títulos por Área de Conocimiento Programa de Comunicación Social.

SEMESTRE	ASIGNATURA	Títulos físicos	Ejemplares físicos	Títulos Digitales
1	Diseño Básico I	360	531	48
1	Pensamiento Lógico Matemático	35	80	310
1	Constitución, Paz y Democracia	71	147	28
1	Lectura e Interpretación de Textos	28	49	8
1	Contexto y Realidad Organizacional	25	54	45
1	Fotografía y Realidad	24	36	108
2	Creación Audiovisual	62	93	23
2	Estadística	4	13	13



2	Redacción	33	44	65
3	Comunicación Organizacional	116	224	5
3	Géneros Periodísticos	23	28	9
3	Sociología	116	224	5
4	Introduction to English	67	207	9
4	Diseño Digital II	99	175	6
4	Elementary I	67	207	9
4	Storytelling y Nuevas Narrativas	42	67	132
5	Elementary II	67	207	9
5	Investigación Cualitativa	14	33	69
5	Eventos y protocolos	25	54	45
5	Públicos y Relaciones Públicas	51	120	19
6	Comunicación para el Cambio Social	18	29	64
6	Comunicación Estratégica de Marketing	44	70	11
7	Pre - Intermediate I	67	207	9
7	Prospectiva y Planificación de la Comunicación	51	120	19
7	Pre - Intermediate II	67	207	9
7	Investigación Cualitativa	31	64	64
7	Gestión de redes y posicionamiento digital	23	28	9
8	Proyectos Estratégicos	41	65	103
8	Gestión del Valor Compartido	42	60	330
8	Diseño y Evaluación de Proyectos Sociales	83	166	166
TOTAL		1657	3609	1749

Fuente: Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación - CRAI.

Tabla 103 Uso de Recursos Electrónicos (BD) Programa Comunicación Social

Recurso Digital	2019	2020	2021	2022	2023	2024
AlphaCloud	107	54	82	46	75	81
Ambito Juridico	0	0	0	4	1	0
Arancel	2	32	10	0	0	0
Biblioteca Digital ECOE	47	111	34	18	14	1
Dextra	N/A	N/A	1	0	28	7
Ebscohost	976	476	215	661	208	17
Ediciones de la U	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	2
E-Libro	3493	906	481	408	519	256
EMIS	N/A	2	1	2	5	1
JSTOR	N/A	N/A	N/A	N/A	8	3
Kinesis	N/A	N/A	N/A	N/A	7	3
LegisComex	13	5	3	4	4	0
Legismovil	4	11	11	4	N/A	N/A
Magisterio	57	44	87	8	12	2
McGraw Hill	N/A	1	0	1	46	4
Multilegis	16	6	5	3	2	0
Odilo	N/A	17	225	115	256	61





Pearson	38	67	51	1	46	1
Xperta - Legis	2	10	9	1	1	0

Fuente: Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación - CRAI. Información a junio de 2024

Para agilizar los procesos de acceso, búsqueda y optimización de los recursos de información impresos, se dispone del software de gestión bibliotecaria KOHA, que gestiona procesos de análisis, clasificación y catalogación de todos los recursos bibliográficos; cuenta con control de usuarios, transacciones de préstamos, devoluciones, reservas, renovaciones, préstamos, control de sanciones o multas, control de publicaciones periódicas inventarios, informes, novedades, catálogo en línea, módulo público de acceso, información básica y avanzada de todos los recursos bibliográficos.

Igualmente se cuenta con los softwares EZproxy y LookProxy, como herramientas complementarias para la autenticación de usuarios, recopilación y análisis de estadísticas de uso de bases de datos y recursos electrónicos disponibles. El acceso a estos aplicativos es 24/7 a nivel local y remoto.

Tabla 103. Estadísticas de Uso de los Recursos Bibliográficos Disponibles Programa Comunicación Social

Consulta material bibliográfico Digital					
Año	Estudiante	Graduado	Docente	Administrativo	Total Consultas
2019	2.553	33	2.232	234	5052
2020	1.276	7	459	108	1850
2021	891	107	418	3	1419
2022	1.282	4	180	0	1466
2023	1.032	0	540	7	1579
2024	558	0	151	0	709

Fuente: Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación - CRAI. Información a junio de 2024.

En el marco de la formación integral y habilidades para la vida, se cuenta con un programa de Alfabetización informacional para la comunidad universitaria organizado en tres niveles (Nivel I: Descubre tu CRAI, Nivel II: Búsqueda y recuperación de información especializada y Nivel III: Gestores bibliográficos), el cual tiene por objetivo formar a los usuarios del Centro en habilidades digitales para la búsqueda y selección de recursos bibliográficos.

Finalmente, se relaciona en la tabla 104, el monto de la inversión financiera que durante los últimos años UCompensar ha efectuado para la compra y renovación de los recursos bibliográficos en diferentes formatos que apoyan el desarrollo programa.

Tabla 104. Plan de inversión en Recursos Bibliográficos

Consulta material bibliográfico Digital					
Año	Estudiante	Graduado	Docente	Administrativo	Total Consultas
2019	2.553	33	2.232	234	5052
2020	1.276	7	459	108	1850
2021	891	107	418	3	1419
2022	1.282	4	180	0	1466
2023	1.032	0	540	7	1579
2024	558	0	151	0	709

Fuente: Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación - CRAI. Información a 2025.

A continuación, se relaciona el monto de la inversión financiera que durante los últimos años UCompensar ha efectuado para la compra y renovación de los recursos bibliográficos del Programa de Comunicación Social.





Tabla 105. Inversión Institucional Efectuada en Recursos Bibliográficos para el programa Comunicación Social

Recurso	Libros	Bases de datos	Total
2019	-	-	-
2020	-	-	-
2021	\$254.154	\$6.922.749	\$ 7.176.903
2022	\$158.841	\$9.134.124	\$ 9.292.965
2023	\$5.518.138	\$11.084.173	\$ 16.602.311
2024	\$6.812.506	\$12.448.560	\$ 19.261.066

Fuente: Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación - CRAI. Información a junio de 2025.

La Fundación Universitaria Compensar, a través de su programa de Comunicación Social, cuenta con una dotación integral de ambientes de aprendizaje que incluye tanto espacios físicos como plataformas virtuales, diseñados para apoyar los procesos formativos, de investigación, innovación y creación artística, cultural, y de extensión.

En los ambientes físicos, las aulas están equipadas con computadores, televisores, y software especializado para los requerimientos en la formación de comunicadores sociales. Estos espacios incluyen acceso a programas para la edición de audio, de video, animaciones digitales, diseño web etc. lo que fomenta la innovación y el aprendizaje práctico.

En cuanto a los recursos bibliográficos y plataformas tecnológicas, la universidad tiene una biblioteca física y bases de datos digitales accesibles para estudiantes y profesores, esenciales para la investigación y el desarrollo académico. Estas bases de datos ofrecen recursos actualizados y relevantes para el campo De la comunicación y sus tendencias, contribuyendo así al crecimiento académico y la innovación en los proyectos de los estudiantes.

Para los programas en modalidad virtual y para el caso particular, en modalidad híbrida (presencial – virtual), se utiliza la plataforma Webex, que garantiza una experiencia educativa eficiente y fluida. Los estudiantes pueden acceder a sus clases en tiempo real, participar en actividades interactivas y mantener comunicación continua con los docentes, asegurando que el aprendizaje no se vea interrumpido. Además, se utilizan herramientas de gestión del aprendizaje, como campus virtuales accesibles a través de la plataforma universitaria, permitiendo a los estudiantes acceder a materiales, foros y recursos educativos a distancia. Esta información es importante para el programa de Comunicación Social en modalidad híbrida, ya que da cuenta de la existencia de recursos para el desarrollo de sus procesos formativos tanto en la modalidad presencial, como en la modalidad virtual.

8.2. Medios educativos y resultados de aprendizaje

En el programa de Comunicación Social de la Fundación Universitaria Compensar, los medios educativos son fundamentales para lograr los resultados de aprendizaje. La infraestructura física y virtual de la universidad, junto con el acceso a herramientas tecnológicas avanzadas, asegura que los estudiantes desarrollen las competencias necesarias para enfrentar los desafíos del entorno laboral, social, cultural, tecnológico en el marco del campo de la comunicación. Los **espacios de aprendizaje**, tanto físicos como virtuales, están equipados con **computadores, software especializado y plataformas interactivas**, que permiten a los estudiantes aplicar sus conocimientos en proyectos de diversas características, especialmente, aquellos dirigidos a la línea de formación en generación de contenido multiplataforma periodísticos y corporativos, los cuales implican la integración de transmedialidad, textos, gráficos, recursos como sonido y video, narrativas inmersivas entre otros. De esta manera, se fomenta una **experiencia de aprendizaje inmersiva y significativa** que fortalece el desarrollo de habilidades técnicas, narrativas y creativas, esenciales para los profesionales de la comunicación.



8.3. Medios educativos y barreras de acceso

La Fundación Universitaria Compensar cuenta con una política de inclusión y diversidad que promueve la equidad, la interculturalidad y multiculturalidad, la pertinencia, la diferencia y la participación de todos los integrantes de la comunidad universitaria, mediante actividades pertinentes orientadas al desarrollo humano. Esta política se acoge a las disposiciones normativas de carácter nacional y demás disposiciones aplicables en esta materia (Ver Anexo 8.2 Política de Inclusión).

En este sentido, la política de inclusión y diversidad ha definido una serie de estrategias para el logro de sus objetivos, precisando las distintas etapas, factores y personas involucradas en su desarrollo y afianzamiento. Aquellas relacionadas directamente con los medios educativos son:

Caracterización: Identificar la población de manera que se promueva el desarrollo de actividades orientadas hacia la inclusión y la diversidad. En esta perspectiva, la institución ha ejecutado acciones que, según la caracterización poblacional, lleva a la participación de la comunidad educativa, en algunos casos en interacción con comunidades externas.

Tabla 106. Actividades de inclusión del Programa de Comunicación Social

Resultados	Actividad	Medios educativos utilizados
Formar líderes sociales de la iniciativa UPaz como sujetos territoriales	Diplomado	Herramienta TEAMS
Talleres de formación Radio Escolar y Comunicación Audiovisual Colegios Distritales y privados, Jorge Eliécer Gaitán Gimnasio Neogranadino La radio en el colegio 'La Nuestra' Jaime Pardo Leal (Articulado Investigación)	Talleres	Cámaras, micrófonos
Compecer – PNUD Diplomado en “Comunicación Asertiva para el relacionamiento estratégico”	Diplomado	Emisora UCompensar Stereo Cámaras Micrófonos Luces Base de recursos bibliográficos (Físicos)
Cine foro ABC de Género	Cine foro	Auditorios Video beam
Semana por la Paz (Arropamos la Vida con Dignidad)	Evento	Cámaras, TV Parlantes Maloka
Red de reporteros FIDES	Evento Compensar	Micrófonos Emisora portátil Cámaras
PIC Estrategia Comunicativa Participativa: Un día para soñar ICBF	Talleres	Cámaras y micrófonos
Instalación de UserWay Mejor interacción en la Solución E-Learning	Mayor accesibilidad a los contenidos para personas con condiciones particulares.	Solución E-Learning
2.526 participantes (Dato Institucional)	Caracterización población diversa y variables de vulnerabilidad	Encuesta
Participación en 3 foros organizados por la Dirección de Bienestar.	Foros de Inclusión y Diversidad	Presencial / Teams

Fuente: elaboración propia, 2025.



compensar

fundación
universitaria



Ahora bien, la UCompensar cuenta desde 2023 con un programa de formación en tres niveles para formar a los usuarios en habilidades digitales para la búsqueda y selección de recursos bibliográficos. La contingencia por la Covid-19 ha permitido también reducir barreras de acceso en términos de tiempo y espacio, porque se establecen canales para ofrecer mayor cobertura de este programa utilizando diferentes plataformas virtuales como Microsoft Teams o Zoom. La alfabetización se puede solicitar a través del formulario [“agenda tu capacitación”](#). Así mismo, se avanza en la publicación de un boletín estadístico que muestra la trazabilidad de las consultas y uso de los recursos, para que, en conjunto con las direcciones de programa, se definan estrategias para promover su uso. Con eso, se realizan premiaciones a los docentes y estudiantes por su alto índice de consulta.

Adicionalmente, la institución divulga las actividades y los lineamientos relacionados con la inclusión y la diversidad, a través de canales electrónicos para promover la participación y el acceso amplio a estos espacios.

Comunidad educativa: Desarrollo de planes y programas basados en información relevante y pertinente, de manera que la comunidad educativa tenga acceso al conocimiento y opciones de participación alrededor del respeto a la diferencia, la equidad, tolerancia y buen trato para propiciar acciones institucionales de inclusión.

Trayectoria del programa en actividades de bienestar

Los espacios de bienestar proyectados por la UCompensar favorecen la formación integral y el desarrollo humano de los estudiantes que forman parte de la institución. Así mismo, buscando la relación constante con nuestra población, se realizan campañas de divulgación por canales institucionales con estas actividades que se plantean semestralmente. A continuación, se presenta la participación de los estudiantes del programa de Comunicación Social detallada por cada actividad desarrollada (Ver Tabla 107)

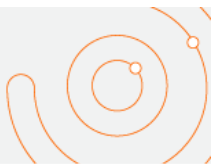
Tabla 107. Resultados participaciones del programa en actividades de Bienestar.

Servicio o programa	Participaciones estudiantes Comunicación Social				
	2019	2020	2021	2022	2023
Salud y prevención	19	41	66	54	17
Vida académica	4	9	44	70	6
Recreativo deportivo	13	7	6	19	35
Desarrollo humano	58	7	7	0	17
Cultural y artística	0	11	0	0	5
Gestión de graduados	13	25	40	68	2
Promoción socioeconómica	0	0	3	0	0
Desarrollo Humano	0	0	1	21	0

Fuente: elaboración propia, 2025.

Proyección social: Esta estrategia se basa en el desarrollo de alianzas orientadas a la mejora de la calidad de vida de las comunidades vulnerables, buscando impactar positivamente sus entornos personales y familiares. En el marco de las alianzas estratégicas, la comunidad académica de UCompensar ha organizado y participado de actividades de proyección social





orientadas a fortalecer grupos sociales en condición de vulnerabilidad. Entre los resultados más significativos se encuentran:

Tabla 108. Actividades de proyección social con grupos sociales en condición de vulnerabilidad

Actividad	Objetivo	Medio
Jornada de capacitaciones en emprendimiento y empleabilidad	Fortalecer en egresados y graduados competencias que favorezcan el emprendimiento y la búsqueda de nuevas y mejores oportunidades laborales	Plataforma Teams
Aspectos básicos de los derechos conexos	Contextualizar los aspectos básicos que se deben tener en cuenta de los derechos conexos	Plataforma Teams
Día de los pueblos indígenas	Conmemorar la cultura, tradición y saberes ancestrales como el tesoro de nuestra nación	Plataforma Teams
Conversatorio en conmemoración del Día Nacional por la dignidad de las Mujeres víctimas de violencia sexual	Socializar acerca de la temática: Cuerpos – territorios – juventudes: para que no se repita	Plataforma Teams
Semana por la Paz	Coser la colcha de retazos más cálida, múltiple y diversa que sea posible, para arropar personas, comunidades, territorios, espacios que necesitan sentir que como colombianas y colombianos, arropamos la vida con dignidad y esperanza.	Presencial Campus UCompensar

Fuente: elaboración propia, 2025

Otras estrategias: Sumados a los anteriores recursos, UCompensar, cuenta con la APP “alza la mano” la cual brinda a los estudiantes que lo requieran apoyo en su proceso de aprendizaje a través de acompañamiento y tutorías personalizadas. El acceso a la aplicación es a través de la página institucional como se puede visualizar en la siguiente imagen (Figura 45).

Figura 45. APP “Alza la Mano”



Fuente: UCompensar, 2025.

Uso de plataformas complementarias de aprendizaje: La institución cuenta con plataformas tales como Myelt y National Geographic Learning, que favorecen el aprendizaje autónomo y garantizan su disponibilidad permanente, haciendo que los usuarios que puedan tener alguna condición especial de movilidad tengan acceso remoto y puedan hacer uso efectivo de estos recursos. Cabe resaltar que, para garantizar el uso y acceso a los medios educativos, la institución cuenta con el acondicionamiento de su planta física y de acceso a los recursos digitales que dan cumplimiento a las disposiciones sobre esta materia. En este sentido, la biblioteca y las salas de cómputo cuentan con condiciones de acceso que favorecen la



movilidad de las personas con discapacidad, así como con recursos complementarios como baterías de baños ajustados a estas características.

Otros Avances:

Como parte del fortalecimiento de la política de inclusión y diversidad, la Institución, actualmente, adelanta dos convenios:

- Biblioteca Virtual del INCI - Instituto Nacional para Ciegos
- FENASCOL para implementar el Centro de Relevos para la atención en el momento en que se requiera de personas con discapacidad auditiva.

Adicionalmente, se está gestionado una videoteca compuesta de Videotutoriales con Close Caption para personas sordas y audio para personas ciegas.

De acuerdo con la información presentada, el programa de Comunicación Social de la UCompensar cuenta con estrategias para garantizar que los medios educativos atienden las barreras de acceso y las particularidades de las personas que requieran de ajustes razonables, de acuerdo con la normatividad vigente.

8.4. Formación del usuario

Asesorías y Capacitaciones

La institución realiza asesorías y capacitaciones para garantizar que los medios educativos atienden las barreras de acceso y las particularidades de las personas que requieran de ajustes razonables. Las asesorías para capacitar a los usuarios en los medios educativos se realizan virtualmente, favoreciendo la participación de los miembros de la comunidad educativa, ya que no es necesario el desplazamiento a la institución. A través de la página se accede a esta asesoría

<https://unipanamericanaeduco.sharepoint.com/Portal%20MiPana/SitePages/Biblioteca.aspx>.

Este servicio puede ser solicitado por cualquier usuario en calidad de docente, estudiante o administrativo; en este se informa de los servicios con que cuenta el CRAI y la utilización adecuada de sus recursos tanto impresos como digitales; de igual forma, se efectúan capacitaciones a nivel masivo o grupal a estudiantes, docentes y administrativos. Dicho espacio de formación de usuarios o capacitación de usuarios se puede efectuar de modo presencial o virtual mediante la herramienta de Microsoft Teams, previo agendamiento a través del correo crai@ucompensar.edu.co

Tabla 109. Estadística de Asistencia a espacios de Formación CRAI

Estadísticas de Participación de Espacios de Formación CRAI por Facultad 2019- 2023														
FACULTAD	Bogotá					Meta					Virtual			
	2019	2020	2021	2022	2023	2019	2020	2021	2022	2023	2020	2021	2022	2023
Escuela de Negocios	2773	748	434	761	797	37	156	0	94	84	502	248	466	1401
Facultad de Ciencias Sociales y de la Educación	1851	107	224	552	524	54	170	87	54	18	68	32	0	386
Facultad de ingeniería	1011	112	117	179	1082	40	96	0	4	81	145	8	3	684
Administrativos y Docentes	292	223	357	781	245	3	109	90	15	8	109	3456	21	54





Total de Usuarios Capacitados por Año	5927	1190	1132	2273	2648	134	531	177	167	191	824	3744	490	2525
Total por SEDE											Virtual			
	13.170					1.200					7.583			
Gran Total	21.953													

Fuente: CRAI – U. Compensar.

Nota: El número de formados aumenta por el curso virtual del CRAI "Alfabetización Informacional" que se lanzó entre septiembre y octubre del 2023, alcanzando una participación de 1.293 usuarios únicos quienes culminaron en un 100% el curso.

- **Formación de usuarios en sistemas de información**

Este servicio puede ser solicitado por cualquier usuario, ya sea docente, estudiante o personal administrativo. A través de este, se brinda información sobre los servicios disponibles en el CRAI y el uso adecuado de sus recursos, tanto impresos como digitales. Además, se ofrecen capacitaciones en grupo para estudiantes, docentes y administrativos. Estas formaciones pueden llevarse a cabo de manera presencial o virtual, utilizando la plataforma Microsoft Teams, previa programación mediante el correo crai@ucompensar.edu.co.

Formación de usuarios virtualidad

1. Capacitación docentes-tutores: dentro del modelo de selección, cualificación y permanencia de docentes-tutores virtuales de la institución se incluye un proceso de actualización permanente en donde, a través de charlas por la plataforma WebEx, implementada a nivel institucional desde 2021- se realizan encuentros sincrónicos con expertos frente a temas asociados con la modalidad, tales como Curación de contenidos, Estrategias de aprendizaje, Gestión del conocimiento, Facilitación del aprendizaje autónomo y Facilitación del trabajo colaborativo. Esta información de estrategias institucionales de formación en la virtualidad, son fundamentales para la Renovación del Registro Calificado del programa de Comunicación Social, dado que se contempla el programa en modalidad híbrida (presencial – virtual) y con dichas estrategias, se hace evidente que la UCompensar y el programa ya cuentan con insumos significativos para el desarrollo del programa en esta modalidad.

2. Capacitación estudiante: a nivel institucional, al inicio de cada periodo académico, se genera un espacio de capacitación para los estudiantes mediante una videoconferencia a través de la herramienta WebEx. Ésta tiene como propósito contextualizar los procesos de la Dirección de Educación Virtual, Dirección de Tecnologías de la Información, el área de Admisiones y Registro y de Bienestar Universitario que se describen a continuación:

- **Dirección de Educación Virtual:** tiene por objetivo brindar información sobre el modelo de educación virtual, la disposición del semestre a partir de dos momentos de formación cada uno de ocho semanas, además de la estructura de los cursos en plataforma, entre los cuales se reconocen los siguientes elementos: syllabus, planeación didáctica, contrato pedagógico, foros, recursos, actividades, entre otros. Por otra parte, se tienen en cuenta el proceso de evaluación y la división de los tres momentos evaluativos que corresponden al 20%, 35% y 45% respectivamente, donde el curso será aprobado con una nota igual o superior a 3.0. Finalmente, se explica el proceso de tutoría virtual, enfatizando en el calendario académico, los tiempos de respuesta por parte del docente, el desarrollo de los encuentros sincrónicos y los canales de comunicación disponibles a nivel institucional.



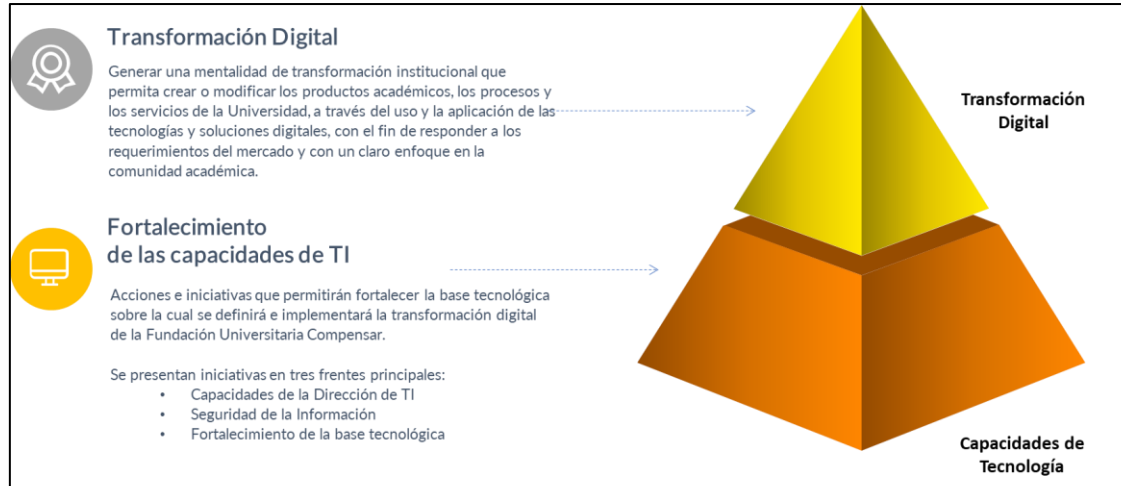
Adicional, los estudiantes realizan un proceso de formación a partir del curso mi experiencia virtual, donde apropia conocimientos tecnológicos, administrativos y académicos que le permiten desarrollar habilidades para la gestión de su proceso en la virtualidad.

8.5. Plan de mantenimiento, actualización y reposición para los próximos 7 años

La Fundación Universitaria Compensar desarrolla anualmente las actividades de mantenimiento, actualización y reposición de la infraestructura física y tecnológica en sus distintas sedes. En este sentido, desde el año 2019 UCompensar ha implementado el plan estratégico de tecnología, el cual es revisado anualmente por el Comité Estratégico de TI. Este plan cuenta, entre otros, con un proyecto de renovación tecnológica que incluye la inversión de recursos en la compra de medios educativos tales como: equipos de cómputo, infraestructura de laboratorios, entre otros (Ver Anexo 8.3 Plan estratégico de Tecnología, PETI).

De este modo, en los últimos tres años (2019-2022) se invirtieron más de 1.600 millones de pesos en la implementación de este proyecto, que ha supuesto la renovación de más de 350 equipos de cómputo y la adquisición de un laboratorio de sistemas embebidos. Final mente en el año 2023 Se hace una renovación del plan estratégico de TI – (2023-2025), el cual contiene iniciativas identificadas y propuestas que aseguran la sostenibilidad operativa y la transformación de sus procesos académicos, alineados con la estrategia definida por la Institución Ver figura 46)

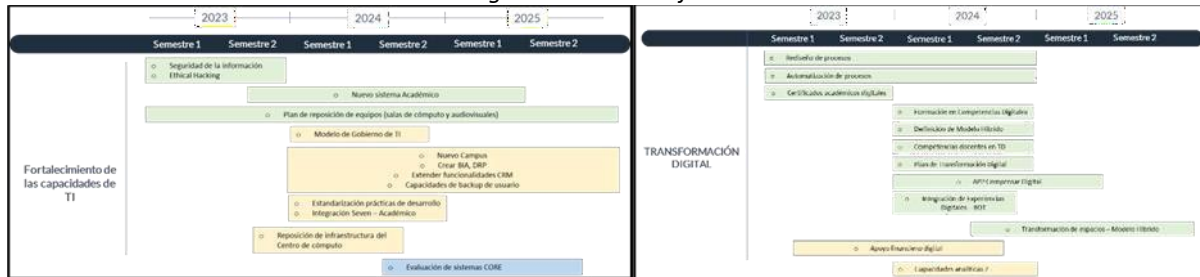
Figura 46. Renovación del plan estratégico de TI 2023-2025



Fuente: Dirección de TI 2025.

Es por esto por lo que, alineados con el proyecto PETI y orientados en procesos de mejora continua en el 2023, se estructuran los planes de trabajo a tres años para el fortalecimiento de capacidades en TI, así como, las acciones de transformación digital; en el anexo 8.3 Resumen PETI se detalla su grado de ejecución. Además, se presenta el contrato de renta operativa con sesión de compra entre la institución y Telefónica, para renovar 240 equipos de cómputo.

Figura 47. PETI en ejecución



Fuente: Unidad de Tecnología.

Para evidenciar las actividades de mantenimiento preventivo desarrolladas sobre todos los medios educativos, se adjunta un cronograma de mantenimiento de equipos de cómputo y laboratorios, denominado documento Plan de Mantenimiento Equipos de Cómputo, Audiovisuales y Laboratorios 2024 (Anexo 8.4). Con todos estos elementos se evidencia la existencia de un plan de mantenimiento, actualización y renovación de medios educativos, inmerso en las actividades operativas, descritas en nuestro sistema de gestión de calidad, el cual recientemente fue recertificado, y dentro del PETI.

Plan de actualización y reposición de infraestructura tecnológica

En cuanto a la actualización y modernización de los medios educativos, la institución desde 2019 viene ejecutando las iniciativas descritas en el plan estratégico de TI – PETI, una de las cuales se denomina "renovación tecnológica", la cual ha permitido repotenciar más de 500 equipos de cómputo, y adquirir más de 400, así como la modernización de toda la infraestructura de redes.



compensar

fundación
universitaria



Las proyecciones de renovación de las salas de cómputo para el periodo 2019-2024, incluyen, además de los componentes generales descritos en el PETI, definidos para cada año, la sustitución cada 3 años de un parque de 40 equipos de cómputo para el programa *Comunicación Social*.

Figura 48. Proyección renovación de salas de cómputo 2019-2024



Fuente: Unidad de Tecnología.

En la tabla 110 se detallan los rubros e inversiones en adquisición y renovación de medios educativos para los próximos 7 en la Fundación Universitaria Compensar.

Tabla 110. Inversiones adquisición y renovación de medios educativos 7 años.

INVERSION	FRECUENCIA	PRESUPUESTO TOTAL
Material Bibliográfico	Anual	82.838.000
Software	Anual	6.485.824.000
Desarrollo docente	Semestral	175.652.000
Salas de Computo o Laboratorios	Anual	513.828.000

Fuente: Elaboración Propia.

8.6. ESTRUCTURA DE LA VIRTUALIDAD

8.6.1. Estructura de gestión

La Dirección de Educación Virtual, DEV, es la unidad de negocio de la Fundación Universitaria Compensar, encargada del desarrollo de los procesos de virtualidad a partir de cuatro ejes estratégicos de gestión: académico, contenidos, tecnológico y operativo. La DEV entiende la virtualidad como el medio para el mejoramiento de la productividad empresarial y personal con humanismo digital, gracias a una oferta académica virtual y pertinente que democratiza la educación al llegar a las diferentes regiones del país, bajo un modelo donde se favorece el aprender-haciendo, desde la inmersión en al ámbito empresarial. Como parte de su estrategia, la dirección busca brindar soluciones integrales para el desarrollo de la formación digital en empresas u otro tipo de organizaciones. Estas soluciones se enfocan en servicios a la medida, implementación de ecosistemas digitales de formación, creación de contenidos educativos digitales y el desarrollo de consultorías en virtualidad. De manera adicional, otras de las responsabilidades principales de la DEV son:

- Garantizar la alineación académica entre los elementos del Proyecto Educativo Institucional, PEI, y el Modelo Virtual, así como brindar capacitación y acompañamiento de los expertos temáticos en el diseño de los contenidos.
- Asegurar la producción de contenidos para los diferentes tipos de oferta de cursos y velar por la implementación, funcionamiento, vigencia y soporte técnico, tanto de los diversos recursos educativos como del software necesario para la producción de contenidos.
- Implementar buenas prácticas en la adecuada administración de los recursos tecnológicos, al servicio de los procesos de enseñanza-aprendizaje, como el Ecosistema Digital de Educación, el software para la creación de recursos educativos digitales, los estudios de grabación, el repositorio y demás aplicaciones innovadoras, que aportan al desarrollo y soporte tecnológico, tanto de los lineamientos educativos como de las estrategias comunicativas y operativas de la virtualidad.
- Proveer la definición de políticas, lineamientos, acuerdos con otras áreas y regulación interna que permita asegurar la operación virtual; además, garantizar la articulación y ejecución de los procesos y procedimientos de la virtualidad con el Sistema de Gestión de la Calidad Institucional, SGCI.
- Definir y garantizar la ejecución de las estrategias, procesos y actividades encaminadas al desarrollo de la innovación educativa en las modalidades virtual, híbrida (presencial – virtual) y blended, soportadas en estudios de mercado y análisis constante de tendencias metodológicas y tecnológicas en el sector educativo.

A continuación, se presenta la estructura de la Dirección de Educación Virtual, donde se visualizan cada uno de los ejes de gestión, y los cargos asociados (Ver figura 49):

Figura 49. Ejes de Gestión de Educación Virtual



Fuente: Dirección de Educación Virtual, 2025.

8.6.2. Modelo de formación virtual

El modelo de formación virtual en la Fundación Universitaria Compensar, se centra en el estudiante y en su relación con el docente tutor, donde el estudiante como sujeto activo, participa y supera las barreras del tiempo y del espacio: es investigador, usuario de la tecnología y generador de sentido, que, apoyado en las herramientas y recursos disponibles, se forma para ser competente y responder a los retos emergentes.



Esta interacción con el docente-tutor, se desarrolla en un ambiente de aprendizaje virtual, donde se disponen y se distribuyen los recursos educativos digitales, para favorecer la enseñanza, el aprendizaje y la evaluación. Así, esta formación debe fundamentarse en los diferentes tipos de aprendizaje que permiten, desde lo social y colectivo, identificar los problemas de los contextos, real, social, empresarial, cultural y educativo, como detonantes del aprendizaje situado, social, en red, colaborativo y ubicuo, en los ambientes virtuales.

Este modelo de formación virtual tiene como base los diferentes ejes de gestión: académico, contenidos, tecnológico y operativo, desde donde se busca el desarrollo de estrategias que evidencien las acciones realizadas desde la institución hacia la comunidad. Finalmente, la divergencia para la formación, como base del modelo requiere una comprensión de las nuevas formas de interacción educativa; es decir, que se tienen en cuenta los diferentes modos de ver y pensar los procesos desde perspectivas sociales, económicas, medioambientes y culturales, enmarcadas en un modelo donde en la formación se reconoce el papel activo del individuo en la transformación de su contexto.

Figura 50. Modelo de formación virtual



Fuente: Dirección de Educación Virtual, 2025.

8.6.3. Eje de Gestión Académica

Desde la Fundación Universitaria Compensar, es fundamental que su lineamiento virtual integre los diversos elementos que actúan en el proceso de enseñanza y aprendizaje, entre estos el modelo basado en competencias característico de la institución, el contexto social de la población objetivo de reconocimiento de la institución, el modelo socio constructivista, los recursos digitales y las actividades, entre estas, las metodologías activas, con aprendizajes basados en evidencias, retos, casos, problemas y el servicio; o los aprendizajes colaborativos orientados a proyectos, por observación y aula invertida, entre otros. Es importante y fundamental el acompañamiento de los docentes-tutores, que generan los contenidos, fomentando valores, compartiendo sus experiencias y participando en la construcción de conocimiento mediante la interacción con pares académicos y estudiantes.

En el diseño de los cursos de modalidad virtual en Fundación Universitaria Compensar, se incluyen diversas tareas que van desde, la identificación de necesidades, el planteamiento de objetivos, creación de contenidos, las acciones educativas, el desarrollo o selección de materiales didácticos y el diseño de actividades interactivas con carácter auto formativo y autoevaluativo.

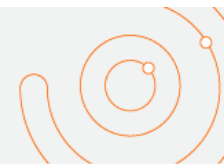


Figura 51 Actores que intervienen en proceso inicial de formación en la modalidad virtual



Fuente: Dirección de educación Virtual, 2025.

Para el diseño y desarrollo de los cursos en modalidad virtual es fundamental la intervención de diferentes actores educativos, que nutren el proceso y le dan vida (Ver figura 51); entre ellos, el Experto del sector productivo, quien incorpora su visión externa de la disciplina y sus conocimientos de las tendencias del desarrollo empresarial y tecnológico, apoyando la construcción curricular de los programas. Este actor interviene cuando un nuevo programa virtual se está diseñando. Es requisito indispensable en la Fundación Universitaria Compensar que estos actores posean la competencia académica y la experiencia laboral, para garantizar que lo conceptual, procedimental y lo actitudinal propuesto en lo microcurricular sea pertinente y responda a las necesidades del sector productivo, de tal modo que conduzca a los estudiantes a generar conexiones que lo hagan competitivo en el sector productivo.

Otros actores son los profesionales disciplinares que actúan como expertos temáticos y fungen como autores de los contenidos de cada curso; el validador temático, quien avala la pertinencia y calidad de los contenidos, y recursos complementarios propuestos para el curso desde lo disciplinar; el asesor pedagógico que garantiza la orientación pertinente del curso en lo relacionado con lo pedagógico, didáctico y metodológico, además, funge como adecuador, optimizando el producto digital bajo estándares de calidad. El corrector de estilo que garantiza la revisión, verificación, validación o ajuste de la ortografía, sintaxis y semántica, garantizando la correcta construcción de los textos del curso para que sean comprensibles y puedan virtualizarse. El acompañamiento disciplinar y pedagógico del docente -tutor durante la operación del curso. Este actor se convierte en guía, orientador y facilitador, posibilitando al estudiante, la experticia en el campo de estudio, y transferencia de conocimiento y el desarrollo de competencias que les permitan responder a los retos del sector real.

En cuanto al tiempo de estudio en la modalidad virtual, en la Fundación Universitaria Compensar los semestres académicos constan de dieciséis (16) semanas, que para la modalidad virtual se distribuyen en dos momentos: Momento 1 de ocho (8) semanas y Momento 2 con las ocho (8) semanas restantes. En cada momento se incorporan actividades, autónomas y colaborativas, y recursos digitales; metodológicamente, en la primera semana se desarrolla una Etapa de Reconocimiento, donde, en la



plataforma LMS, se realizan pruebas diagnósticas que evalúan los presaberes y competencias de entrada del estudiante, situación que permite organizar las actividades que se desarrollarán conjuntamente durante el curso y ofrecer al docente-tutor herramientas que le permitan analizar el avance en el aprendizaje del estudiante y ayudas apropiadas, oportunas y dinámicas.

En la segunda semana se desarrolla la Etapa de Contextualización, donde se presentan contenidos temáticos, recursos y actividades, entre docente-tutor y estudiantes en un espacio de encuentros sincrónicos o, para quienes no pueden asistir en tiempo real, de manera asincrónica; también se hacen las primeras actividades formativas y valorativas. Al finalizar estas etapas se genera un primer momento evaluativo que contempla el 20% del total del curso.

En la tercera y quinta semana se realiza la Etapa de Profundización y, con metodologías activas, se desarrollan actividades y recursos educativos digitales para comprender, analizar, apropiar y crear conocimiento; al final se genera el segundo momento evaluativo, que es de un 35 % del total del curso. Y durante las semanas 6, 7 y 8 se realiza la Etapa de Transferencia, donde el estudiante integra su conocimiento en el desarrollo de proyectos planteados y elaborados en torno a problemas o situaciones reales del sector productivo, considerando la realización de una muestra empresarial de los mismos. Al finalizar, se genera el tercer momento evaluativo que contiene un 40% de heteroevaluación y un 5% correspondiente a la coevaluación y autoevaluación, constituyendo el 45% restante de la evaluación del proceso formativo de cada curso. En cualquier etapa de la estrategia formativa, el curso debe proponer al menos una actividad “Peer to peer” que implica una interacción sincrónica o asincrónica de los estudiantes, con las tendencias del sector productivo. Esto implica un espacio de conversación y de cátedra con un experto académico-empresarial local, nacional o internacional (independiente del nivel de formación).

En la modalidad virtual la relación de créditos es de 1:3, es decir, una hora de trabajo acompañado por parte del docente-tutor sobre la plataforma LMS, se complementa con tres horas de trabajo autónomo por parte del estudiante; entendiendo que por cada crédito se dan 12 horas de acompañamiento del docente-tutor más 36 horas de trabajo autónomo del estudiante para un total de 48 horas por crédito académico. El acompañamiento lo hace el docente-tutor a través de los encuentros sincrónicos o asincrónicos, el correo institucional y la realimentación a través de los foros. En pregrado y Posgrado de la modalidad, el número de encuentros sincrónicos, así como la duración de estos, depende del número de créditos de los cursos (ver figura 52).

Figura 52. Encuentros sincrónicos según número de créditos.

Créditos	Total horas	Distribución de horas por crédito Relación 1:3		Tutoría Virtual					
		Horas de trabajo independiente del estudiante	Horas de trabajo directo con el docente-tutor	Tiempos acciones tutoriales		Sesiones sincrónicas			
				Horas de realimentación directa y tutoría	Horas sesiones sincrónicas	Modelos	Cantidad	Tiempo en horas con docente-tutor por sesión hh:mm	Semana
1	48	36	12	9	3	A	3	1:00	2-5-7
2	96	72	24	20	4	B	4	1:00	2-4-5-7
3	144	108	36	32	4	C	4	1:00	2-4-5-7
4	192	144	48	40.5	7.5	D	5	1:30	2-3-4-5-7
5	240	180	60	51	9	E	6	1:30	2-3-4-5-6-7
6	288	216	72	63	9	F	6	1:30	2-3-4-5-6-7

Fuente: Dirección de educación Virtual, 2025.



compensar

fundación
universitaria

La comunicación es constante y permite la flexibilización de los cursos desde el sincronismo que es la interacción en tiempo real sobre la Solución E-Learning, es decir, que existe una coincidencia temporal, como es el caso de los chats y encuentros sincrónicos, donde el docente-tutor define un horario de atención al estudiante, para presentar contenidos, actividades y recursos digitales para potenciar una comunicación directa, aclarar dudas y resolver inquietudes en el momento, establecimiento relaciones de cercanía, y creando espacios de interacción que posibilitan la producción de sentido, más allá del solo intercambio de información; y desde el asincronismo que no requiere la coincidencia temporal entre los actores del proceso, entendiendo que este se genera en espacios y tiempos diferentes y se da una respuesta posterior a la participación, para dicha comunicación la institución establecen recursos como grabación de encuentros sincrónicos, generación de correo y los foros.

Para los encuentros sincrónicos de los programas virtuales se ha establecido una metodología que dinamiza y potencia las tutorías virtuales, posibilitando flexibilidad en la formación de los estudiantes y fortaleciendo el estatus incluyente de las sesiones (Ver figura 53).

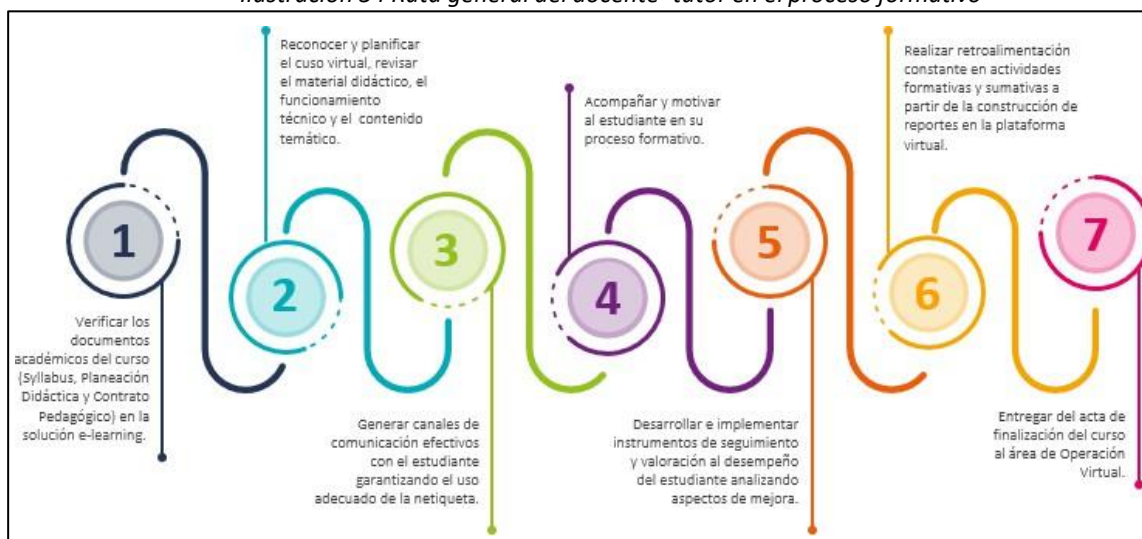
Figura 63 Protocolo para encuentros sincrónicos



Fuente: Dirección de educación Virtual, 2025

El docente tutor es fundamental para acompañar el proceso formativo propiciando espacios de construcción colectiva mediante encuentros sincrónicos, desarrollo de actividades y realimentación constante, a continuación, se presenta la ruta del docente tutor (ver figura 54).

Ilustración 54 Ruta general del docente- tutor en el proceso formativo



Fuente: Dirección de educación Virtual, 2025.



8.6.4. Eje de Gestión de Contenidos

Este eje establece las estrategias asociadas a la definición y la implementación de la identidad gráfica y visual de los contenidos en la Solución E-Learning, los métodos de comunicación a través de la plataforma, y las estrategias didácticas aplicadas en un proceso de producción de recursos educativos digitales de calidad y pertinentes tanto a los niveles formativos de los estudiantes, como a la intensidad de los cursos, además de gestionar un repositorio de recursos de fácil uso y acceso. Tiene como propósito principal garantizar la calidad de contenidos desde su creación hasta su divulgación, enfocado en la consecución de recursos que aporten a la innovación educativa, buscando nuevas formas de transmitir la información y cuidando que no pierdan la orientación académica, la cual responde al principio de excelencia de la educación, uno de los objetivos fundamentales de una institución universitaria.

De esta manera, la calidad de los contenidos como cadena de valor, enfoca sus esfuerzos según Roca (2003); primero en actividades de generación, que están encargadas de la creación de contenidos pensados en un ambiente de aprendizaje e-learning, que responden a la función que desarrolla la gestión académica. Desde la postura institucional, se visiona el área de gestión de contenidos, como la encargada de velar por la producción de materiales educativos digitales que respondan a las características que requiere un ambiente de aprendizaje.

Y, por último, las actividades de distribución, que buscan acercar al usuario final a la estructura de una acción formativa, a partir de una plataforma LMS que facilita el acceso a los contenidos creados y producidos previamente. Además, la cadena de valor de contenidos debe permitir una evaluación constante que garantice la accesibilidad, usabilidad e interactividad pensadas en brindar una experiencia de usuario para satisfacer sus necesidades y facilitar su aprendizaje.

La creación de contenidos fundamenta su operatividad a partir del modelo ADDIE, modelo industrial adaptado para el diseño instruccional de acciones académicas mediadas por tecnología, “su nombre obedece al acrónimo analize (análisis), designe (diseño), develop (desarrollo), implement (implementación) y evaluate (evaluación)” (Morales González, Edel Navarro, & Aguirre Aguilar, 2014). Este modelo de creación de contenidos busca aumentar la competitividad, eficacia y eficiencia de los recursos, centrando sus esfuerzos en los procesos formativos y de comunicación, de usabilidad y de accesibilidad de recursos, y facilitar el aprendizaje del estudiante, además, tiene la característica de acoplarse al ciclo Deming, el cual permite generar una mejora continua en diferentes niveles organizacionales; el modelo hace un seguimiento a la producción de contenidos a partir de las etapas de planificar, hacer, verificar y actuar, para tener un ciclo en constante evaluación, realimentación y actualización, en la figura 55 se presenta la estructura del “Modelo ADDIE”.

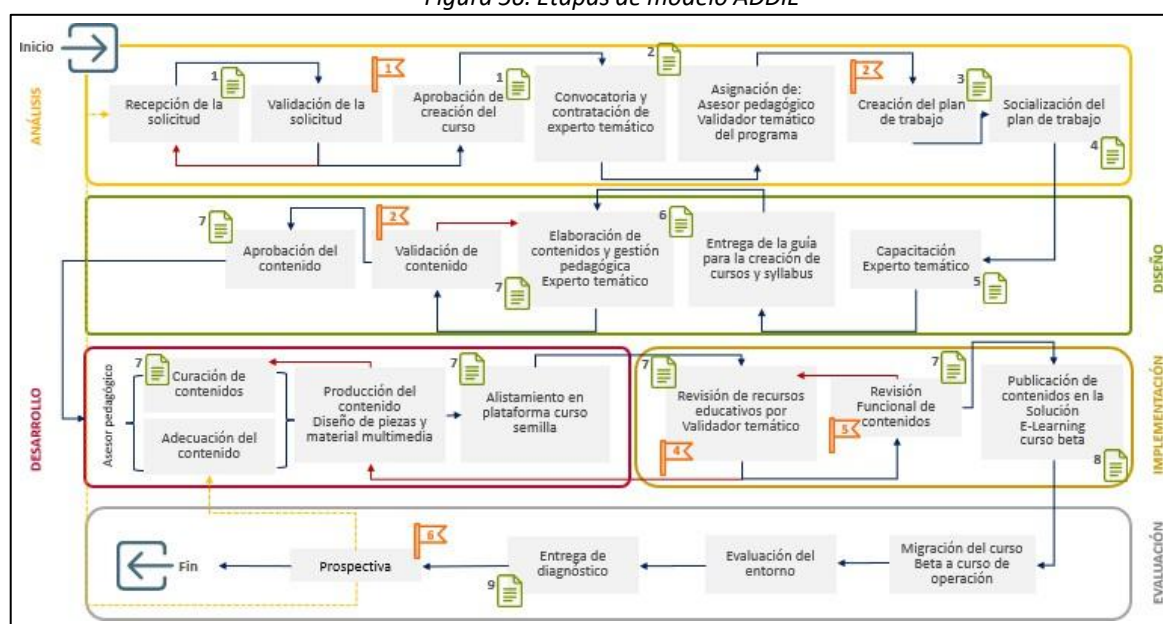
Figura 55. Modelo ADDIE.



Fuente: Dirección de educación Virtual, 2025.

Sican, Son Simón y Fernández (2014) indican que el modelo ADDIE “se constituye como una de las propuestas más aceptables para que la educación virtual reúna todos los elementos necesarios para lograr un aprendizaje íntegro y sólido” (Pág. 379), Morales, Navarro y Aguirre (2014) lo considera “como un modelo genérico dado que las fases constituyen los pasos indispensables en todo proceso de diseño instruccional.” (Pág. 35) mientras Londoño (2011) cree que “para emplearlo de manera efectiva en el sector educativo, es necesario adecuar las fases de acuerdo con el contexto en el que se aplicará” (Pág. 116) por lo tanto, se puede inferir que, este diseño instruccional presenta unas etapas acordes a la necesidad de un proceso de virtualización y su flexibilidad, donde se permite la adaptación a diferentes ambientes y situaciones, además de planear una ruta enfocada en el alcance del aprendizaje autónomo en el estudiante, a partir de procesos mediados por tecnologías. Organiza el proceso instruccional de un ciclo que identifica cada acción, desde la planificación y organización de la idea, hasta la operatividad, dando lugar a una evaluación constante, en la figura 56 se presentan las etapas de modelo ADDIE y su organización.

Figura 56. Etapas de modelo ADDIE



Fuente: Dirección de educación Virtual, 2025.

8.6.5. Eje de Gestión Tecnológica

La educación en línea ha evolucionado con el apoyo de la incursión de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, y en el desarrollo del Internet como una herramienta para adquirir y transmitir el conocimiento; es en ese sentido, que la educación incorpora esta tecnología en los procesos de enseñanza aprendizaje, a partir de la comprensión de nuevas tendencias en los procesos de formación y su relación con el uso y apropiación de estas tecnologías. Por este cambio en la forma de obtener el conocimiento, se requiere contar con una infraestructura tecnológica que impulse las nuevas prácticas de enseñanza y aprendizaje; lo que supone contar con herramientas tecnológicas y personal calificado e idóneo en el soporte oportuno y preciso a la comunidad educativa, para atender las dificultades del uso de las tecnologías (Convenio de Asociación e-learning 2.0, 2007).

Por tanto, el Eje de Gestión Tecnológica de la Dirección de Educación Virtual se encarga de asegurar la administración y el soporte de los recursos tecnológicos, que apoyan los procesos de enseñanza-aprendizaje de la institución; de manera paralela, realiza vigilancia tecnológica permanente, lo que permite estar a la vanguardia en la innovación de tecnología para facilitar y mejorar el desarrollo de la educación virtual, blended o a distancia. De manera transversal, este eje se encarga de capacitar a la



comunidad universitaria (estudiantes, docentes y administrativos) en el uso de las herramientas de la Solución E-Learning, y con ello potenciar su aplicación y apropiación en los diferentes escenarios formativos.

La educación en línea ha evolucionado con el apoyo de la incursión de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, y en el desarrollo del Internet como una herramienta para adquirir y transmitir el conocimiento; es en ese sentido, que la educación incorpora esta tecnología en los procesos de enseñanza aprendizaje, a partir de la comprensión de nuevas tendencias en los procesos de formación y su relación con el uso y apropiación de estas tecnologías. Por este cambio en la forma de obtener el conocimiento, se requiere contar con una infraestructura tecnológica que impulse las nuevas prácticas de enseñanza y aprendizaje; lo que supone contar con herramientas tecnológicas y personal calificado e idóneo en el soporte oportuno y preciso a la comunidad educativa, para atender las dificultades del uso de las tecnologías (Convenio de Asociación e-learning 2.0, 2007).

Es entonces, que el aprendizaje basado en el uso de tecnologías, requiere contemplar un software especializado para el proceso de formación, como lo son los sistemas de gestión de aprendizaje, Learning Management System, LMS; estas plataformas integran múltiples herramientas que apoyan la labor docente y la consecución de los objetivos propuestos a los estudiantes, algunas de ellas son las herramientas de distribución de contenidos, las cuales permiten disponer a los estudiantes de archivos en diferentes formatos como HTML, docx, pptx, pdf y jpg, entre otros, herramientas de comunicación sincrónica y asincrónica como los foros, chats, mensajería interna y wikis, herramientas de evaluación y seguimiento como los cuestionarios y tareas, estas configuradas en el centro de calificaciones del sistema lo cual permite realizar seguimiento académico tanto para estudiantes como para los docentes, herramientas de administración que posibilitan generar permisos a los roles del sistema con el fin de tener control de usuarios, cursos y matriculaciones; y otras herramientas complementarias que se encuentran inmersas en las diferentes soluciones o que se integran por medio de conectores como las interfaces de programación de aplicaciones application programming interface, API.

En la actualidad, se encuentran diversas plataformas, que buscan atender a las necesidades de los procesos académicos y formativos; entre ellas podemos referenciar, las relacionadas con el software libre que disponen de licencia GPL, General Public License, y proporciona una serie de bondades como el uso libre, adaptación a las necesidades, acceso al código fuente, redistribución y hacer mejoras sobre ellas; por otro lado, se encuentran las comerciales, por las cuales se debe realizar pagos para la implementación, funcionamiento, mantenimiento, actualización y soporte que generalmente se asocian a la cantidad de usuarios que hacen uso de la solución; y finalmente, las que se crean con desarrollo propio con el propósito de cubrir requerimientos específicos; cada una de ellas brindan diferentes beneficios y su selección depende de las necesidades propias de cada institución.

8.6.6. Gestión Operativa

El eje de gestión operativa genera la articulación y cohesión estratégica entre las diferentes áreas de la institución, en pro de asegurar la operación de los programas de pregrado y posgrado, a partir de la generación de procesos y procedimientos vinculados al Sistema de Gestión de Calidad, SGC; es entonces que este proceso de gestión, permite reconocer las áreas involucradas, las acciones desarrolladas, los lineamientos establecidos y el tiempo de ejecución, aportando al direccionamiento desde cada uno de los ejes de la Dirección de Educación Virtual: Gestión Académica, Gestión de Contenidos y Gestión Tecnológica; todo lo anterior, teniendo en cuenta los objetivos propuestos y el alcance descrito, a partir de la socialización y adopción de los mismos.

De igual forma, desde este eje, se proporcionan los lineamientos, políticas, acuerdos y regulación interna teniendo en cuenta las directrices institucionales, lo que impulsa el fortalecimiento de la operación según los indicadores de cumplimiento estratégicos y operativos que apoyan el



aseguramiento de la calidad y la mejora continua. Es así, como se establece la visión desde la dirección a las diferentes áreas involucradas, a partir de planes concretos en cada uno de los programas según la modalidad y generando acciones permanentes que contribuyen al compromiso con la comunidad.

Así mismo, se asegura la operación de los programas de pregrado y posgrado desde la estructura académica y operacional, a través de la comunicación directa con las facultades y las direcciones de programa, lo cual permite una relación integral con docentes y estudiantes, desarrollando acciones permanentes para el acompañamiento oportuno. En consonancia, se identifican los recursos y acciones que pueden utilizar los estudiantes y el docente-tutor en su proceso de comunicación, identificando las herramientas sincrónicas y asincrónicas y el manejo de estas en el proceso de enseñanza-aprendizaje, propiciando espacios que apoyen la transformación del aula virtual en un lugar cada vez más cercano.

Relación de Anexos

Anexo 8.1. *Contratos Medios Educativos*

Anexo 8.2. *Política de Inclusión y Diversidad*

Anexo 8.3. *Resumen PETI*

Anexo 8.4. *Plan de Mantenimiento Equipos de Cómputo*

Anexo 8.5. *Mantenimiento Preventivo IF*

Anexo 8.6. *Plan de virtualización y actualización de contenidos Comunicación Social.*

Anexo 8.7. *Plan de Compras Programa Comunicación S.*

Anexo 8.8. *Inversiones Material bibliográfico Comunicación S.*



9. INFRAESTRUCTURA FÍSICA Y TECNOLÓGICA

9.1. Descripción, caracterización y cobertura de la infraestructura física.

UCompensar en cumplimiento de sus propósitos misionales y en pro del mejoramiento continuo presenta una infraestructura física, acorde con las necesidades espaciales y de dotación para la comunidad educativa.

Infraestructura Física – Sede Bogotá

Esta cuenta con más de 365 espacios académicos distribuidos en salones, laboratorios, biblioteca, salas de cómputo, zonas de bienestar y auditoría; donde los estudiantes, de los diferentes programas académicos, interactúan y desarrollan sus actividades formativas. Son en total más 10.255 m² con los que cuenta UCompensar, los cuales se detallan en la Tabla.

Es importante resaltar que la institución disfruta de las instalaciones físicas que tiene la Caja de Compensación Compensar en el Campus de la Avenida 68, desde allí se favorece el desarrollo de múltiples actividades formativas y de bienestar.

Tabla 111. Recursos físicos para actividades formativas.

TIPO DE ESPACIO	#	Área m ²	TIPO DE ESPACIO	#	Área m ²
1. Aulas	47	1770	7. Oficinas	42	685
2. Laboratorios	9	435	8. Escenarios deportivos	1	300
3. Talleres	3	175	9. Cafeterías, comedores	3	155
4. Auditorios	1	97	10. Zonas de recreación	4	604
5. Bibliotecas	1	56	11. Servicios sanitarios	39	239
6. Salas de Juntas	5	122	12. Centros de Computo	26	1086

Fuente: Infraestructura, 2025.

En el Sistema de Gestión de la Calidad reposa la documentación relacionada con el proceso que determina la administración del mantenimiento; a esta se integran el procedimiento y los indicadores, desde donde se orienta la gestión, de forma eficiente, de los recursos para el desarrollo y la disponibilidad de la infraestructura y de equipos; así mismo, el mantenimiento necesario para garantizar el desarrollo de las actividades académicas, administrativas y de bienestar; a continuación, (Tabla 112) se relacionan algunos de los principales lineamientos.

Tabla 112. Relación de políticas y procedimientos

CODIGO	TIPO DE DOCUMENTO	NOMBRE
PRO-PIF-01	Procedimiento	Infraestructura
ND-PIF-01	Indicador	Mejoras en la Infraestructura
ND-PIF-02	Indicador	Porcentaje de Disponibilidad o uso de la infraestructura
ND-PIF-03	Indicador	Espacios y recursos innovadores
ND-PIF-04	Indicador	Porcentaje de cumplimiento del cronograma de mantenimiento preventivo
ND-PIF-05	Indicador	Porcentaje de cumplimiento de tiempos de solicitudes de Infraestructura

Fuente: Sistema de Gestión de Calidad.



Sede Teusaquillo

Figura 57. Sede Teusaquillo



Fuente: Infraestructura.

Acorde con la identidad de la institución y el sentido de pertenencia con nuestra nación, todas las sedes internas de la institución se representan con nombres de tribus aborígenes del territorio, estas cuentan con amplia capacidad para los estudiantes, como se muestra a continuación:

Salas de cómputo: son espacios dotados con equipamiento digital para el desarrollo de las competencias y habilidades tecnológicas de vanguardia, que el mercado laboral demanda a sus futuros profesionales. Cuentan con su respectiva sede y nomenclatura.

Salas duales: cuentan con espacios que permiten el estudio colaborativo, al disponer de espacios de trabajo para interlocutores y equipos portátiles que permiten el libre desplazamiento por la sala. Cuentan con su respectiva sede y nomenclatura.

Laboratorios: se encuentran dotados con equipos y herramientas específicas para el desarrollo de competencias prácticas que faciliten el desempeño de su futuro profesional.

Talleres: son espacios adecuados para la realización de actividades que incentiven de manera física el desarrollo de competencias artísticas y lúdicas.

Salas de bilingüismo: cuentan con equipos de cómputo, videobeam y sistema de audio.

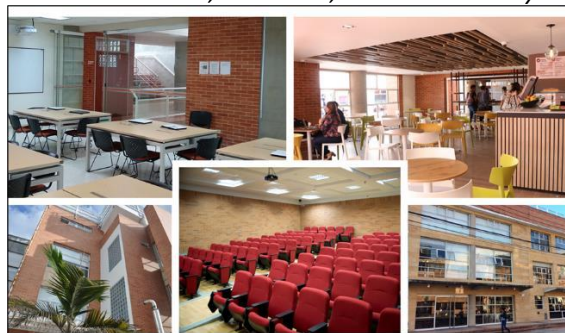
Espacios de cafetería: para el esparcimiento y descanso de estudiantes y administrativos, dotados de electrodomésticos y máquinas expendedoras.
Espacios destinados a actividades académicas complementarias para el uso de estudiantes.

Espacios de Bienestar para recreación, deporte y otras actividades culturales: terraza, cancha multifuncional, área de estudio, escenario de actividades lúdicas. Se adicionan las instalaciones físicas que tiene la Caja de Compensación Compensar en el Campus de la Avenida 68.

Salas de profesores: para atención a estudiantes, trabajo docente e investigación; cuenta con cuatro salas dotadas para el trabajo docente y atención a estudiantes.



Figura 58. Laboratorios, auditorios, áreas de servicio y bienestar



Fuente: Infraestructura.

Figura 59. Laboratorios y espacios especializados



Fuente: Infraestructura

Figura 60. Salas Duales y de Computo



Fuente: Infraestructura



Figura 61. Espacios al aire libre de uso múltiple



Fuente: Infraestructura.

Indicadores de usabilidad

Los espacios como aulas, laboratorios y talleres, en caso tal de ser compartidos, se asegurará su disponibilidad teniendo en cuenta la malla horaria, debidamente establecida de acuerdo con las capacidades de los espacios, esto desarrollado por el área de registro y control su procedimiento se describe a continuación (Figura 62).

Figura 62. Asignación y accesibilidad de espacios



Fuente: Infraestructura.

Ahora bien, La distribución y programación de espacios se realiza a través de una plataforma llamada GHCpeñalara, que ha permitido contar con estadísticas de uso y optimizar los espacios en relación con horarios, tamaño de grupos y disponibilidad de docentes; en la siguiente tabla (113) se presenta la relación de usabilidad de los recursos físicos para las actividades formativas.

Tabla 113. Usabilidad para actividades formativas

Tipo recurso físico	Total	Capacidad promedio	Ocupación Diurna	Ocupación Nocturna
Aula	47	33	21%	79%
Laboratorio	9	20	12%	40%
Sala de cómputo	26	28	22%	70%
Taller	3	24	25%	28%

Fuente: Infraestructura.



Actualmente, el programa de Comunicación Social cuenta con la infraestructura física y tecnológica para desarrollar los procesos formativos, aulas, laboratorios, sala de cómputo y talleres y la solución E- Learning. Se asignan seis (6) salas de cómputo especializadas con la Suite de Adobe y Maya Autodesk, igualmente con laboratorio de producción audiovisual y laboratorio de fotografía. A continuación, se detallan algunos de los espacios destinados para apoyar el programa de Comunicación Social en la actual sede de Teusaquillo:

Tabla 114. Laboratorios para Comunicación Social Sede Teusaquillo

Sede	Nomen	Tipo de ambiente	Tipo de espacio	Nueva Nomenclatura Español	Nueva Nomenclatura Inglés
A	1203	SALA DE COMPUTO	ACADÉMICO	Laboratorio de Diseño	Design Lab
A	1205	SALA DE COMPUTO	ACADÉMICO	Idea, Crea y Produce.	Idea, Create and Produce
A	1305	LABORATORIO/SALA DUAL	ACADÉMICO	Laboratorio Interactivo Empresarial	Business Interactive Lab
A	AUDITORIO	AUDITORIO	ACADÉMICO	Auditorio	auditorium room
C	1220	SALA DE COMPUTO	ACADÉMICO	Laboratorio de Gestores de Base de Datos	DataBase Managenent System Lab
D	1108	SALA DE COMPUTO	ACADÉMICO	Laboratorio de Programación de Software	Software Programming Lab
D	1222	SALA DE COMPUTO	ACADÉMICO	Laboratorio de programación de Base de Datos	Database Programming Lab
E	1230	SALA DUAL	ACADÉMICO	Roomclass	classroom
K	1233	SALA DE COMPUTO	ACADÉMICO	Laboratorio de Desarrollo Web	Web Development Lab
K	1234	SALA DE COMPUTO	ACADÉMICO	Laboratorio de Base de Datos	Database Lab
L	2101	LABORATORIO	ACADÉMICO	Laboratorio Química	Chemistry Laboratory
L	2102	LABORATORIO	ACADÉMICO	Laboratorio Física	Physics Laboratory
L	2103	LABORATORIO/SALA DUAL	ACADÉMICO	Laboratorio Fotografía	Photography Lab
L	2201	SALA DE COMPUTO	ACADÉMICO	Laboratorio de Sistemas de Información	Information System Lab
L	2202	SALA DE COMPUTO	ACADÉMICO	Laboratorio de Big Data y seguridad Informática	Big Data and Cybersecurity Laboratory
L	2203	LABORATORIO/SALA DUAL	ACADÉMICO	Laboratorio Producción Audiovisual	Audiovisual Production Lab
L	2302	SALA DE COMPUTO	ACADÉMICO	Laboratorio de Desarrollo Web	Web Development Lab
L	2303	SALA DUAL	ACADÉMICO	Laboratorio de Aseguramiento de la Calidad del Software	Software Quality Assurance Lab
L	2402	SALA DE COMPUTO	ACADÉMICO	Laboratorio de ETL	ETL Lab
L	2502	SALA DE COMPUTO	ACADÉMICO	Laboratorio Computación en la Nube	Cloud Computing Lab
L	2503	SALA DE COMPUTO	ACADÉMICO	Laboratorio de programación de Base de Datos	Database Programming Lab
L	2504	SALA DE COMPUTO	ACADÉMICO	Laboratorio de Computación en la Nube	Cloud Computing Lab
L	2601	SALA DE COMPUTO	ACADÉMICO	Laboratorio de Aseguramiento de la Calidad del Software	Software Quality Assurance Lab
L	2701	SALA DE COMPUTO	ACADÉMICO	Laboratorio de Programación de Software	Software Programming Lab
L	2702	SALA DE COMPUTO	ACADÉMICO	Laboratorio de Base de Datos	Database Lab
L	2703	SALA DE COMPUTO	ACADÉMICO	Laboratorio de Desarrollo de Aplicaciones Móviles	Mobile Applications Development Lab
L	2704	SALA DE COMPUTO	ACADÉMICO	Laboratorio de programación de Base de Datos	Database Programming Lab
L	2801	SALA DE COMPUTO	ACADÉMICO	Laboratorio de Programación de Software	Software Programming Lab



L	2802	SALA DE COMPUTO	ACADÉMICO	Laboratorio de Base de Datos	Database Lab
---	------	-----------------	-----------	------------------------------	--------------

Fuente: Infraestructura, 2025.

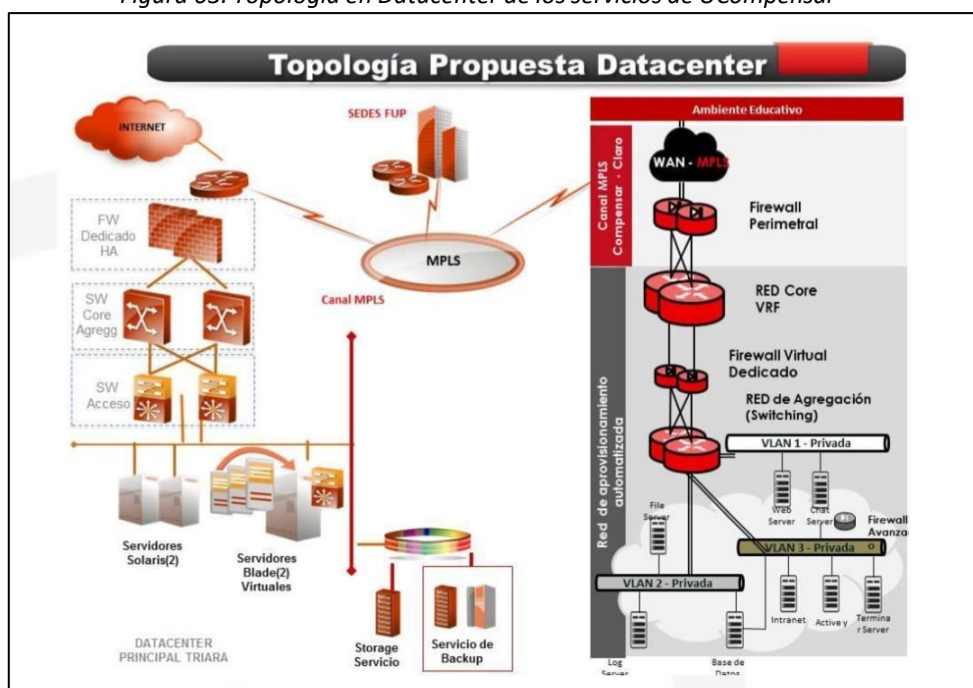
Para finalizar en el Centro de Experimentación Audiovisual, la Sala de Computo el Laboratorio de Desarrollo de Aplicaciones Móviles, el Laboratorio de Producción Audiovisual y el Laboratorio de Fotografía; se imparten asignaturas como Fotografía y realidad, Creación Audiovisual, producción Audiovisual, Storytelling y Nuevas Narrativas, Diseño Digital I y II, Animación Digital, entre otras. También cuenta con talleres con mesas de dibujo y taller de aerografía donde se imparten asignaturas como Diseño Básico.

9.2. Descripción, caracterización y cobertura de la infraestructura tecnológica

Datacenter Claro

La institución cuenta con un contrato vigente para soportar la infraestructura tecnológica de la institución, en los que se tienen los servicios en *backup* de datos y aplicativos, virtualización de servidores, seguridad perimetral, monitoreo, publicación de servidores y enlace MPLS e Internet. El datacenter *Triara* se comunica con el datacenter *Ortezal* (Tier IV y Tier II) para brindar la contingencia en caso de falla de alguno de los servicios. Como parte importante del contrato también se tienen los Acuerdos de Niveles de Servicio, ANS.

Figura 63. Topología en Datacenter de los servicios de UCompensar



Fuente: Claro, Colombia, 2021.

Diariamente se recibe informe de la ejecución de los backups para garantizar el respaldo de la información.

Canales de Internet

Actualmente en Bogotá se cuenta con dos sedes principales con salida a internet.

- Sede Principal
- Sede B

Cada una de estas sedes se conecta a las aplicaciones, a través de un canal de internet que le

permite el uso constante de las herramientas disponibles para las actividades académicas. Ambas sedes se encuentran conectadas por canales dedicados, en el caso de la sede principal con un canal de 700 Megas y la sede Sinú con un canal de 350 Megas. Así mismo, se cuenta con cuatro sedes que se conectan por radio, enlaces a la sede principal.

Datos y Seguridad

UCompensar cuenta con una *Política de protección de datos personales*, publicada directamente en la página web de la institución.

Figura 64. Política de protección de datos personales.



Fuente: <https://ucompensar.edu.co/wp-content/uploads/2023/06/POL-PAJ-02-V06-Tratamiento-de-datos-personales.pdf>

En esta política se detallan los responsables, deberes, seguridad de la información y el tratamiento que reciben los datos almacenados en todos los sistemas de información de la institución.

9.3. Políticas de Gestión de recursos físicos y tecnológicos

La institución cuenta con Políticas y procedimientos para la gestión de recursos físicos y tecnológicos (Anexo 9.4), se describe su gestión y responsables, garantizando la disponibilidad para el programa académico como se observa en el indicador Usabilidad para actividades formativas.

9.4. Descripción de los procesos de asignación de la infraestructura física y tecnológica a la comunidad académica para su uso

El programa de Comunicación Social, de acuerdo con sus necesidades y la modalidad en la que se estructura (Híbrida), hace la solicitud de medios educativos, asignación de aulas convencionales y de sistemas, material bibliográfico, asignación de cuentas de usuario para ingreso a sistemas de información, atendiendo a los protocolos institucionales (Ver Anexo 9.3).

- Procedimiento de Infraestructura
- Manual Sistema de información Académico Admisiones, Registro y Control
- Política General de Tecnología

9.5. Aseguramiento de infraestructura física

En el marco de aseguramiento de infraestructura física, se cuentan con instrumentos jurídicos y comerciales que demuestran la disponibilidad de esta y que apalancan el soporte en el desarrollo del programa académico. La institución cuenta con infraestructura propia que promueve el funcionamiento de los programas académicos, para complementar el plan estratégico educativo del programa, se tienen contratos de arrendamiento solidos que apoyan el desarrollo de las funciones sustantivas (Ver Anexo 9.1).



Tenencia y permisos de uso

La institución cuenta con el uso autorizado de suelo, los permisos correspondientes y el plan de regularización que se presentan en el anexo 9.2.

9.6. Recursos físicos y barreras de acceso

Para UCompensar es muy importante prestar un excelente servicio y colaborar con el desplazamiento dentro de la institución, especialmente de las personas que se encuentren en condición de discapacidad; para ello, se cuenta con varios equipos y algunas estrategias que permiten el bienestar y la comodidad de la persona dentro de las instalaciones. Ascensores que permite el acceso a los pisos superiores, puertas movibles y de fácil acceso, baños dotados y rampas de acceso.

A continuación, se describe la ruta de acceso a la institución para personas en condición de movilidad reducida, es importante mencionar la UCompensar cuenta con dos accesos Avenida calle 32 y por la plazoleta de la calle 32ª, el acceso es garantizado aplicando la normatividad del IDU y cartilla de andenes, en coherencia con la condición de accesos físicos.

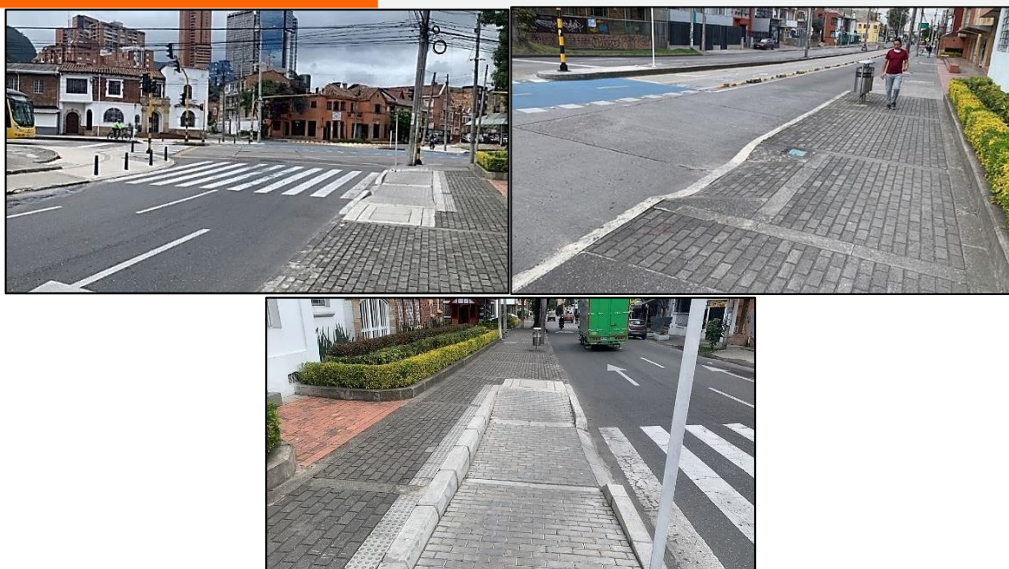
Figura 65. Accesos peatonales



Fuente: Fundación Universitaria Compensar.

En primera medida, el acceso a la Institución, desde la calle, cuenta con vados peatonales aptos para la libre circulación de personal en condición de movilidad reducida, los cuales están acordes a la normatividad y especificaciones técnicas del IDU y su cartilla de Andenes.

Figura 66. Vado peatonal en la carrera 17 con calle 32



Fuente: Fundación Universitaria Compensar.

Por otra parte, el acceso a las instalaciones cuenta con rampas con pendientes apropiadas acorde a especificaciones técnicas y normatividad vigente, anchos idóneos para la circulación de personal en silla de ruedas. En ese sentido, la movilidad por la sede principal cuenta con un ascensor debidamente certificado⁸, el cual permite el acceso a los pisos superiores, laboratorios, talleres, rectoría, baño apto para personas en condición de discapacidad, terraza de recreación académica, entre otros.

Los sitios comunes entre pasillos, centro de atención y accesos en general tienen amplios espacios que contemplan radios de giro idóneos para el tránsito de personas con movilidad reducida o silla de ruedas, en ese contexto, es importante mencionar que las instalaciones tienen puertas movibles y de fácil acceso, con anchos superiores a los 900 mm, y baños dotados y señalizados, así como rampas de acceso a los mismos.

Circulación Horizontal

La circulación horizontal, entre las distintas dependencias de la institución, se compone de pasillos y corredores internos, anchos mayores a 1.80m, sin obstáculos que impidan la libre locomoción por la institución; lo anterior, garantizando radios de giro para la libre circulación, de igual manera, se cuenta con y priorizan las rampas internas las cuales comunican a las distintas zonas de la institución, tanto en dependencias administrativas, como en espacios académicos.

⁸ El ascensor de la sede principal de la Fundación Universitaria Compensar cuenta con certificado vigente, acorde a la norma NTC 5926-1



Figura 67. Ingreso a las instalaciones de la Institución



Fuente: Fundación Universitaria Compensar.

Figura 68. Rampas de acceso



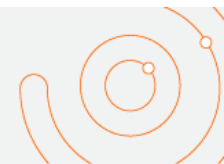
Fuente: Fundación Universitaria Compensar.

Particularmente, la institución actualmente ofrece condiciones más favorables en el acceso, lo anterior se sustenta en la participación y utilización de los recursos dentro de cada ámbito o área, en ese contexto, el bienestar de los estudiantes se potencia con un acceso favorable e inclusivo, a los diferentes ambientes o espacios académicos de la UCompensar.

Figura 69. Auditorio



Fuente: Fundación Universitaria Compensar



Circulación Vertical

La circulación vertical está garantizada para las personas en condición de movilidad reducida, toda vez que se cuenta con ascensor debidamente certificado, el cual es idóneo para transportar a las personas a los distintos espacios académicos de la institución, por otra parte, los planes de mantenimiento de la U. Compensar están programados para estar al tanto del sostenimiento constante del mismo, así las cosas, es importante afirmar que este acceso garantiza la inclusión además de la priorización a las personas en condición de discapacidad.

Figura 70. Ascensor



Fuente: Fundación Universitaria Compensar

Figura 71. Acceso baños



Fuente: Fundación Universitaria Compensar

Es importante afirmar que todo lo anterior, está sustentado en la normatividad vigente⁹, en ese sentido, todos los aspectos técnicos de acceso a la infraestructura, por parte de personal en condición de movilidad reducida, es acorde, teniendo en cuenta que la UCompensar ha trabajado en la construcción de diseño de las circulaciones verticales de las edificaciones para la institución, la cual cuenta con rampas que permitan el acceso, tránsito y evacuación de todos sus niveles.

Por lo anterior, los pilares fundamentales de inclusión que la Institución tiene como hoja de ruta, están enfocados en el marco de la ley. También es válido enfatizar que, como resultado de las adecuaciones que se han realizado hasta la fecha, la sede principal de la UCompensar prioriza la inclusión de las personas, y presenta las siguientes condiciones de mejoramiento de la accesibilidad:

⁹ NORMA TÉCNICA COLOMBIANA, NTC 6304, Accesibilidad de las personas al medio físico





- La plazoleta de entrada a la sede principal tiene una rampa que conecta desde el andén de la carrera 17 hacia la entrada del edificio, que cumple con lo establecido en la NTC 4143 para estos elementos.
- El andén de entrada a la entrada al edificio de la sede L, tiene losetas piso táctiles que guían a ciudadanos invidentes desde el andén de la calle 32 hacia el interior del edificio, tal que lo establece la NTC 5610.
- Los accesos y pasillos, tanto de la oficina de atención al ciudadano como al interior de la edificación, cuentan con las dimensiones mínimas para garantizar la libre circulación de las personas en silla de ruedas, establecidos en la NTC 4140.
- Se dispone de servicio de ascensor, para el acceso a todos los pisos del edificio. Las puertas principales de acceso abren al exterior y tienen manijas automáticas al empujar. En ningún caso invaden las áreas de circulación peatonal.
- Se dispone de servicio sanitario accesible a personas en condición de discapacidad y movilidad reducida.
- Se adecuó al auditorio de la sede principal para permitir el libre acceso y circulación de personas en sillas de ruedas.

Respecto del componente de medios tecnológicos y barreras de acceso, en el numeral 8.7 del presente documento se detallan las acciones que desde la Fundación Universitaria Compensar se promueven, respaldadas por la Política de Inclusión (Anexo 8.2), la cual acoge a las disposiciones normativas de carácter nacional aplicables.

9.7. Disposición de espacios físicos y virtuales que le faciliten al estudiante la participación en comunidades de aprendizaje por fuera del aula, de tal forma que se soporte el tiempo de aprendizaje independiente

Como parte del fortalecimiento de la participación de diversidad de comunidades, la Institución actualmente adelanta dos convenios:

- Biblioteca Virtual del INCI - Instituto Nacional para Ciegos
- FENASCOL para implementar el Centro de Relevos para la atención en el momento en que se requiera de personas con discapacidad auditiva.
- Contamos con 123 convenios interbibliotecarios, establecidos con otras instituciones con el fin de ampliar la oferta bibliográfica

Base aliados CONVENIOS&REDES.v.Compartida.xlsx, (Ver Anexo 9.5)

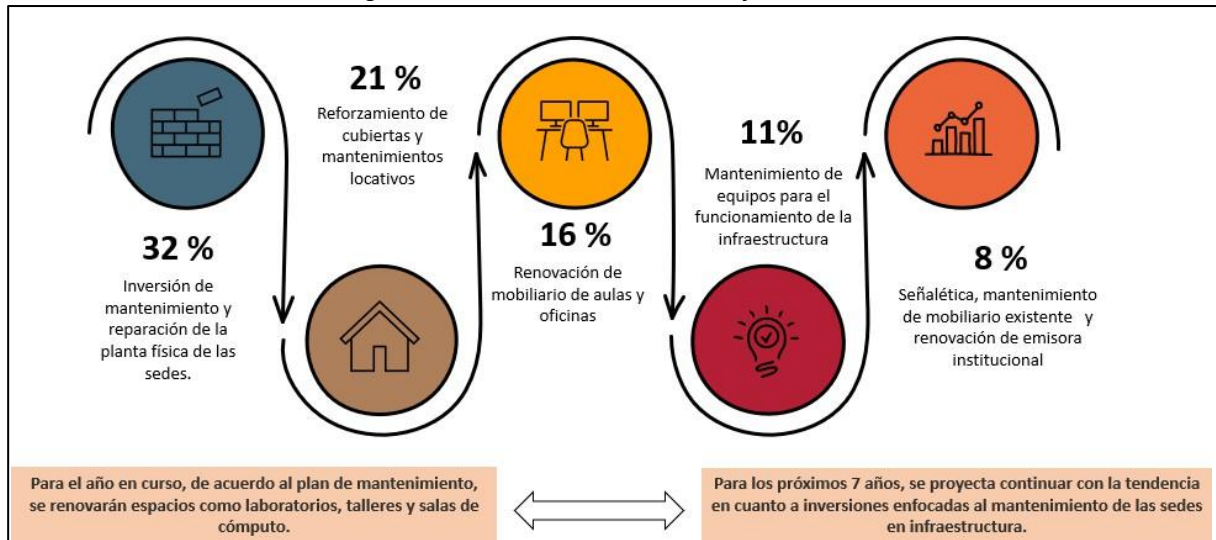
9.8. Plan de mantenimiento, renovación y actualización

Plan de mantenimiento

Actualmente, se cuenta con un *Plan de mantenimiento preventivo* para conservar en óptimas condiciones la infraestructura de la institución, desde el 2021 se han invertido más de \$1.170 millones (Ver Anexo 9.1), mejorando los espacios y estimulando sus capacidades académicas, a continuación, se presenta la distribución en la inversión en infraestructura, siendo el mantenimiento y reparación de la planta física de las sedes el mayor rubro.



Figura 72. distribución inversión en infraestructura



Fuente: Infraestructura

El cronograma de mantenimiento, como parte fundamental del proceso de infraestructura de la Institución, está soportado por 9 pilares de mantenimiento periódico, a los cuales se les hace estricto seguimiento, esto, en pro del buen funcionamiento y prestación de servicios de la institución. De este modo, se resaltan los mantenimientos mensuales del ascensor, el cual está debidamente certificado a la NTC 5926-1, de igual forma se realizan mantenimientos a cubiertas, equipos de emergencia entre otros.

Tabla 115. Recursos físicos para actividades formativas.

1. Equipos Hidráulicos	Anual
2. Ventilación	Cuatrimstral
3. Sistema Eléctrico	Cuatrimstral
4. Infraestructura	Anual
5. Transporte vertical	Mensual
7. Equipos emergencias	Cuatrimstral
8. Cubiertas y canaletas	Trimestral
9. Mantenimiento desfibrilador	Semestral

Fuente: Infraestructura

En ese contexto, cabe destacar que, constantemente, se realizan mejoras a la infraestructura tanto en espacios académicos como en administrativos, muestra de ello son las siguientes imágenes o Brief¹⁰, los cuales hacen parte del plan de comunicación y divulgación de las obras de corto plazo que se llevan a cabo en la institución.

¹⁰ Brief elaborados y divulgados por la dirección de Mercadeo y Comunicaciones de la Fundación Universitaria Compensar.

Figura 73. Sede Teusaquillo



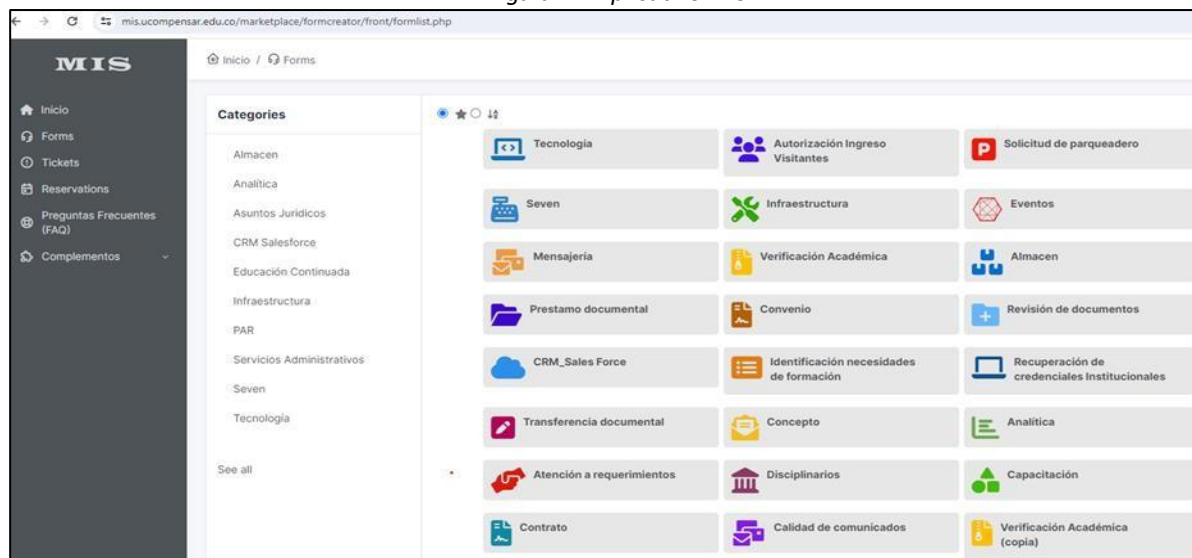
Fuente: Foto dirección de Mercadeo y Comunicaciones.

Aplicativo MIS

La aplicación MIS permite hacer seguimiento y tramitar debidamente las diferentes solicitudes que los funcionarios académicos y administrativos ingresan, las cuales están enfocadas en los diferentes procesos en los que el área de Mantenimiento se especializa.

En esta aplicación se pueden reportar daños o reparaciones, que se presenten en las instalaciones o infraestructura, para que, finalmente, se programe a un operador que dé una pronta solución. Además, permite generar informes de cada módulo correspondiente, para inspeccionar los procesos realizados y solicitados en la administración.

Figura 74. Aplicativo MIS



Fuente: Fundación Universitaria Compensar.

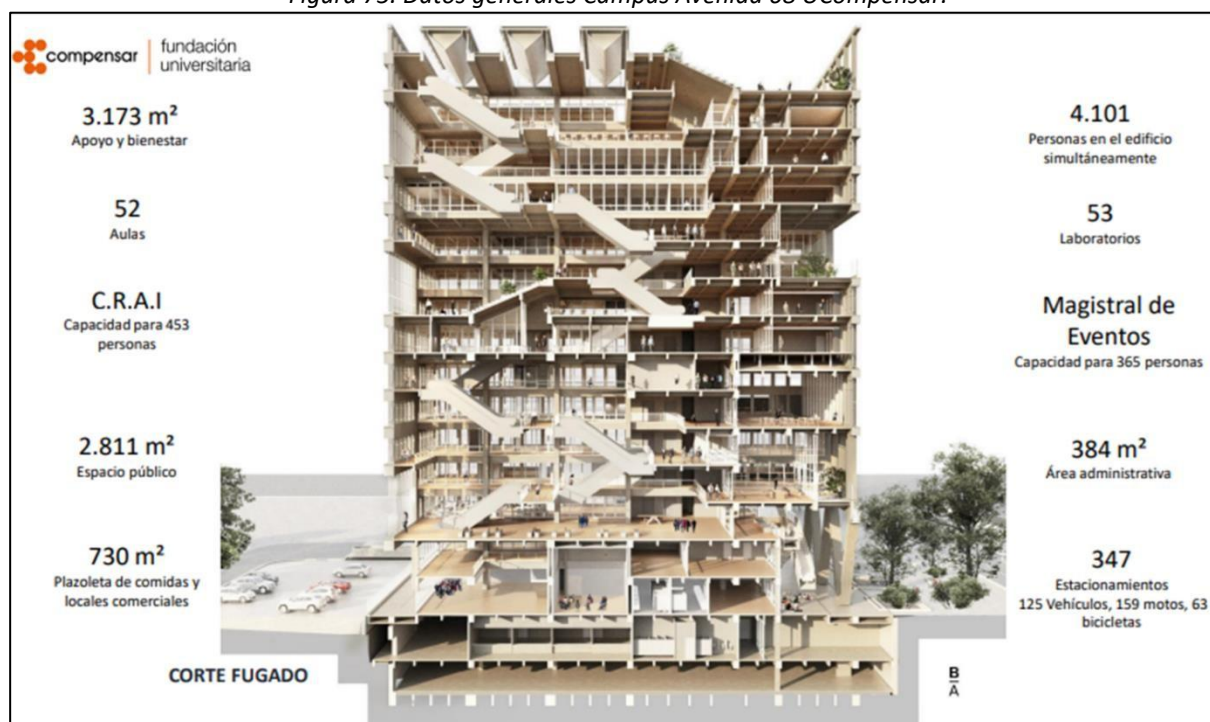
Para finalizar, durante los últimos 7 años la institución ha conservado y ejecutado renovación, así como la actualización de la infraestructura física en términos del confort y las nuevas tecnologías para el disfrute de la comunidad académica.

9.9. Campus Avenida 68

Por otra parte, los atributos de esta valiosa infraestructura que representa un hito de transformación para la institución, son tomados del documento “Plan De Gestión Proyecto Campus Fundación Universitaria Compensar” y sus principales argumentos y contenidos se describen a continuación:

El Campus Avenida 68 se encuentra ubicado en la Avenida Carrera 68. No. 68 B – 45 y cuenta con 52 aulas, 53 laboratorios, un espacio Magistral de eventos con capacidad para 365 personas, 347 estacionamientos para 125 vehículos, 159 motos y 63 bicicletas, 730 m² de plazoleta de comidas y locales comerciales, 3.173 m² de apoyo y bienestar, 2.811 m² de espacio público, 384 m² de área administrativa y la capacidad de albergar a 4.101 personas simultáneamente (Ver Figura 75).

Figura 75. Datos generales Campus Avenida 68 UCompensar.



Fuente: Proyecto campus, 2025.

Antecedentes del proyecto – Campus Avenida 68: ¹¹

En primer lugar, es válido afirmar que este propósito se ha desarrollado en beneficio de la comunidad académica, pensando un proyecto educativo transformador, con esa idea se empezó a esbozar su diseño, cuanto en el año 2011 los socios del Proyecto emprenden la exploración de alternativas para innovar y ampliar su oferta educativa y con ello contribuir recíprocamente al cumplimiento de sus objetivos misionales. Con este objetivo, Compensar adquiere los predios con matrículas inmobiliarias 50C-1203196 y 50C-1203197, ubicados en la Avenida 68 # 68 B 45, con el fin de desarrollar un proyecto mixto de educación y servicios misionales de la caja.

En 2014, a partir del programa arquitectónico desarrollado con La Universidad de los Andes, se realiza el concurso arquitectónico donde se eligió a la firma Bermúdez Arquitectos para desarrollar los diseños del proyecto.



Mediante resolución 600 del 4 de mayo de 2017, la Secretaría Distrital de Planeación aprueba el plan de implantación de la Fundación Universitaria Unipanamericana sede Av. Carrera 68 – Compensar, para el uso dotacional educativo de escala metropolitana.

El 15 de noviembre de 2019 mediante la firma del Convenio CONV – 6290 los socios del Proyecto inician oficialmente el proceso de estructuración del que en 2021 se convertirá en el proyecto más importante de inversión en infraestructura institucional de Fundación Universitaria Compensar a la fecha – el Proyecto Campus Fundación Universitaria Compensar, bajo el objeto “COMPENSAR [Caja de Compensación Familiar Compensar] y UNIPANAMERICANA [ahora Fundación Universitaria Compensar] se comprometen recíprocamente al planeamiento, financiación, desarrollo, dotación y puesta en operación de una edificación destinada a la prestación de servicios educativos de UNIPANAMERICANA, a su población objeto y a los servicios que COMPENSAR presta a los trabajadores de las empresas afiliadas, en las condiciones que aquí se pactan entre LAS PARTES”.

En 2020 se desarrollaron las actividades de diseños arquitectónicos y técnicos en etapas preliminares a partir del programa arquitectónico elaborado con el acompañamiento de la Universidad de los Andes. Conforme a lo anterior, en diciembre de 2020 los socios del Proyecto acuerdan la construcción y puesta en operación de la infraestructura en dos (2) fases. Las secciones “1.1. Ciclo de Vida Proyecto Campus Fundación Universitaria Compensar” y “1.2. Alcance Proyecto Campus Fundación Universitaria Compensar” a continuación, describen la generalidad del ciclo de vida del Proyecto Campus Avenida 68, la segmentación acordada para la ejecución de su alcance en dos (2) fases y el alcance y aplicabilidad del presente plan.

En agosto de 2021 y tras el respectivo proceso de evaluación de alternativas de diseño y financiación, los socios del Proyecto aprueban el caso de negocio resultante de la Etapa de Estructuración del Proyecto Campus Fundación Universitaria Compensar, con el propósito de alcanzar los siguientes objetivos:

- Favorecer la productividad y bienestar de sus poblaciones objeto.
- Desarrollar un proyecto integral con la educación como eje de transformación.
- Innovar mediante una oferta educativa bajo el modelo “centro comercial de la educación”, que establezca un ecosistema de conexión entre empresa y universidad y que privilegie la educación experiencial sobre principios de inspiración, “co-creación”, “co-working” y “laboratorio vivo”.
- Ubicar su oferta educativa en el sector más dinámico de Bogotá.
- Alcanzar las metas de cobertura propuestas en los diferentes segmentos articulados a partir del modelo integral de educación.

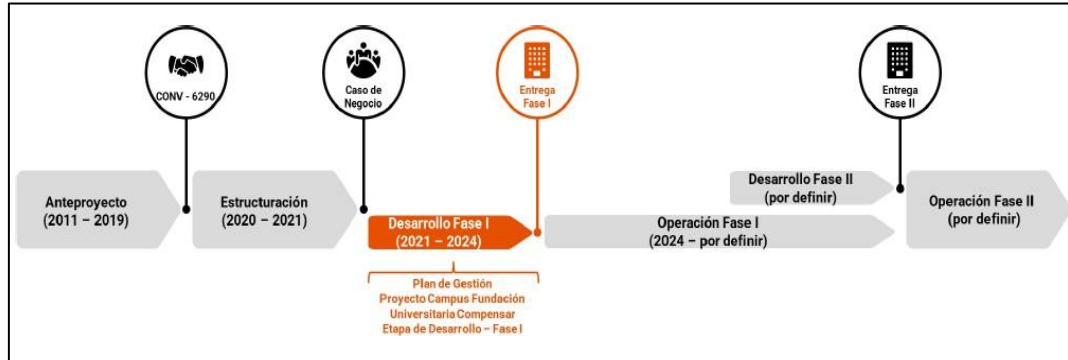
Para responder a estos objetivos, el Campus Avenida 68 con un área de 26.668 m², 52 aulas, 53 laboratorios y la capacidad de albergar a más de 4.100 personas en el edificio simultáneamente.

¹¹ FUNDACIÓN UNIVERSITARIA COMPENSAR, Plan de Gestión Proyecto Campus Fundación Universitaria Compensar - Etapa de Desarrollo, pág. 8.

Ciclo de vida del proyecto:

En la siguiente figura (77), se puede observar el carácter secuencial y los objetos generales de las etapas que componen el ciclo de vida del Proyecto Campus Fundación Universitaria Compensar, la segmentación acordada para la ejecución de su alcance en dos (2) fases y el alcance y aplicabilidad del presente plan.

Figura 77. Plan de Gestión del proyecto



Fuente: Proyecto campus, 2023

En este contexto, se describen a continuación (Tabla 116) cada una de las etapas del proyecto.

Tabla 116. Ciclo de Vida Proyecto Campus

Etapas	Objeto
Anteproyecto	Explorar alternativas de solución a los objetivos misionales de los socios del Proyecto y realizar la captura de requerimientos de interesados. Su entregable principal es la firma del Convenio CONV – 6290, el cual da aprobación formal para iniciar a la Etapa de Estructuración.
Estructuración	Definir y aprobar el programa arquitectónico, diseños y el modelo de financiación para el Proyecto Campus Avenida 68. Su entregable principal es el caso de negocio aprobado para el Proyecto Campus Fundación Universitaria Compensar, el cual da aprobación formal para iniciar la Etapa de Desarrollo – Fase I.
Desarrollo Fase I	Planear y ejecutar el proyecto constructivo, así como dotar, entregar y poner en operación oportuna, completa y funcional la infraestructura, de conformidad al alcance definido para esta en su Fase I (ver “1.2. Alcance Proyecto Campus Fundación Universitaria Compensar”). Su entregable principal es la entrega y puesta en operación oportuna, completa y funcional de la infraestructura en su Fase I, la cual da paso formal a la Etapa de Operación – Fase I.
Operación Fase I	Mantener la infraestructura entregada en la Etapa de Desarrollo – Fase I, hasta alcanzar la entrada en operación oportuna, completa y funcional de la infraestructura al término de la Etapa de Desarrollo – Fase I. Sus entregables corresponden al cabal cumplimiento de los cronogramas de mantenimiento, Acuerdos de Niveles de Servicio – ANS, o cualquier otro acuerdo de operación o mantenimiento al que haya lugar, resultantes de la entrega y puesta en operación de la infraestructura tras completar la Etapa de Desarrollo – Fase I.
Desarrollo Fase II	Planear y ejecutar el proyecto constructivo, así como dotar, entregar y poner en operación oportuna, completa y funcional la infraestructura, de conformidad al alcance definido para esta en su Fase II (ver “1.2. Alcance Proyecto Campus Fundación Universitaria Compensar”). Su entregable principal es la entrega y puesta en operación oportuna, completa y funcional de la infraestructura en su Fase II, la cual da paso formal a la Etapa de Operación – Fase II y constituye la culminación del Proyecto Campus Fundación Universitaria Compensar y la entrada en operación total de la infraestructura.
Operación Fase II	Mantener la infraestructura entregada en la Etapa de Desarrollo – Fase I y la Etapa de Desarrollo Fase II. Sus entregables corresponden al cabal cumplimiento de los cronogramas de mantenimiento, Acuerdos de Niveles de Servicio – ANS, o cualquier otro acuerdo de operación o mantenimiento al que haya lugar, resultantes de la entrega y puesta en operación de la infraestructura tras completar la Etapa de Desarrollo – Fase I y la Etapa de Desarrollo Fase II.

Fuente: Proyecto campus Fundación Universitaria Compensar

Adicionalmente, en el nuevo campus donde se desarrollan las actividades académicas del programa de Comunicación Social, se cuenta con 53 espacios que tienen el objetivo de fomentar la innovación y la investigación en diversas áreas clave de la Facultad de Ciencias Sociales y Educación, los cuales podrán ser utilizados por los estudiantes y el programa. Algunos de los espacios son:

- Centro Experiencia Digital
- Laboratorio Integral de Cómputo
- Taller de creatividad

- Salas de Cómputo
- Wow Room
- Laboratorio de Producción Sonora
- Laboratorio de Dispositivos Móviles
- Centro de Experiencia y Sala de Exposiciones
- Centro Multilingüe
- Laboratorio multimedia
- Maloka
- Cámara Gessell

Estos laboratorios brindan a los estudiantes y profesionales un entorno propicio para la investigación, innovación y aplicación práctica de Programa de Comunicación Social (ver Anexo 9.6 Fichas espacios Campus). Ahora bien, La sede Campus Avenida 68 cuenta con ambientes diseñados y equipados para atender los componentes teóricos y prácticos del plan de estudios del Programa. A continuación, se relacionan los espacios (Ver tabla 117):

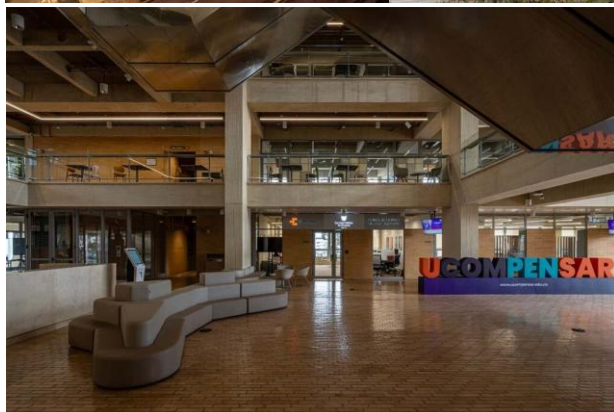
Tabla 117. Espacios formación comunicadores sociales UCompensar.

Ambiente de Aprendizaje	Dotación Técnica y Pedagógica
Salones de clase	Salones modernos con estructura para trabajo en equipo, discusiones grupales, presentaciones y aprendizaje individual, con la posibilidad de dotarse de computadores dependiendo la necesidad de la clase “computadores transportados al lugar de clase”, con televisor inteligente y computador para el docente, así como con pizarra.
Laboratorio de Creatividad 208	Espacio dinámico y estimulante que fomenta la innovación educativa y el pensamiento divergente, creación de narrativas disruptivas.
Edulab 360 Piso 9	Interacción e integración de pedagogías para las diferentes edades, gamificación. Desarrollo de habilidades de narración, pintura, ejercicios de plasticidad.
Centro Multilingüe Piso 9	Aprendizaje de idiomas apalancado en espacio físico y software especializado.
Maloka Campus	Desarrollo de resultados de aprendizajes prácticos “Flipped Classroom”, ejercicio de argumentación, manejo del cuerpo y comunicación, realización de eventos culturales.
Laboratorio Psicometría 902	Estructura moderna e innovadora que permite un ambiente adecuado para valoración de procesos y prácticas comunicativas diversas.
Laboratorio de producción sonora (piso 10)	Generación de contenidos sonoros, producción sonora en alianza con UCompensar Stereo, cuenta con dos cabinas profesionales de producción de audio, con su respectivo espacio para el manejo de consola y la mesa de trabajo. Cuenta con las especificaciones técnicas para la insonorización de la cabina y el manejo de la temperatura.
Cámara Gesell	Análisis de la relación entre cuerpo y comunicación, estudios de mercado, consumidor, cliente.
Auditorio Campus	Presentaciones, debates, intercambio de conocimiento
Terraza Campus	Espacio que permite reflexionar y realizar la vivencia de actividades al aire libre en un espacio seguro.

Laboratorio Multimedia (S1)	Espacio que cuenta con los recursos y las tecnologías para la producción audiovisual, fotografía digital y narrativas inmersivas.
Sala de sistemas (MAC)	Utilización de proceso de análisis de datos y creación de proyectos, edición de audio y video. Diseño digital y animación digital.
Sala de consulta y biblioteca	Apoyo, técnico científico para el proceso de aprendizaje y conocimiento

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Para finalizar, se comparten algunas imágenes de los espacios enunciados, de la visual externa del Campus Avenida 68 (Figuras 78) y de algunas actividades de los estudiantes del programa en estos escenarios.







Relación de Anexos

Anexo 9.1. *Plan de mantenimiento preventivo 2024.*

Anexo 9.2. *Permiso de uso autorizado de suelos y licencias.*

Anexo 9.3. *Protocolos asignación Infraestructura Física y Tecnológica*

Anexo 9.4 *Políticas Gestión de recursos físicos y tecnológicos.
Plan de nuevo campus*

Anexo 9.5. *Convenios & Redes.*

Anexo 9.6. *Fichas espacios Campus Avenida 68.*